

PLANO COMERCIAL

BRASIL URGENTE



A NOTÍCIA A SERVIÇO DO CIDADÃO

José Luiz Datena apresenta o telejornal Brasil Urgente!

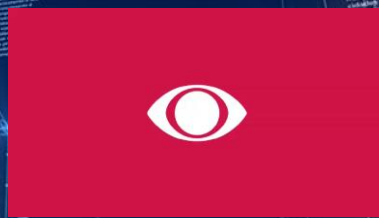
O programa mostra as principais notícias do dia e os fatos mais polêmicos, usando uma linguagem coloquial, adequada à flexibilidade e ao dinamismo dos dias atuais.

O apresentador fala as verdades que o povo quer ouvir e não omite sua opinião na hora de comentar os principais acontecimentos do país.

EXIBIÇÃO:

NET | Segunda a Sexta, das 16h00 às 18h50.

SP1 | Segunda a Sábado, das 18h50 às 19h20.





CONTEÚDO AO VIVO COM CREDIBILIDADE

- O programa dá prioridade aos temas locais e está sempre próximo ao cidadão, com assuntos como política, saúde, segurança, trabalho, trânsito e muito mais.
- Participação de autoridades, especialistas, vítimas e cidadãos para analisar e debater casos, que contam com uma cobertura em tempo real dos principais fatos do dia.
- O telejornal conta com repórteres espalhados em várias praças do país, *links* ao vivo e o helicóptero da Band trazem a notícia no momento em que elas acontecem.





COMO A TV E A PUBLICIDADE IMPACTAM A VIDA DAS PESSOAS

85%

Assistem
frequentemente
a noticiários
nacionais.

60%

Confiam na TV
para se manter
informados.

54%

Gostam da
propaganda na
televisão.

50%

Se programam
para assistir a
televisão.

45%

Dependem da
televisão para
relaxarem.



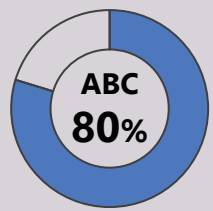
O BRASIL URGENTE POSSUI PÚBLICO ADULTO E QUALIFICADO EM TODO O PAÍS.



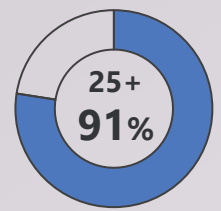
+ 8,8 Milhões

de telespectadores alcançados¹

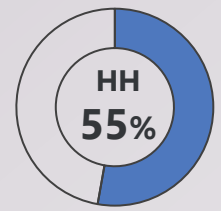
Programa Qualificado



Público adulto no auge do potencial de consumo



Presença equilibrada de ambos sexos, com destaque para o masculino



PÚBLICOS DE MAIOR AFINIDADE COM O TELEJORNAL:

| | |
|------------|-----|
| AS ABC 35+ | 145 |
| AS AB 35+ | 133 |
| AS ABC 25+ | 125 |
| AS AB 25+ | 114 |
| AS ABC 18+ | 113 |
| HH ABC 35+ | 164 |
| HH AB 35+ | 146 |
| HH ABC 25+ | 139 |
| HH ABC 18+ | 124 |
| HH AB 25+ | 120 |
| MM ABC 35+ | 130 |
| MM AB 35+ | 123 |
| MM ABC 25+ | 114 |



O BRASIL URGENTE EM SÃO PAULO POSSUI ALTA AFINIDADE COM PESSOAS 35+ ANOS DAS CLASSES ABC.



+ 1,1 Milhões

de telespectadores alcançados¹

AUDIÊNCIA POR TRANSMISSÃO (MÉDIA MENSAL)

| Transmissão | Aud. Dom (%) | Shr (%) |
|--------------------|--------------|------------|
| Nacional | 4,3 | 8,2 |
| Local | 4,8 | 7,8 |
| Média Total | 4,4 | 8,1 |

PÚBLICOS DE MAIOR AFINIDADE COM O TELEJORNAL POR TRANSMISSÃO:

| | | | |
|------------|-----|-----|-----|
| MM ABC 35+ | 122 | 111 | 120 |
| HH ABC 18+ | 131 | 140 | 132 |
| HH AB 35+ | 140 | 157 | 143 |
| HH ABC 25+ | 145 | 157 | 147 |
| HH ABC 35+ | 169 | 185 | 172 |
| AS AB 35+ | 115 | 122 | 116 |
| AS ABC 25+ | 125 | 124 | 125 |
| AS ABC 35+ | 143 | 144 | 143 |

- Transmissão Nacional
- Transmissão Local
- Média Total



O PÚBLICO DO TELEJORNAL É ALTO CONSUMIDOR DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

70%

de telespectadores
acessaram a internet na
última semana¹

60%

acessaram as
redes sociais nos
últimos 30 dias¹





ENTREGAS COMERCIAIS



BRASIL
URGENTE

PATROCÍNIO | NET

PERÍODO: MENSAL

| FORMATOS | TV | DIGITAL | IMPRESSÕES |
|---------------------------|-----------|-----------|------------------|
| Vinhetas de Patrocínio 5" | 52 | - | - |
| Comerciais 30" | 26 | - | - |
| Formatos Digitais | - | 25 | - |
| Impressões Digitais | - | - | 2.800.000 |
| TOTAIS | 78 | 25 | 2.800.000 |



TOTAL TABELA
R\$ 5.857.320,71

TABELA ABRIL 2020.

1. Havendo conflito entre marcas ou produtos, é dada prioridade aos patrocinadores NET sobre outras cotas e formatos.
2. A exibição dos formatos digitais deve seguir o mesmo período de exibição dos formatos da TV.



TOP 5" | NET

PERÍODO: MENSAL

| FORMATOS | TV | DIGITAL | IMPRESSÕES |
|---------------------|-----------|-----------|------------------|
| TOP 5" | 26 | - | - |
| Comerciais 30" | 26 | - | - |
| Formatos Digitais | - | 18 | - |
| Impressões Digitais | - | - | 2.800.000 |
| TOTAIS | 52 | 18 | 2.800.000 |



TOTAL TABELA
R\$ 4.965.006,50

TABELA ABRIL 2020.

1. Havendo conflito entre marcas ou produtos, é dada prioridade aos patrocinadores NET sobre outras cotas e formatos.
2. A exibição dos formatos digitais deve seguir o mesmo período de exibição dos formatos da TV.





FORMATOS DE BRANDED

CUSTOS UNITÁRIOS | NET*

| FORMATO | DESCRIPTIVO | VALOR UNITÁRIO TABELA | |
|-----------------|---|-----------------------|----------------------|
| Testemunhal 60" | Ação com roteiro produzido pela agência e adaptado pela emissora à linguagem do programa. Acontece no estúdio, em set específico, e pode haver a exibição de produto/marca em vídeo na tela do cenário. | NET R\$ 332.817,00 | SP1 R\$ 67.593,00 |

| APRESENTADOR | CACHÊS | CACHÊ MÍNIMO | |
|------------------|-------------------------------------|---------------------|---------------------|
| José Luiz Datena | 20% do Líquido negociado, por ação. | NET R\$ 3.000,00 | SP1 R\$ 2.200,00 |

TABELA ABRIL 2020.

1. Havendo conflito entre marcas ou produtos, é dada prioridade aos patrocinadores NET sobre outras cotas e formatos.

2. Os formatos de branded content estão sujeitos à disponibilidade de estoque e devem ser consultados. Os custos de cachê e produção são orçados à parte. O cachê é cobrado por exibição.

* As ações de merchandising, em sua maioria, são veiculadas no Brasil todo a partir das 17h00.



PATROCÍNIO | SP1

PERÍODO: MENSAL

FORMATOS

TV

Vinhetas de Patrocínio 5"

52

Comerciais 30"

26

TOTAIS

78



TOTAL TABELA
R\$ 1.025.160,50

TABELA ABRIL 2020.

1. Havendo conflito entre marcas ou produtos, é dada prioridade aos patrocinadores NET sobre outras cotas e formatos.

BRASIL
URGENTE

PATROCÍNIO | REGIONAL



PERÍODO: MENSAL

| REGIÃO | EMISSORA | TABELA COMERCIAL 30" | TABELA PATROCÍNIO 2 VINHETAS 5" 1 COMERCIAL 30" |
|------------------|---------------------------|----------------------|---|
| SUDESTE | TV BAND PAULISTA | R\$ 17.461 | R\$ 794.490 |
| | TV BAND CAMPINAS | R\$ 19.910 | R\$ 905.887 |
| | TV BAND VALE | R\$ 6.837 | R\$ 311.070 |
| | TV CLUBE RIBEIRÃO PRETO | R\$ 10.070 | R\$ 458.198 |
| | TVB BAND LITORAL | R\$ 7.299 | R\$ 332.089 |
| | TV BAND RIO DE JANEIRO | R\$ 45.178 | R\$ 2.055.586 |
| | TV BAND RIO INTERIOR | R\$ 11.179 | R\$ 508.642 |
| | TV BAND MINAS | R\$ 35.431 | R\$ 1.612.101 |
| | TV BAND TRIÂNGULO | R\$ 6.837 | R\$ 311.070 |
| | TV CAPIXAPA | R\$ 7.668 | R\$ 349.103 |
| TV BAND PARANÁ | R\$ 13.812 | R\$ 628.446 | |
| SUL | TV TAROBÁ CASCAVEL | R\$ 14.228 | R\$ 647.363 |
| | TV MARINGÁ | R\$ 4.435 | R\$ 201.775 |
| | TV TAROBÁ LONDRINA | R\$ 5.405 | R\$ 245.914 |
| | TV BAND RIO GRANDE DO SUL | R\$ 31.504 | R\$ 1.433.446 |
| | TVBV FLORIÂNÓPOLIS | R\$ 15.614 | R\$ 710.417 |
| TV BAND BRASÍLIA | R\$ 10.163 | R\$ 462.402 | |
| CENTRO-OESTE | TV GOIÂNIA | R\$ 9.100 | R\$ 414.060 |
| | TV BAND MATO GROSSO | R\$ 8.084 | R\$ 367.820 |
| | TV VITÓRIA RÉGIA CÁCERES | R\$ 739 | R\$ 33.629 |
| | TVI CAMPO GRANDE | R\$ 3.465 | R\$ 157.637 |

| REGIÃO | EMISSORA | TABELA COMERCIAL 30" | TABELA PATROCÍNIO 2 VINHETAS 5" 1 COMERCIAL 30" |
|-----------------|-----------------------------|----------------------|---|
| NORDESTE | TV BAND BAHIA | R\$ 23.916 | R\$ 1.088.172 |
| | TV BAND SERGIPE | R\$ 2.310 | R\$ 105.091 |
| | TV MANAÍRA JOÃO PESSOA | R\$ 5.589 | R\$ 254.321 |
| | TV BAND MACEIÓ | R\$ 2.448 | R\$ 111.397 |
| | TV TRIBUNA RECIFE | R\$ 17.508 | R\$ 796.592 |
| | TV BAND RIO GRANDE DO NORTE | R\$ 5.312 | R\$ 241.710 |
| | TV NORDETV FORTALEZA | R\$ 10.486 | R\$ 477.115 |
| | TV BAND PIAUÍ | R\$ 2.679 | R\$ 121.906 |
| | TV BAND SÃO LUIS | R\$ 5.682 | R\$ 258.525 |
| | TV BAND IMPERATRIZ | R\$ 1.601 | R\$ 72.846 |
| | TV CAXIAS | R\$ 1.709 | R\$ 77.768 |
| NORTE | TV RBA BELÉM | R\$ 8.589 | R\$ 390.814 |
| | TV RBA MARABÁ | R\$ 8.589 | R\$ 390.814 |
| | TV RBA SANTARÉM | R\$ 8.589 | R\$ 390.814 |
| | TV BAND AMAZONAS | R\$ 5.296 | R\$ 240.947 |
| | TV MERIDIONAL PORTO VELHO | R\$ 1.963 | R\$ 89.314 |
| | TV5 RIO BRANCO | R\$ 1.709 | R\$ 77.768 |
| | TV SIL GURUPI | R\$ 739 | R\$ 33.629 |
| | TV AMAZÔNIA ARAGUAÍNA | R\$ 1.293 | R\$ 58.851 |
| TV BAND RORAIMA | R\$ 1.293 | R\$ 58.851 | |
| TV MACAPÁ | R\$ 1.293 | R\$ 58.851 | |
| SAT | TV BAND SAT | R\$ 37.803 | R\$ 1.720.034 |




TABELA ABRIL 2020.
1. Havendo conflito entre marcas ou produtos, é dada prioridade aos patrocinadores NET sobre outras cotas e formatos.



BRASIL URGENTE



#olhardequemacredita

 / BandTV  @BandTV  @BandTV