



# Talks

**INFORMAÇÃO COMERCIAL Nº 078/25**  
DIREÇÃO COMERCIAL | 29 DE JANEIRO 2025



# Talks

**As Talks CNN Portugal são um formato de branded content, que permite criar debates temáticos em formato digital.**

Com live streaming no site, Facebook e LinkedIn da CNN Portugal, este tipo de formato permite mais proximidade com os leitores do site, mais engagement nas redes sociais e aumenta a notoriedade da marca, abordando temáticas relevantes e atuais.

# Vantagens

## + AMPLIFICAÇÃO

da temática debatida na Talk

## + NOTORIEDADE

marca como referência na área

## + PROXIMIDADE

com os espetadores e leitores da CNN Portugal

# EM NÚMEROS

**CNN**

Dados médios (2024)

**+ 3.6 mil**

Visualizações  
de página

**00:51 min**

Duração média  
na página

**+ 3.6 mil**

Alcance médio  
post facebook  
(CNN PORTUGAL)

**+ 21.2 mil**

Alcance médio  
Instastory  
(CNN PORTUGAL)

Fonte: Google Analytics / Google AdManager /  
Marktest Netaudience / Facebook Insights

# Talks

**Dedebate em directo/ streaming no site CNN Portugal, facebook e LinkedIn CNN Portugal, com possibilidade de transmissão live no facebook do anunciante.**

## **CARACTERÍSTICAS DE UMA TALK DIGITAL:**

- Cenário personalizado com grafismo e presença marca
- Oráculos identificativos
- Possibilidade de inclusão de vídeo dentro do live
- Disponível para lives superiores a 20'
- Painel de oradores podem interagir entre si.
- Alcance do live até 9 canais ( websites e redes sociais)
- Talk realizada em estúdio em live streaming e posteriormente disponível em diferido no site.
- Alinhamento editorial definido pela CNN Portugal, com o apoio do anunciante.
- Moderação CNN Portugal ( a definir/ não jornalista)
- Duração média prevista da Talk: 40 minutos



# Amplificação digital

## CAMPANHA AUTOPROMOÇÃO PRÉ TALK (1SEMANA)

- 75.000 impressões em **Billboard XL** CNN Portugal
- 150.000 impressões em **Mrec** no site CNN Portugal
- **Destaque na HP** do site CNN Portugal no dia do streaming
- **1 Post no Facebook CNN Portugal** onde damos a conhecer as características da talk e oradores, com pequeno enquadramento do projeto e da temática.
- **1 story no Instagram** da **CNN Portugal** cabo a promover a talk.
- **1 Post no LinkedIn CNN Portugal** a promover a Talk

## PROMOÇÃO PÓS TALK

- **1 post no facebook** da CNN Portugal, pós talk, a promover a visualização em diferido.
- **1 story no Instagram** da **CNN Portugal** a promover a visualização em diferido
- **1 post no LinkedIn** da CNN Portugal, pós talk, a promover a visualização em diferido.

## 1 ARTIGO PRÉ TALK

Conteúdo de kickof, onde iremos promover a talk, assim como o painel de moderadores. Artigo com o intuito de função "save the date".

## 1 ARTIGO PÓS TALK

Conteúdo onde alojamos o vídeo da Talk completo (diferido) com artigo de apoio de cobertura da mesma, os melhores momentos e principais intervenções.

## AMPLIFICAÇÃO POR ARTIGO

1 destaque 24h na homepage da CNN

1 post no facebook da CNN

1 instastory no instagram da CNN

Partilha nos artigos relacionados, patrocinados da rede MCD

INVESTIMENTO TOTAL  
MEDIA + PRODUÇÃO

**30.350€**

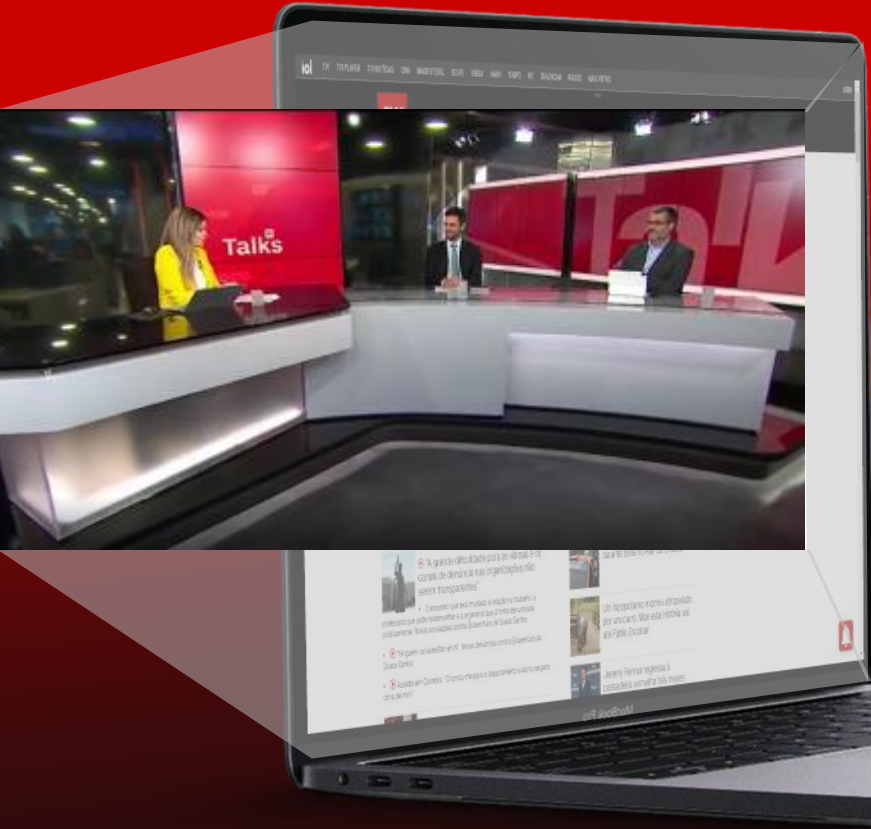
Investimento a valores de tabela,  
contacte o seu diretor de conta.





# Talks

## EDIÇÕES PASSADAS



## 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, tele vendas 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](http://WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT)