



CIRCO DO

FERRÃO

Plano comercial 

O SBT É LÍDER



no gênero humorístico da TV aberta, com 10% mais audiência e 13% mais alcance que a segunda colocada

E a emissora referência de humor traz um

FORMATO INÉDITO

para garantir a diversão da família toda

50

milhões

de espectadores alcançados
desde a estreia em março

39

minutos assistidos,
74% do tempo sem
mudar de canal

Números impressionantes no digital

7,1

milhões de visualizações
desde a estreia

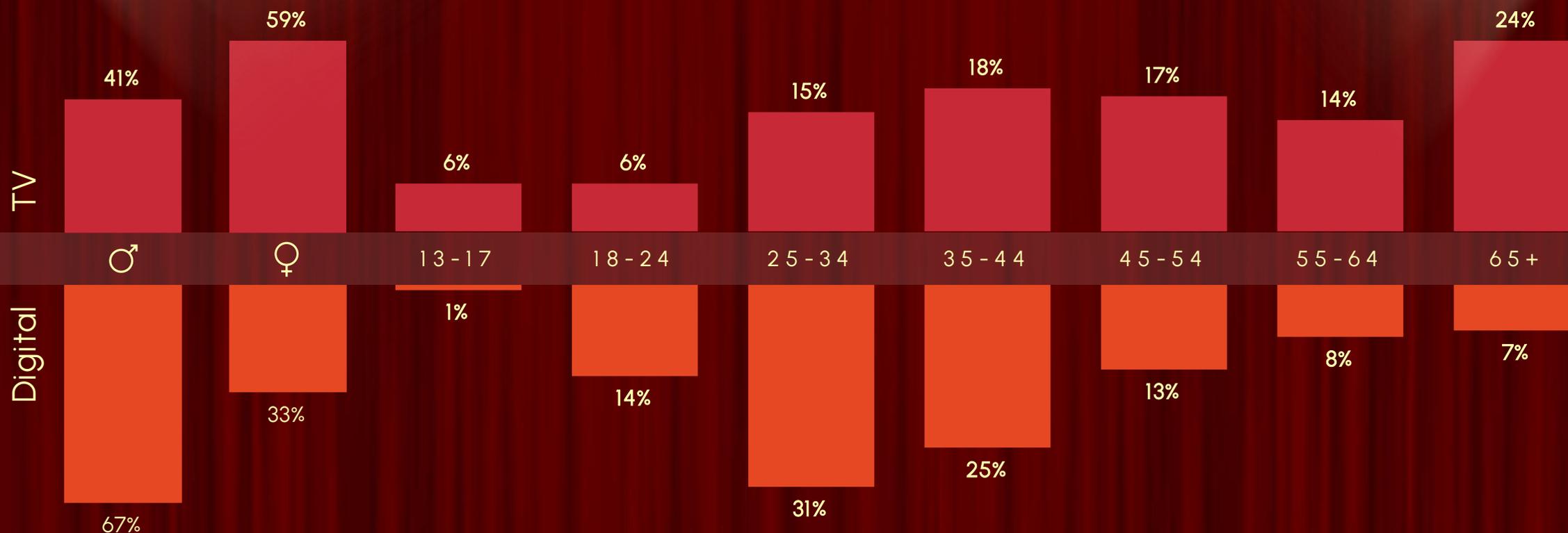
1,6

milhão de horas vistas
em 2024

1,7

milhão de espectadores únicos
nos últimos 3 meses

Audiência que transita entre os meios



Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Dados Individuais – Adh% – Regiões metropolitanas (15 praças) – Tabela de Programação – 16 de março a junho de 2024 – Dados arredondados.



Perfil popular na TV aberta

■ AB ■ C1 ■ C2 ■ DE



84% são das classes CDE

The background features a stage setting with red curtains on the left and right sides. Two spotlights from above illuminate the center stage area. The text is centered within this spotlit area.

RESPEITÁVEL PÚBLICO

se prepare para dar boas gargalhadas



No comando desse
grande espetáculo,

TIRULLIPA

um dos maiores humoristas
do Brasil

HAHA!

O SBT é a emissora com a maior afinidade entre as
pessoas que gostam de programas de humor (120%)
11% maior que a média da TV ABERTA

Fonte: TG BR 2023 R4 (Pessoas) – Universo de 34,8 milhões de pessoas que assistem ao SBT ou que acessaram o
site do SBT nos últimos 30 dias.



★ ★ ★
*Minha casa,
minha dívida*



Dois participantes endividados se enfrentam num game em que podem ganhar o dinheiro para quitar suas dívidas, apostando toda sua sorte! No começo do jogo, os participantes escolhem entre nove bolas que possuem valores de R\$ 0,50 a R\$ 7.000,00. O desafio é descobrir os talentos de quatro pessoas através de dicas de cinco convidados. A cada acerto, o valor da bola é revelado e vai para o placar das equipes.

Periodicidade: semanal
Consultar área de Produtos.

Formatos com adequação

- Integração da marca ao conteúdo (ação especial ou integrada)
- Visualização

Segmentos:



Varejo



Financeiro



Outros



Independente do nosso talento, nossa mãe é sempre nossa fã número um, não é mesmo? Este quadro rende as maiores risadas em uma competição de talentos onde quatro filhos são defendidos arduamente por suas mães. Os filhos já tentaram fazer deste talento suas carreiras por alguns anos, mas para as mães, desistir não é uma opção, e elas estão ali para apoiá-los a tentar mais uma vez! Os filhos se apresentam para a banca de jurados e quem receber a maior pontuação sai com uma faixa de orgulho da mamãe e, claro, sua mãe recebe uma homenagem digna de rainha!

Periodicidade: semanal
Consultar área de Produtos.

Formatos com adequação

- Integração da marca ao conteúdo (ação especial ou integrada)
- Visualização

Segmentos:

-  Higiene e beleza
-  Eletrodoméstico
-  Varejo
-  Outros

★ ★ ★
***Blogueirinha
do Lar***



Tirullipa apresenta uma personagem inédita na televisão: Shirley Like, uma diarista influencer cheia de energia que chega agitando a vizinhança em busca da dona de casa que, entre os afazeres domésticos, cria conteúdo para as redes sociais. Dentro da casa, a participante enfrenta quatro desafios divertidos nas categorias cama, mesa, banho e um desafio final. Quem nunca teve dificuldades em dobrar lençóis de elástico ou em lidar com aquela gordura difícil de tirar da panela? Com os desafios cumpridos, o prêmio* é garantido e a participante ainda leva para casa o incrível título de melhor Blogueirinha do Lar.

Periodicidade: mensal
 Consultar área de Produtos.

Formatos com adequação

- Ação Integrada
- Visualização
- Naming Rights (Blogueirinha do Lar "by marca")

Segmentos:



Casa e decor



Limpeza



Higiene pessoal



Outros



Dois participantes se enfrentam para chamar a atenção das celebridades e viralizar nas redes sociais, mas, para isso, três desafios são propostos por Tiruxa (personagem interpretado pelo Tirullipa). A celebridade então decide qual participante se saiu melhor nos desafios e marca o @, ajudando o vencedor a realizar seu sonho.

Periodicidade: mensal

Consultar área de Produtos.

Formatos com adequação

- Ação Integrada ou Testemunhal

Segmentos:

 Tecnologia

 Financeiro

 Rede Social

 Outros



Sabe aquelas pessoas que estão sempre lisas de grana, mas são ricas de visualizações nas redes sociais? daquelas que topam tudo para continuarem viralizando na internet e sonham em ganhar dinheiro com seus memes? Tirullipa viaja todo o Brasil para encontrar esses talentos e, através de desafios, constrói uma verdadeira "fábrica de memes" e, quem sabe, torna essas pessoas influencers famosas.

Periodicidade: mensal
Consultar área de Produtos.

Formatos com adequação

- Ação Integrada ou Testemunhal

Segmentos:



Telefonia



Viagem



Outros

★ ★ ★
*Minha casa
é um circo*



Neste quadro, Tiru leva o circo para a casa de um famoso! Lá, ele e toda sua trupe fazem a celebridade passar por diversas brincadeiras que unem o universo do picadeiro com a carreira do artista, sempre com risada garantida e bagunça também!

Periodicidade: mensal
Consultar área de Produtos.

Formatos com adequação

- Ação Integrada ou Testemunhal
- Visualização

Segmentos:



Tecnologia



Eletrodoméstico



Rede social



Outros



Sabe aquele sonho que parece impossível de realizar? Essa é a missão do Vivendo o Invivível. Tiru roda o Brasil atrás das mais emocionantes histórias de vida e faz o possível para realizar os sonhos, desde os mais simples até os mais inacreditáveis, nesse quadro divertido, cheio de surpresas e emoções.

Periodicidade: mensal

Consultar área de Produtos.

Formatos com adequação

- Ação Integrada ou Testemunhal

Segmentos:



Viagem



Varejo



Outros

Observações comerciais:

- Atualizado em: 12/09/2024

- Tabela de preços: Setembro/2024

- Cotas disponíveis:

Patrocínio: 3 (patrocinador atual: Pixbet)

Patrocínio de Quadro: 1 por quadro

- Periodicidade dos quadros: Minha casa minha dívida e o Orgulho da mamãe, semanal e os demais quadros, mensal. Consultar área de Produtos.

- Custos de cachê, produção e ANCINE: são cobrados separadamente e não estão inclusos na mídia. Para Programa do Ratinho, The Noite, A Praça é Nossa, Programa Raul Gil, Circo do Tiru, Sabadou com Virgínia e Domingo Legal, os custos de cachês dos seus respectivos apresentadores principais já estão inclusos na mídia. Consulte seu atendimento comercial.

- Cachê Tirullipa (amplificação digital): incluso na mídia

- Volume Digital: impressão/visualização para formatos de CPM, visualização para formatos de CPMV, alcance para formatos de CPMA, impacto para os demais.

- TikTok: a plataforma está indisponível para anunciantes do segmento de apostas. O saldo referente à esta entrega pode ser revertido em outros formatos digitais.

- TV SBT e Simulcast: toda inserção comercial realizada durante um programa é transmitida simultaneamente para as plataformas TV SBT, Site SBT, Simulcast e VOD (expira após 3 meses) +SBT, e Canais de Afiliadas/Regionais no YouTube.

- Merchandising: todos os formatos devem ser previamente aprovados pelo departamento de Solutions.

- Amplificação: disponível em uma ou mais plataformas YouTube, Facebook, Instagram, Kwai e TikTok, com CPMV mínimo por unidade/pacote e desconto máximo de 90%. Consulte seu atendimento comercial.

- Social Branded: alcance mínimo de 200.000 pessoas por publicação.



