



Bom dia Sábado

Plano de patrocínio 2025

Para
começar o
final de
semana bem
informado



Bom Dia Sábado

chega para destacar a relevância que a Globo atribui às notícias de cada região do Brasil.

Com produção em São Paulo e ancorado por **Marcelo Pereira** e **Sabina Simonato**, o programa contará com a participação ao vivo de jornalistas de diversas cidades, que trarão comentários sobre as notícias regionais.

TAGS: Novidade Jornalismo Localismo

BIG NUMBERS | JÁ É DESTAQUE NO BRASIL

+19 milhões telespectadores por mês!

No horário do "Bom Dia Sábado", a Globo já atinge milhões de brasileiros com seus conteúdos de alta qualidade. **Com essa novidade, o impacto será ainda maior!**



9 em cada 10 lares já foram alcançados esse ano.



Líder em audiência entre todas as emissoras da tv aberta.



198% superior á audiência da segunda emissora da faixa horária.



Nome: Bom Dia
Sábado
Formato:
Programa de linha

Sigla: BOMS
Gênero: Jornalismo
Dia: Sábados
Horário: 6:50*
Duração: 60'
Coeficiente 15'': 0,5



Estreia
Fevereiro/
2025

RESUMO DO PROJETO | COTAS

Tipo de cota: Local

Quantidade de cotas: 03

Aproveitamento: Vinhetas de Abertura, encerramento e de passagem.

Período mínimo de aquisição: 8 semanas

Investimento: R\$ 3.178,00 (8 semanas)



VEJA O PLANO COMPLETO



Sem atenção, não há memória.
Sem memória, não há marca.

A TV é uma powerhouse da atenção.



Maior capacidade de imersão

(tamanho de tela e experiência sonora)

Menor distração

(o que acontece ao redor do anúncio)

Maior visibilidade

(sempre exibe 100% dos pixels, em 100% de cobertura da tela, 100% do tempo)

Maior qualidade do conteúdo

(programação premium)

Maior qualidade dos criativos

(TV é destino dos melhores criativos)

**TUDO ISSO
VOCÊ
ENCONTRA NO
ECOSSISTEMA
GLOBO**





Jornalismo em destaque

Entre os temas mais relevantes no consumo das mídias, os noticiários se destacam ao ocupar a primeira posição.

O interesse por notícias é
10% maior
entre os consumidores
Globo

**1.**

Noticiários nacionais ou locais

2.

Esportes em geral

3.

Novelas de TV

4.

Futebol

5.

Estudos acadêmicos ou educação

6.

Noticiários internacionais

7.

Humor

8.

Receitas, culinária ou gastronomia

9.

Política

10.

Arte, cultura ou literatura



77%

dos **interessados por notícias** são
consumidores dos conteúdos **Globo.**



O jornalismo da Globo é referência indiscutível no Brasil.

Referência de altos índices de audiência e influência nacional nos diversos meios em que está presente.

Espectadores Globo & Consumidores de notícias



Além dos altos índices de afinidade em todos os meios



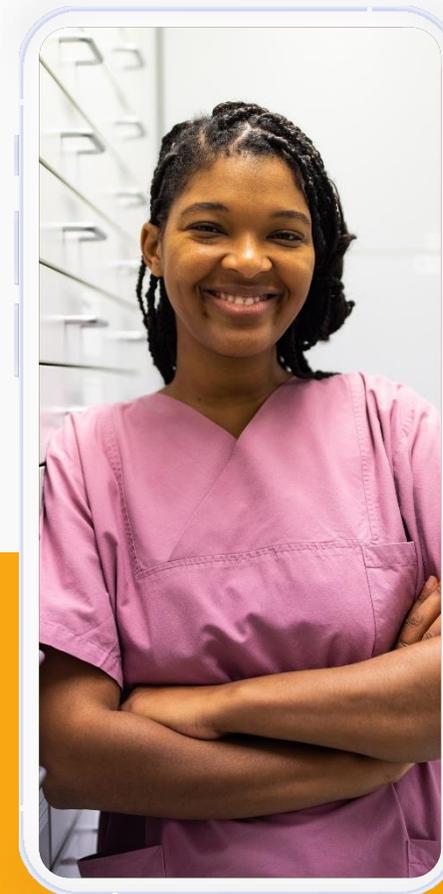
Sábado é um momento para se relacionar com a casa sem a pressão da semana.

“Mood” do sábado de manhã dos brasileiros

Resolver o que precisa ou o que ficou pendente da semana que passou;



É um momento de tarefas domésticas, feira, academia, cuidar do carro.



Para quem **trabalha**, é mais um dia de obrigações, mas não deixa de ser sábado – não é um dia da semana qualquer. Sábado é sábado, a energia é outra!



E para que todos
comecem o final de
semana bem informados,
a Globo traz para as
manhãs de sábado de
todo o Brasil um
novo noticiário matinal.





Bom dia Sábado

Telejornal chega para todo Brasil destacando a relevância que a Globo atribui às notícias de cada região.

O **Bom Dia Sábado** tem como objetivo iniciar o fim de semana dos telespectadores com as principais informações sobre o Brasil e suas comunidades, destacando a importância que a Globo dá à comunicação com cada região.



Resumo de programação

Sigla: BOMS

Gênero: Jornalismo

Valor de 15'': R\$ 176,50

Valor de 30 : R\$ 353,00

Dia: Sábados

Horário: 6:50*

Duração: 60'

*Em alguns mercados o horário e a duração do programa podem sofrer alterações.

** Previsão de início do programa: Fev/2025

Já são milhões de brasileiros

Todo sábado, no horário do "**Bom Dia Sábado**", a Globo atinge milhões de brasileiros com seus conteúdos de alta qualidade. Com essa novidade, o impacto será ainda maior!



+7,6 milhões
por semana

+19,4 milhões
por mês

+53,6 milhões
em oito meses



Já é destaque no Brasil!

Com narrativas de impacto, qualidade e credibilidade,
os números refletem sua influência na faixa horária:



9 em cada 10

lares já foram alcançados esse ano.



Líder em audiência

entre todas as emissoras da tv aberta.



198% superior

à audiência da segunda emissora
da faixa horária.

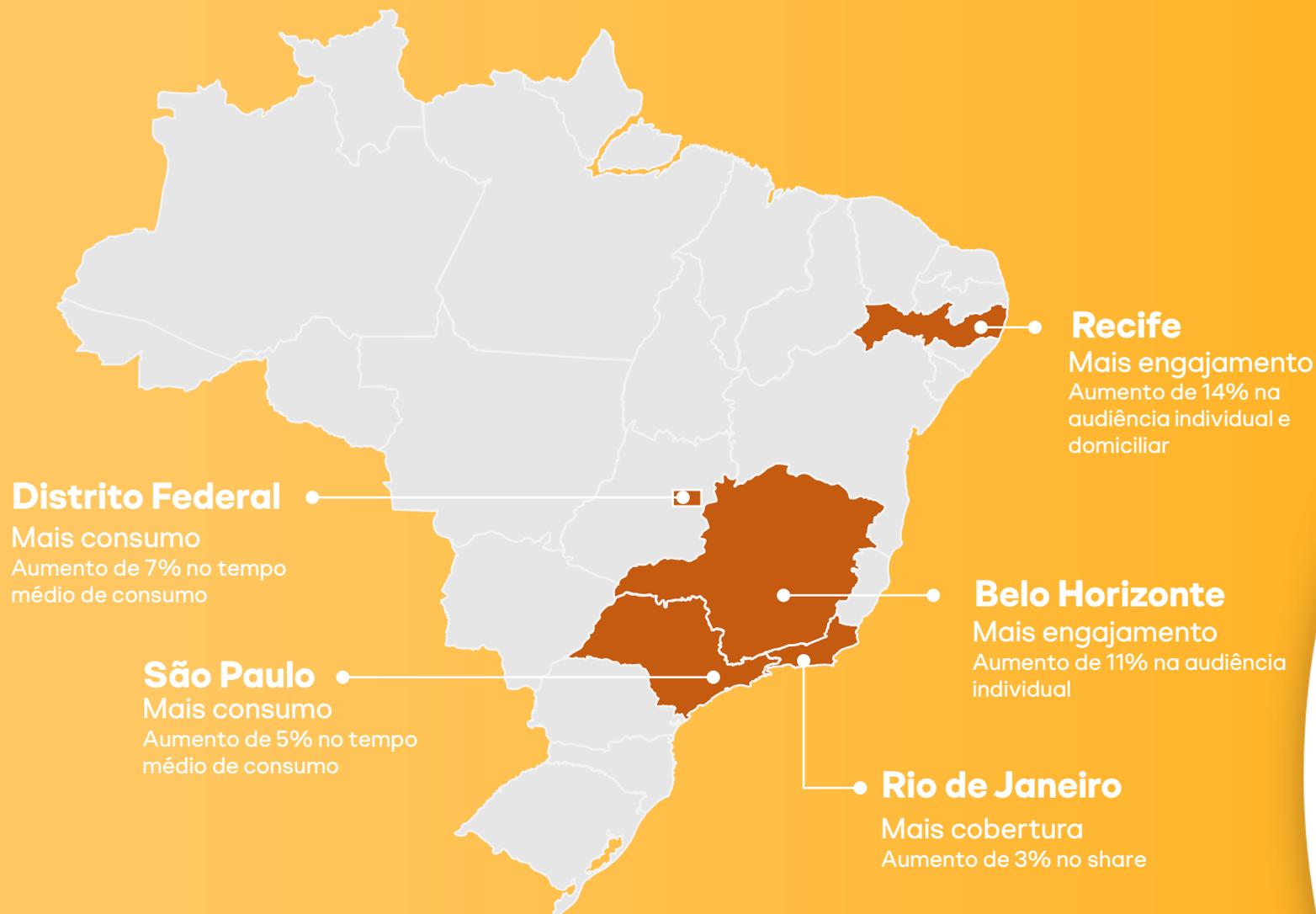
Alcance x Fidelidade + Audiência

Jornais das emissoras da TV aberta



Quanto maior o tamanho da circunferência, maior a audiência do programa

Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics - RM- Regiões Metropolitanas - Base TLE - Rat%, Fid% e Rch% Total Indivíduos - 01/01/2024 a 31/08/2024 vrs. mesmo período do ano anterior. Faixa horária: . 06:50 às 07:50, sábados.



**Em cada
Regional Globo
a faixa horária
também já é
destaque!**

**Líder de audiência
em todas as praças.**



Entregáveis do patrocínio

Formatos especiais permitem às marcas se destacarem em diferentes momentos da jornada de consumo do cliente.



Audiência e frequência com o patrocínio na TV Globo

Quando uma marca é patrocinadora, ela não se faz apenas presente. Com formatos lineares em todas as exibições do programa, a marca acaba fazendo parte, onde a audiência gosta, valoriza e consome. O impacto positivo e favorabilidade sobre a marca são imediatos.

8 em 10

Afirmam que apenas marcas de qualidade patrocinam os programas da Globo

Fonte: Globo Tracking | Ad Services



O papel das entregas de patrocínio linear

Vinhetas de patrocínio são MUITO eficientes em impulsionar a resposta de **engajamento atencional** para a comunicação da marca durante o comercial que é precedido pelo formato.

As vinhetas de encerramento **chancelam o patrocinador** junto aos telespectadores, com aproveitamento de marca determinado no final do conteúdo do programa.



As vinhetas de passagem ajudam ainda mais no **envelopamento** do programa e na **memorização** da comunicação, principalmente quando estão acompanhadas de elementos do comercial da campanha.



Adicione comerciais no break do programa para aumentar a visibilidade da sua marca!

Confira preços no slide 23.



Esquema comercial

Quantidade de cotas:

3 cotas por mercado

Tipo de cota:

Mercado local (123 emissoras)

Período:

de Fevereiro a Dezembro 2025

Plano de inserções TV por programa*:

- 1 vinheta de abertura de 5"
- 1 vinheta de passagem de 5"
- 1 vinheta de encerramento de 5"

Investimento: R\$ 3.178,00 (8 semanas)

* Cotas locais na TV Globo existe a opção da troca da assinatura (abertura e encerramento) para 7" ou 3" sem alteração no preço. Caso o patrocinador opte pela assinatura de 3" nas caracterizações de abertura e encerramento, será adicionado um comercial de 10" no intervalo do programa. A vinheta de passagem é mantida com duração de 5".

Observações



O valor de patrocínio é fixo, válido para compras realizadas entre o período de Upfront. Cotas não comercializadas até este prazo poderão ter atualizações em seus valores.

TV ABERTA

Em função de necessidade operacional, os patrocínios desses programas deverão ser veiculados mercado a mercado.

- A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais ligadas aos programas. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes dos patrocinadores dos programas, exceto quando mencionado no plano comercial.
- Dias e horários de exibição dos programas estão sujeitos a alteração.
- Para patrocínios de programas de linha, ou seja, programas que tem presença regular e anual na grade dos canais Globo, o prazo de prioridade de renovação para os patrocinadores vigentes é de até 30 dias antes do término da exibição. Após este prazo, deixa de existir a prioridade, ficando a cota disponível para negociação com outro anunciante.
- Nos mercados do Paraná, Bahia, Sergipe, Acre, Amazonas, Amapá, Rondônia e Roraima que o Bom Dia Sábado já é exibido, existem prioridade de compra, consulte o atendimento comercial.
- A aquisição mínima estabelecida para compra/renovação seguirá da seguinte forma: Programas semanais são no mínimo 8 semanas.
- As caracterizações dos patrocínios (abertura, encerramento, vinheta de passagem) da programação de linha deverão seguir as seguintes orientações:
 - Vídeo:
 - Duração de 3, 5 e 7 segundos de imagens com movimento.
 - Não serão permitidas imagens de atores com movimentos labiais.
 - O material não poderá apresentar mais do que uma marca/produto.
 - Caso o programa seja patrocinado por uma linha de produtos, as imagens não poderão dar destaque a nenhum produto particularmente; a ênfase deve ser apenas na linha de produtos.
 - Áudio:
 - 3 segundos: máximo de 4 palavras | 5 segundos: máximo de 10 palavras | 7 segundos: máximo de 12 palavras



Observações

- Na vinheta a identificação do patrocinador ou marca no início do texto. Se mais de uma palavra for usada para designar uma marca ou produto, serão contabilizadas individualmente. Caso o texto apresente números ou siglas, estes serão computados por elementos, isoladamente. Se o programa for patrocinado por linha de produtos, poderá haver menção apenas da linha de produtos.
- Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.
- Para os programas com cotas Mercado Nacional, a Globo está aberta à análise de novas alternativas comerciais.
- Para os programas com cotas locais na Globo existe a opção da troca da assinatura (abertura e encerramento) de 5" pela de 3" sem alteração no preço. Caso o patrocinador opte pela assinatura de 3" nas caracterizações de abertura e encerramento, terá direito a um comercial de 10" no intervalo de cada programa.
- Poderão ser exibidas chamadas sem assinatura do patrocinador, em função de necessidades estratégicas e promocionais dos programas.
- Os patrocinadores poderão fazer ofertas e promoções, tanto em áudio quanto em vídeo, nas vinhetas caracterizadas (abertura, encerramento, chamada, passagem, bloco etc.). A duração deve ser igual ou superior a 5 segundos, desde que respeitadas as seguintes condições:
 - Áudio: Locução com citação do valor da oferta e/ ou menção específica da promoção.
 - Vídeo: Possibilidade de mostrar explicitamente preço/oferta na tela, (informação vazada sobre fundo original do material, sem tarja ou fundo específico).
- Cabe ao patrocinador arcar com os custos de envio dos seus materiais através dos players homologados pela Globo.
- O patrocínio do programa não bloqueia a venda de comerciais avulsos nos intervalos, inclusive para concorrentes.
- O programa pode ter ações de merchandising e/ou projetos especiais comercializados, na TV e/ou no Digital, que não bloqueiam o patrocínio.
- Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia Linear e Digital.
- O plano de veiculação segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos, Lista de Preços e Código de Ética e Conduta da Globo em caso de dúvida entrar em contato com OPEC ou atendimento comercial.

ENTREGA, TROCA E REUTILIZAÇÃO DE MATERIAL

Entregas de materiais, trocas, produções de peças e reutilizações deverão ser consultados à OPEC.

