



PACKS MEDIA

TV + DIGITAL

4º TRIMESTRE 2024

INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 334/24
DIREÇÃO COMERCIAL | 17 DE OUTUBRO DE 2024



A CNN Portugal é a escolha dos portugueses entre os canais de conteúdos informativos. Informar, comunicando de forma direta e disruptiva, com confiança e segurança é o foco da CNN Portugal. A CNN Portugal privilegia espaços informativos por excelência, em direto, e dá prioridade à produção própria. O vínculo à marca global permite também ao espetador português conhecer os conteúdos que integram o portfólio internacional. A CNN Portugal é a primeira televisão do País com uma operação digital tão estratégica como a de antena. Neste projeto multiplataforma, os conteúdos digitais, bem como os da antena, são dinâmicos e fiéis à identidade da marca.

1º CANAL DE INFORMAÇÃO

A **CNN Portugal** contacta diariamente com quase 1 milhão e 800 mil pessoas (target adultos). É o canal de Informação mais visto em Adultos e também ABCD 15_64.

Continua a ser o canal de informação preferido dos portugueses, **a marca prossegue o seu caminho de liderança**, reforçando assim a sua posição de líder em todas as frentes.

<https://cnnportugal.iol.pt/>



TOTAL DIA TELEVISÃO

TARGET	RAT%	RAT #	RCH #	SHR %
ADULTOS	0,57	49,376	1 783,567	2,45
ABCD 15_64	0,47	24,077	896,997	2,47

PRIME TIME TELEVISÃO

TARGET	RAT%	RAT #	RCH #	SHR %
ADULTOS	0,87	75,441	1 041,464	1,95
ABCD 15_64	0,78	40,218	524,990	2,05

UNIVERSO DIGITAL

PAGEVIEWS	UNIQUE USERS	VISITAS	INVENTÁRIO VIDEO
+ 50 milhões	+4,7 milhões	+ 14 milhões	+ 1.3 milhões

REDES SOCIAIS	SEGUIDORES	ALCANCE	VÍDEO VIEWS
FACEBOOK	+1.4 milhões	+3.8 milhões	+1.9 milhões
INSTAGRAM	+656 mil	+ 3.9 milhões	-
TIKTOK	+83 mil	-	+2.2 milhões

Top 15 programas

		rat%	rat#
1	RUI SANTOS EM CAMPO	1,24	108,156
2	CNN FIM DE TARDE	1,04	90,133
3	JORNAL DA CNN	1,03	89,502
4	CNN EM JOGO	0,97	84,552
5	CNN PRIME TIME	0,94	81,940
6	CNN MAIS TRANSFERENCIAS	0,94	81,407
7	CNN MEIO DIA	0,88	76,149
8	CNN EM FOCO	0,86	74,588
9	CNN DOMINGO - TARDE 18 HORAS	0,85	73,696
10	CNN FIM DE TARDE - 19 HORAS	0,85	73,483
11	TURBULENCIA: O SEU VOO E SEGURO?	0,85	73,461
12	CORRESPONDENTE DE GUERRA	0,82	70,907
13	CNN MAIS FUTEBOL	0,81	70,533
14	CNN SABADO - TARDE 12 HORAS	0,81	70,192
15	CNN DOMINGO - TARDE 14 HORAS	0,80	69,807

Top 15 programas (Não informativos)

#	Programa	rat%	rat#
1	RUI SANTOS EM CAMPO	1,24	108,16
2	CNN EM JOGO	0,97	84,55
3	CNN MAIS TRANSFERENCIAS	0,94	81,41
4	TURBULENCIA: O SEU VOO E SEGURO?	0,85	73,46
5	CNN MAIS FUTEBOL	0,81	70,53
6	M2 METRO QUADRADO	0,50	43,55
7	ELON MUSK E O CONTROLO DO TWITTER	0,45	38,73
8	PITCH - BRAND & CONTENT	0,30	26,35
9	GTI PLUS	0,25	21,94
10	PITCH - BRAND & CONTENT (R)	0,25	21,71
11	NIT: NEW IN TOWN (R)	0,23	19,90
12	GTI PLUS (R)	0,22	19,08
13	NIT: NEW IN TOWN	0,18	16,07
14	CNN ORIGINAL (R)	0,17	14,78
15	TODA A HISTORIA COM ANDERSON COOPER (R)	0,14	12,58

PACKS DE MEDIA

CARACTERÍSTICAS

- **CANAL/SITE:** CNN Portugal
- **DURAÇÃO:** 20''
- **PERIODO:** 4º TRIMESTRE 2024

Disponibilizamos 3 packs para diversos níveis de investimento

PACK 1

FAIXAS HORÁRIAS	08-12	12-14	14-19	19-24	24-03	03-08	TOTAL
Nº DE INSERÇÕES	10	5	10	15	10	5	55
FORMATO	VISUALIZAÇÕES						
PREROLL	35 000						

INVESTIMENTO 6 595€

PACK 2

FAIXAS HORÁRIAS	08-12	12-14	14-19	19-24	24-03	03-08	TOTAL
Nº DE INSERÇÕES	18	15	20	20	18	14	105

FORMATO	VISUALIZAÇÕES
PREROLL	65 000

INVESTIMENTO 11 500€

PACK 3

FAIXAS HORÁRIAS	08-12	12-14	14-19	19-24	24-03	03-08	TOTAL
Nº DE INSERÇÕES	30	20	30	30	30	30	170

FORMATO	VISUALIZAÇÕES
PREROLL	100 000

INVESTIMENTO 16 530€

OBSERVAÇÕES:

1. Condições apresentadas para valor bruto negociado;
2. Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
3. Aos valores de investimento acrescem 4% de taxa de exibição e IVA à taxa legal;
4. A contratação de espaço far-se-á de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD em vigor, do conhecimento da Central de Compras/Agência de Publicidade/Anunciante (ou outra que a substitua);
5. Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deverá ser efetuado antecipadamente, de acordo com Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD;
6. A presente proposta e as condições nela contidas têm uma validade de 30 dias (calendário), findo este período não poderão ser consideradas como válidas, estando sujeitas a renegociação. No caso de proposta de colocação de produto a validade é apenas de 15 dias (calendário);
7. As presentes condições comerciais são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Publicidade/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou pelo Anunciante objeto das condições. A sua divulgação a terceiros não poderá em quaisquer situações ser efetuada sem prévia autorização por escrito por parte da TVI / MCD;
8. Os investimentos acordados para colocação de produto, produção, licenciamento, televidas e STVA deverão ser considerados como adicionais face aos investimentos para a compra de media convencional, não sendo contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual (rappel);
9. Os patrocinadores poderão ocupar posições preferenciais nos blocos do programa. A ocupação deste espaço será feita por ordem cronológica de receção das respetivas ordens de publicidade;
10. Nos cartões de patrocínio, para além da referência à marca, descrição do produto ou serviço e contacto, podem ainda ser aceites outras menções se for feita prova de que as mesmas se encontram registadas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como integradas no logótipo do patrocinador;
11. Todos os cartões de patrocínio têm que ser submetidos à apreciação prévia da TVI, com uma antecedência mínima de 3 dias úteis em relação à data de arranque da campanha;
12. A TVI poderá colaborar na produção dos cartões de patrocínio para emissão exclusiva nos seus canais, mediante orçamento caso a caso. As locuções dos cartões de patrocínio deverão ser feitas pela TVI;
13. Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI/MCD;
14. Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (nomeadamente a publicidade em ecrã fracionado, o patrocínio e a colocação de produto);
15. Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
16. Todas as ações de Colocação de Produto referidas neste documento, foram previamente aprovadas pela Direção de Programas/Produtora. Eventuais alterações ao seu conteúdo terão de ser novamente validadas.



EM TODAS AS FRENTES

WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT