

2023 MEDIA KIT



SOBRE A CNNIC

A CNN International Commercial (CNNIC) é a líder no setor de publicidade internacional, vendas e distribuição de conteúdo.

Por meio de parcerias para conteúdos sob medida e conteúdos comerciais premiados, trabalhamos com muitas das marcas mais reconhecidas do mundo. Produzido em nosso estúdio de marca interno, Create, e impulsionado pelo uso de dados e recursos digitais avançados, nosso trabalho traz resultados.

Continue lendo para saber mais sobre nossas plataformas e soluções.



Notícias são indispensáveis

As pessoas recorrem a marcas de notícias internacionais para entender o que está acontecendo no mundo. Eles percebem a importância das notícias de última hora durante a pandemia e em tempos de crise.



8 em cada 10

Consumiram notícias internacionais no último mês¹

Mais de 80% consideram as notícias de última hora importantes para eles²

Mais de 1 milhão de pessoas passam pela CNNi todos os meses

A mais relevante e mais assistida rede de notícias do mundo

CNNi é o canal de notícias internacional de **maior awareness** e o mais visto entre os brasileiros

idade

25+ anos **90%**

gênero

homens **55%**
mulheres **45%**

classe

A **43%**
B **38%**
C **18%**

Final da tarde e à noite

são os períodos que mais assistem ao canal (17h-24h)

A CNNi concentra **7x mais pessoas da classe A** e **2x mais pessoas das classes AB** do que a média da população



Quando a notícia acontece, as pessoas procuram a CNN

Atualmente, o valor da nossa marca nunca foi tão pronunciado. A CNN está na posição mais forte em seus mais de 40 anos de história – conectando os consumidores ao que precisam saber num momento onde isso é mais vital do que nunca.

A CNN é a emissora internacional mais reconhecida e consumida, com 'Breaking News' como sua principal associação.

81%

Consciência de marca¹

A CNN é a marca de notícias mais conhecida no mundo, com 81% das pessoas tendo ouvido falar dela

56%

Envolvimento da marca²

A CNN é a marca de notícias mais consumida no mundo – quase 6 em cada 10 pessoas já leram/viram notícias na CNN

#1

A melhor em notícias de última hora³

A CNN oferece audiência global em grande escala, alcançando 41% mais audiência do que a concorrente mais próxima

UMA MARCA INTERNACIONAL DE NOTÍCIAS

Contando histórias em todas as telas e plataformas 24x7

860,5 mi

Alcance Mensal Global
(TV + Digital) da Marca

GWI no 2º trim. de 2022 47
mercados
On-line adultos entre 16-64

426,2 mi

Residências e Quartos
de Hotel
com TV 24 horas Global

Distribuição CNN
1º trim. de 2022

2,1 bi

PV Mensal Global
(CNN, CNNI, CNN BIZ, Apps,
CNNE, Arabic)

Adobe Reports e Analytics;
Ave Fev-Julho de 2022

53,5 mi

Lançamentos de
Aplicativo móvel global

Adobe Analytics
22 de julho

9,9 mi

Assinaturas de boletins
digitais globais da CNN

Zeta Global
Julho de 2022

187 mi

UVs mensais
Multiplataforma Global

Comscore MMX®
Multiplataforma, março 2022

26,1 mi

Global CNN/CNNE/HLN
Downloads de áudio

Triton Digital, julho de 2022

257,4 mi

Total global de vídeos
em redes sociais

Facebook + Twitter + YouTube
Julho de 2022

232,5 mi

CNN global
Fãs nas Redes Sociais

Facebook + Twitter +
Instagram / 02 Ago 22

1,8 bi

Global WarnerMedia
Fãs nas Redes Sociais

Compartilhável Mar22
(Facebook, Twitter, Instagram, YT)

LAUNCHPAD

A CNN É EFICIENTE EM ALCANÇAR OS ADULTOS ONLINE

Alcance mensal entre
plataformas
Adultos de 16 a 64 anos
(Tamanho do público)

AMÉRICA DO NORTE

47% (106,6 mi)

+96% vs a 2ª emissora internacional



LATAM

55% (142,2 mi)

+136% vs a 2ª emissora internacional



EUROPA

27% (113,6 mi)

+31% vs a 2ª emissora internacional



ORIENTE MÉDIO

46% (34,6 mi)

+69% vs a 2ª emissora internacional



ÁFRICA

59% (91 mi)



APAC

45% (372,6 mi)

+13% vs a 2ª emissora internacional



CANAL DE TV NÚMERO UM

Assumindo a liderança em todas as regiões

Alcance mensal da TV
Adultos de 16 a 64 anos
(Tamanho do público)

AMÉRICA DO NORTE

34% (78,4 mi)

+41% vs a 2º emissora internacional



LATAM

40% (104,4 mi)

+258% vs a 2º emissora internacional



EUROPA

20% (85,3 mi)

+102% vs a 2º emissora internacional



ORIENTE MÉDIO

29% (21,6 mi)

+57% vs a 2º emissora internacional



ÁFRICA

46% (71,1 mi)

+4% vs a 2º emissora internacional



APAC

37% (308,5 mi)

+37% vs a 2º emissora internacional



EMISSORA DE NOTÍCIAS NÚMERO UM

Assumindo a liderança em todas as regiões

Alcance digital mensal
Adultos de 16 a 64 anos
web/aplicativos/mídia social/
outro lugar na internet
(Tamanho do público)

AMÉRICA DO NORTE

34% (78,9 mi)

+32% vs a 2º emissora internacional de notícias digitais



EUROPA

18% (75 mi)

+14% vs a 2º emissora internacional de notícias digitais



APAC

32% (264,8 mi)

+4% vs a 2º emissora internacional de notícias digitais



ORIENTE MÉDIO

39% (29,1 mi)

+1% vs a 2º emissora internacional de notícias



LATAM

42% (107,8 mi)

+114% vs a 2º emissora internacional de notícias digitais



ÁFRICA

47% (72,1 mi)

+2% vs a 2º emissora internacional de notícias



SOMOS MAIS DO QUE APENAS NOTÍCIAS DE ÚLTIMA HORA



CNN travel

26,22 mi

Média mensal de visitantes únicos global



CNN style

9,5 mi

Média mensal de visitantes únicos global



CNN health

22,5 mi

Média mensal de visitantes únicos global



CNN BUSINESS

49 mi

Média mensal de visitantes únicos global



CNN OriginalSeries

Número 1

Searching for Italy:
Série original da CNN nº 1 de todos os tempos



O portal de CNNi tem mais de
1 milhão de page views e quase
2 milhões de views mensais

E nem só de notícias vivem os
viewers de CNNi.

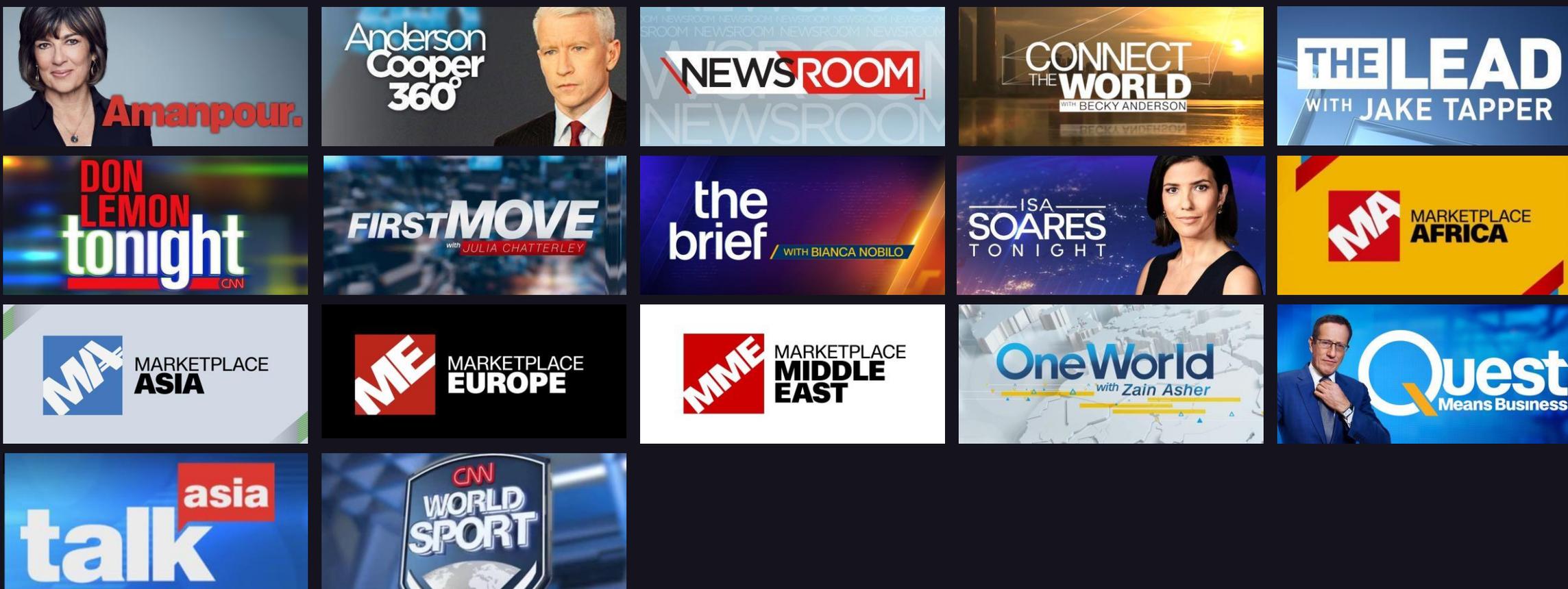
Além de Noticiários, se interessam
também por:

Educação (79%)
Arte & Cultura (76%)
Turismo & Viagens (74%)
Esportes (70%)
Culinária & Gastronomia (70%)

Pelas redes sociais é onde mais se
engajam e consomem conteúdos de
CNNi

PROGRAMAÇÃO ÂNCORA

Patrocínio diário, semanal e mensal e oportunidades de adjacência de anúncios ao longo do dia e na TV, digital e mídia social.



PERFIL DA AUDIÊNCIA DA CNN

% entre o público mensal da marca CNN
(Índice de afinidade vs total de adultos)

DADOS DEMOGRÁFICOS BÁSICOS

| | |
|--|---|
| | |
| | Gen. Z e Y (104) 64% |
| | Nível superior ou pós-graduação (111) 36% |
| | Famílias com filhos (111) 50% |
| | Empregados (108) 75% |

TAMANHO DA EMPRESA

| | |
|--|--|
| | Abaixo de 250 funcionários (105) 45% |
|--|--|

INFLUENTE NOS NEGÓCIOS

| | |
|--|---|
| | Responsáveis por decisões de negócios (130) 35% |
| | Gerentes ou superior (126) 36% |
| | Gerentes de orçamento e compradores (136) 19% |

PROPRIEDADES

| | |
|--|---|
| | Tem 1+ carro (104) 70% |
| | Tem 1+ propriedade (109) 77% |
| | Dispositivos vestíveis próprios (120) 37% |

ALTAMENTE AFLUENTE

| | |
|--|---|
| | Renda alta ou valor alto em poupança / investimento (127) 14% |
| | Segmento de renda mais alta* (125) 13% |
| | Investimentos próprios (3+) (132) 39% |

VIAJANTE FREQUENTE (nos últimos 12 meses)

| | |
|--|---|
| | 1+ viagem doméstica / internacional (111) 84% |
| | Viagem com percurso médio/longo ao exterior (129) 40% |
| | Classe exec. / 1ª classe (137) 36% |

Base: Apenas 43 mercados globais, excluindo 4 mercados africanos: Marrocos, Gana, Nigéria e Quênia.

Universo (amostra): Total de adultos de 16 a 64 anos – 1.847.440.231 (215.110) vs audiências mensais da marca CNN Total de adultos de 16 a 64 anos - 786.912.981 (54.385) Fonte: GWI Q2 2022 *Entre os 8-12% do segmento de renda alta

ENTENDEMOS OS VALORES DA NOSSA AUDIÊNCIA



62%

Pesquisou ou comprou
itens de estilo de alto
valor online



57%

Navegou em sites e
aplicativos de
negócios
no mês passado



69%

Curtem aventura,
esportes radicais,
e atividades ao ar
livre



68%

Estão interessados
em saúde, fitness e
exercícios



62%

Preocupam-se com
questões ambientais,
vida selvagem e
natureza

OPORTUNIDADES DE CONTEÚDO NAS PLATAFORMAS



Conteúdo de marca

De conteúdos em vídeo ao design da marca, nosso estúdio interno oferece experiência e produção de primeira classe em todas as plataformas.



Editorial Patrocinado

Nosso público premium quer mais do que notícias, porque as reportagens que mais importam refletem seus interesses variados.



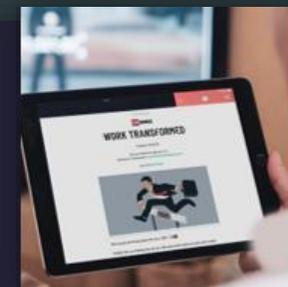
Social

Impulsiona o engajamento de conteúdo editorial de marca e patrocinado das mídias sociais da CNN usando mídia direcionada.



Áudio

Fornecemos soluções em áudio para nossos parceiros por meio de podcasts e patrocínios de marca.



Newsletters

Esteja em momentos ou conteúdos culturais de interesse da marca entregues diretamente aos consumidores em movimento.



create.impact



create.connection



create.inclusivity

Nossos serviços

Criam engajamento para sua marca

O estúdio de marca da CNN International conta histórias que ajudam as pessoas a entender melhor o mundo ao seu redor por meio da experiência dos outros.

[Descubra mais >](#)





CNN
task

Nossos serviços

Desbloqueie oportunidades de turismo e desenvolvimento

Nossa consultoria em publicidade de turismo reforça as ações de marketing das nações, proporcionando soluções de comunicação motivadas por inteligência no setor de turismo, experiência em marketing e alinhamento das partes interessadas.

[Descubra mais](#)

CNN

AIM

Nossos serviços

Entregam campanhas baseadas em dados

Ao combinar vários pontos de contato de dados, oferecemos públicos altamente segmentados imbatíveis em escala para atender às metas da campanha. Sabemos como manter as marcas seguras, onde nosso público consome nosso conteúdo e outros tipos de conteúdo que estão consumindo mantendo os dados seguros e protegidos.

Nossa ferramenta Audience Insight Measurement (CNN AIM) permite segmentar o usuário certo para cada campanha.

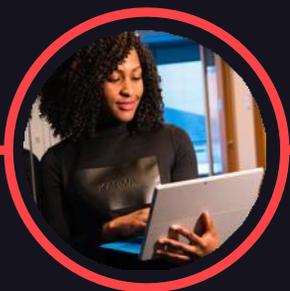
DIRECIONAMENTO PRÓPRIO DA CNN AIM

Combinamos vários pontos de contato de dados para fornecer audiências altamente segmentadas imbatíveis em escala, compreendendo 6 elementos principais:



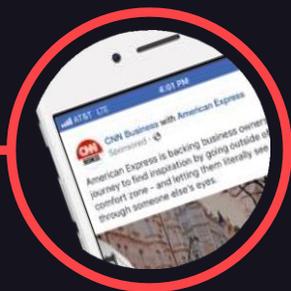
Contexto

Artigos focados em um assunto específico em todos os sites/seções da CNN



Conta

Dados de terceiros identificam usuários de um domínio específico



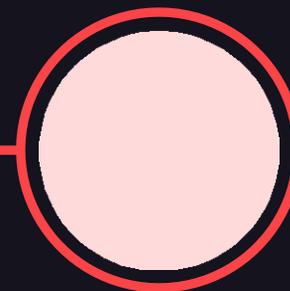
Comportamento

Conteúdo relevante visualizado em sites da CNN; URLs de referência; palavras-chave do artigo; social; e uso do dispositivo



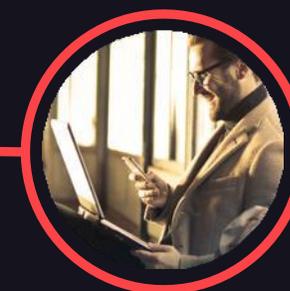
Localização

Segmente os usuários com base nos locais específicos em que estiveram. por exemplo. no transporte, em bairros da cidade, etc



Intercâmbio de dados

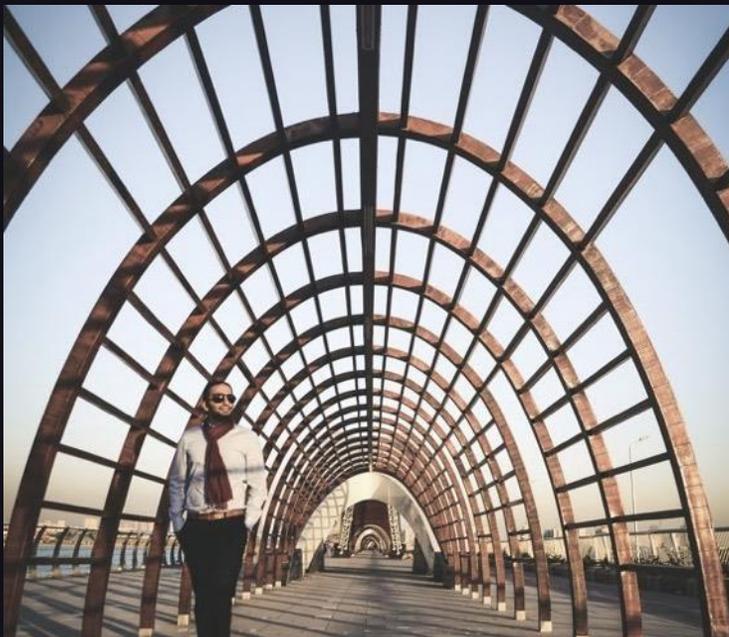
dados primários conjuntos são conectados com segurança para criar uma visão unificada de nossos usuários na web



Semântica

Segmentação de públicos com base no sentimento de determinadas páginas/artigos

O QUE ISSO SIGNIFICA PARA VOCÊ



**Uma escala global
para iluminar os mercados
certos para você**



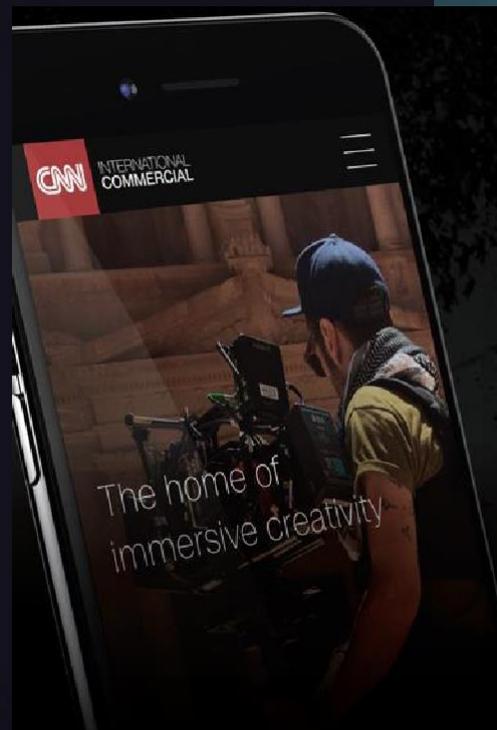
**Ponto único de acesso
com serviço de alto nível**



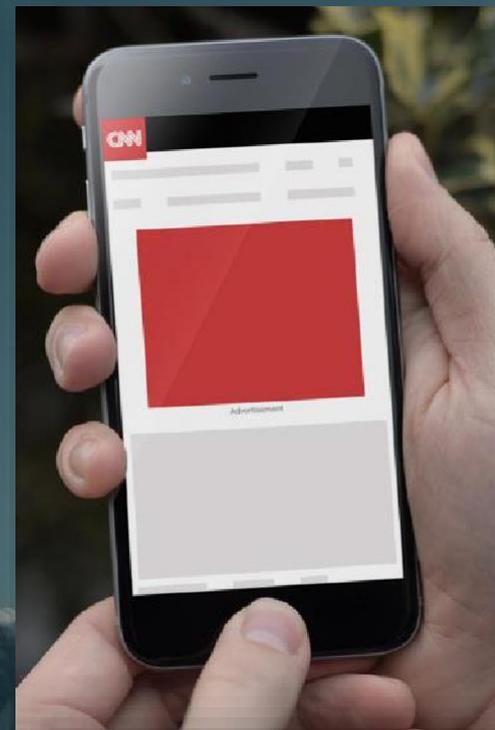
**Lindas reportagens
que atingem em cheio
audiências poderosas**

Entre em contato

Fale conosco para mais informações sobre oportunidades de publicidade e patrocínio, ou para um briefing sobre algo mais personalizado.



Veja os estudos de caso de nossos clientes mais recentes;
[comercial.cnn.com/
resultados](https://comercial.cnn.com/resultados)



Para ver a lista completa da nossas especificações de TV e anúncios digitais;
[comercial.cnn.com/
technical-specifications](https://comercial.cnn.com/technical-specifications)



Para tabelas de tarifas de publicidade na TV e digital, entre em contato conosco;
XXXX@warnermedia.com



INTERNATIONAL
COMMERCIAL