

# PRIMEIRO

## IMPACTO

PLANO COMERCIAL



# **JORNALISMO MATUTINO COM A MELHOR RENTABILIDADE E FIDELIDADE**

# +RENTÁVEL CPP E CPM

MENORES QUE OS  
JORNALÍSTICOS  
DO HORÁRIO

**70%**

MAIS RENTÁVEL QUE A  
EMISSORA (A)

**24%**

MAIS RENTÁVEL QUE A  
EMISSORA (C)

**49%**

MAIS RENTÁVEL QUE A  
EMISSORA (D)

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Regiões Metropolitanas - Rat% - Dados Domiciliares - Setembro de 2024.

Tabela de Preços: Setembro 2024. | CPP e CPM: para efeito comparativo foi utilizado a média de audiência e desconto da faixa horária de cada emissora - Setembro 2024.

**63% +FIEL,**  
**QUE A MÉDIA DO**  
**GÊNERO JORNALISMO**  
**NA TV ABERTA**

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - NET dados extrapolados para TODO BRASIL conforme EDTV 2024 e Atlas de Cobertura SBT 2024 - Dados Domiciliares e Individuais -, Fid% e Permanência - Tabela de Programação - Abril a Setembro 2024

# O PRIMEIRO IMPACTO DA NOTÍCIA SEG-SEX 7:30-11:00

NOTÍCIAS DO MOMENTO • SEGURANÇA • SERVIÇOS • ESPORTES • VARIEDADES • CULTURA • QUALIDADE DE VIDA



Marcão do Povo



Marcia Dantas

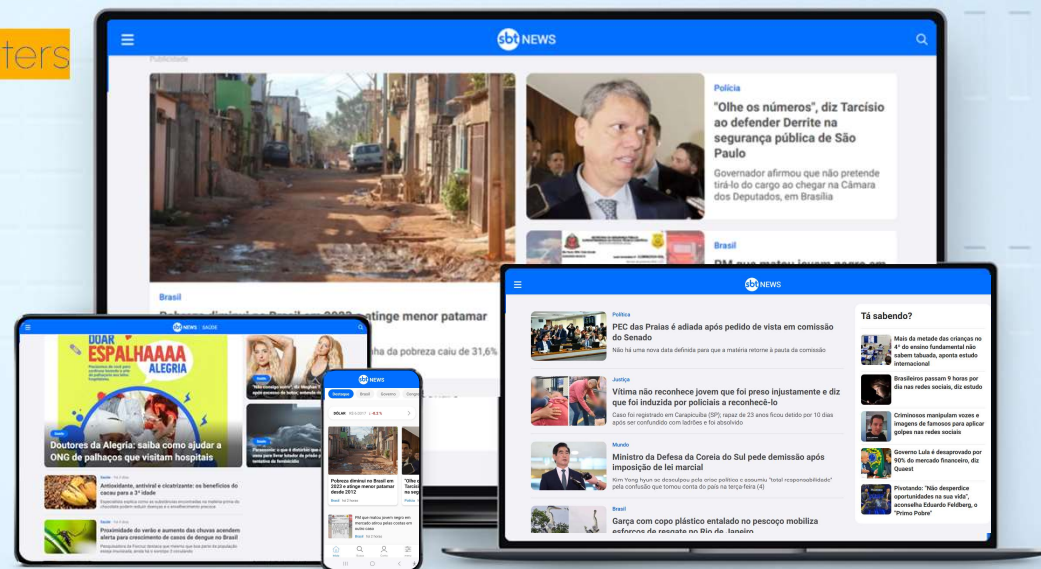


Dani Brandi

**ATÉ O FINAL  
DA MANHÃ  
11:00-12:45**

# CONTEÚDO COM A A MARCA DE MAIOR CONFIANÇA DO BRASIL

eleita pelo 4º ano consecutivo pelo Instituto Reuters



# ECOSSISTEMA DA NOTÍCIA



Fontes: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - Individuais - (Rat# extrapolado conforme fator simulação Kantar.) - Tabela de Programação - Regiões Metropolitanas extrapoladas para todo o Brasil conforme Atlas de Cobertura SBT e EDTV 2024- 1o de Janeiro a 30 de Junho de 2024. | Fonte Digital: Youtube Analytics - Período: 01/01/2024 a 30/06/2024.



# UMA AUDIÊNCIA DE MILHÕES NA TV E NO DIGITAL



**24,5 MI**

espectadores alcançados  
por mês



**41 MIN**

tempo médio assistido



**760 MI**

visualizações em 2024  
(até setembro)

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - NET dados extrapolados para TODO BRASIL conforme EDTV 2024 e Atlas de Cobertura SBT 2024 - Dados Domiciliares e Individuais - AvMRch%, Permanência - Tabela de Programação - Abril a Setembro 2024 - faixa 6:00 - 9:30. Youtube Analytics - Canal SBT News - Todos os vídeos (de 01/01/2024 até 30/09/2024)

# LÍDER EM AFINIDADE

## PÚBLICO ADULTO

ENTRE AS EMISSORAS ABERTAS

(FAIXA: 6:00-9:30 | AMBOS 18-49)

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - NET dados extrapolados para TODO BRASIL conforme EDTV 2024 e Atlas de Cobertura SBT 2024 - Dados Domiciliares e Individuais - Aff%. - Tabela de Programação - Abril a Setembro 2024

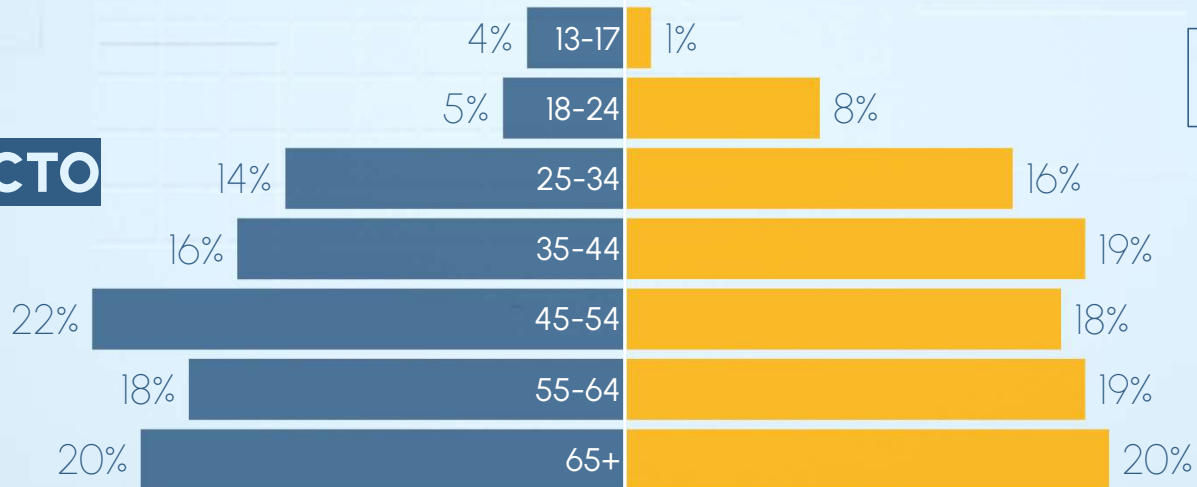
# NOSSO PÚBLICO

FAIXA: 6:00-9:30



## TV

### PRIMEIRO IMPACTO



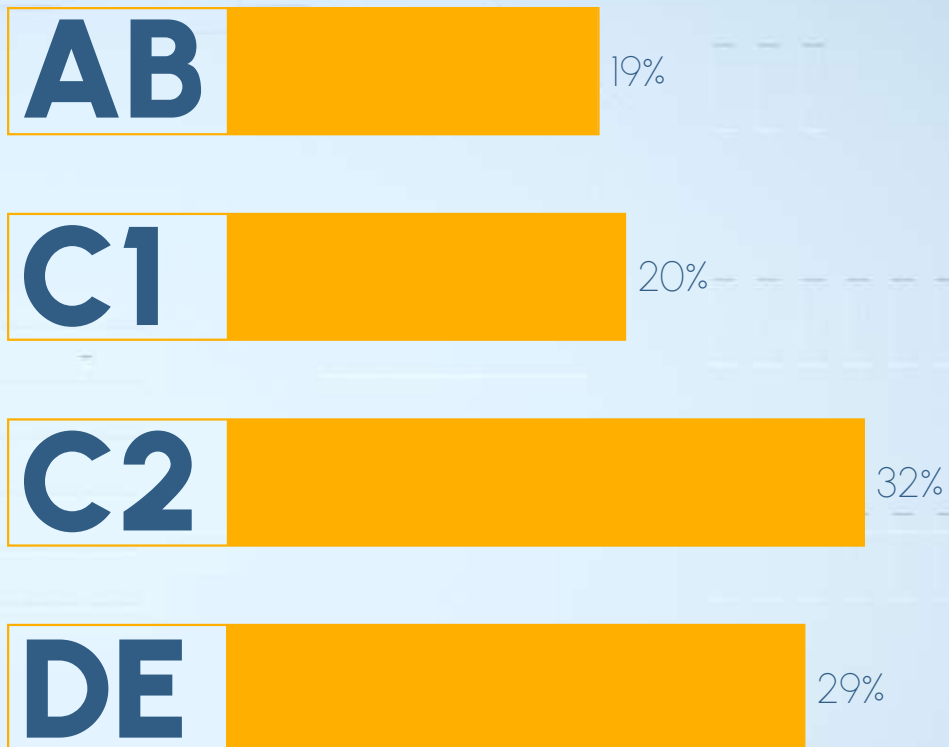
## Digital


### SBT NEWS

Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Dados Individuais – (Adh%) – Regiões Metropolitanas (15 praças) – Tabela de Programação – Abril a Setembro 2024  
Fonte: Youtube Analytics – Canal SBT News – Período: 01/01/2024 a 30/09/2024.

# PERFIL SOCIO ECONÔMICO

FAIXA: 6:00-9:30





**A MÍDIA QUE ACOMPANHA  
AS NOTÍCIAS MAIS  
IMPORTANTES DO DIA**

# PATROCÍNIO

## SUA MARCA COM MAIS CREDIBILIDADE E RESULTADO

**NET**

64,6 mi

Impactos Individuais

3,9x

Frequência Média

16,7 mi

Pessoas Alcançadas

**SPI**

8,7 mi

Impactos Individuais

4,4x

Frequência Média

2 mi

Pessoas Alcançadas

### **Vinheta caracterizada**

Oferecimento da vinheta do programa, associando-se aos valores do jornalismo

### **Comercial**

O filme da marca no break do programa

### **Testemunhal**

Marcão do Povo abre espaço no programa para sua marca

### **Pre/Mid-roll (Site, YouTube e Simulcast)**

A mensagem completa no canal de notícias do SBT e na mais nova plataforma digital de conteúdo do SBT

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Planning - RM ( 15 praças) regiões metropolitanas dados extrapolados e Grande S. Paulo extrapolada para a Capital, conforme EDTV 2024 e Atlas de Cobertura SBT 2024 | Dados domiciliares e individuais| Audiência Base: Outubro 2024

# OPORTUNIDADES

Tabelinha

Testemunhal

# TABELINHA

Um bate papo que vai direto ao ponto, trazendo os principais acontecimentos do esporte, com ênfase no futebol. Uma tabelinha entre Marcão do Povo e Luiz Alano, para deixar o público bem informado.

segunda e quarta, entre 8:30 e 9:00



3 a cada 5  
pessoas que assistem ao sbt se  
declaram fãs ou super-fãs de futebol.

Fonte: Universo: Pessoas que assistem o SBT e gostam de assistir noticiário (universo de 21,3 milhões de pessoas).



# TESTEMUNHAL

Os talentos do Primeiro Impacto transmitem a mensagem do anunciante e ainda contam com telão e bancada para apoiar a ação de merchandising.



# OBSERVAÇÕES

- Atualizado em: 23/12/24.
- Tabela de preços: Janeiro/25.
- Cotas disponíveis: Patrocínio: - 4 | Patrocínio de Quadro: - 1 por quadro
- Custos de cachê, produção e ANCINE: são cobrados separadamente e não estão inclusos na mídia. Consulte seu atendimento comercial.
- Volume Digital: impressão/visualização para formatos de CPM, visualização para formatos de CPMV, alcance para formatos de CPMA, impacto para os demais.
- +SBT: as cotas fundadoras - O Boticário, Seara, Unilever, Coca-Cola e Caixa - bloqueiam suas respectivas categorias até fevereiro/25. Consulte seu atendimento comercial.
- 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.
- Primeiro Impacto 3 e SBT News na TV: os programas são exibidos em mercado Mini NET, composto pelos mercados SAT, São Paulo (SPI), Jau (SP2), Ribeirão Preto (SP3), Rio de Janeiro (RJ1), Nova Friburgo (RJ2), Porto Alegre (RS1), Brasília DF (BRI), Belém (PA1).
- Merchandising: todos os formatos devem ser previamente aprovados pelo departamento de Solutions.
- Pre-roll/Mid-roll: a segmentação de público-alvo pode ser feita exclusivamente por geolocalização e temas de conteúdo (entretenimento, infantil, jornalismo etc.) Não há possibilidade de segmentação demográfica e outras.
- Amplificação: disponível em uma ou mais plataformas YouTube, Facebook, Instagram, Kwai e Tik Tok, com CPMV mínimo por unidade/pacote e desconto máximo de 90%. Formato indisponível para anunciantes do segmento de apostas. Consulte seu atendimento comercial.

# PRIMEIRO

## IMPACTO

