

# Saúde Bucal

Importa!

# Saúde Bucal Importa

Outubro é o mês de celebrar o Dia Nacional da Saúde Bucal e é uma grande oportunidade de gerar impacto real na vida dos paranaenses. É quando informação, cuidado e prevenção se unem para incentivar hábitos diários que transformam sorrisos e promovem qualidade de vida.

Nesta data, nossa campanha temática vai conscientizar sobre a importância do autocuidado e da segurança que um sorriso saudável transmite.

MERCADOS

8 mercados RPC

PERÍODO

14 a 25 de Outubro

COTAS

1 cota por mercado



O cuidado com o sorriso vai além da estética, ele transforma a autoestima, relacionamentos e a qualidade de vida.







## 39 milhões

de brasileiros usam próteses dentárias, onde 1 a cada 5 tem entre 25 a 44 anos.

*Fonte: Organização Mundial da Saúde*

## 3,5 bilhões

de pessoas sofrem com algum tipo de doença bucal ao redor do mundo.

*Fonte: IBGE, 2019.*



O estudo “Percepções Latino-americanas sobre Perda de Dentes e Autoconfiança” feito pela *Edelman insights* apontou que:

38%

dos entrevistados manifestaram que se sentem inseguros para ir a festas e eventos.

52%

afirmam que a perda de dentes deixou a aparência do seu rosto pior.

Fonte: Agência Brasil



# Sorrisos contam historias

Cuidar deles é preservar momentos, guardar memórias e proteger as pessoas que amamos. E, para os paranaenses, saúde é prioridade:

Disposição para investir

51%

dizem que realizam exames de saúde de forma regular, mesmo estando bem.

78%

dizem que pagariam QUALQUER PREÇO pela sua saúde.

Prevenção Constante

Fonte: TGI TG BR – Curitiba – 2024 R4 – Respondentes.





# Do BOM DIA ao BOA NOITE:

Com uma grade variada e formatos estratégicos, sua marca estará presente nos momentos que acompanham a rotina do público, fortalecendo a conexão com quem realmente importa. Este é um convite para sua marca participar de um projeto que cuida, inspira e conscientiza sobre a importância da saúde bucal — transformando cuidado em impacto real na vida dos paranaenses.



# Formatos

Especificação sobre a campanha



# Formatos

## Campanha Temática: Tudo começa com um sorriso

Vamos inspirar o público a descobrir como o cuidado diário transforma sorrisos desde o início da vida. Em um filme temático, vamos compartilhar informações e conscientizar que um sorriso bem cuidado não só previne doenças bucais, mas também abre caminhos e dá confiança para ir atrás dos sonhos.

Na televisão, o filme terá 30" de duração, sendo 25" de conteúdo e 5" de assinatura do anunciante.



CAMPANHA TEMÁTICA

# CAMPANHA NO DIGITAL

A campanha temática também estará presente no digital e o filme será exibido no formato “banner vídeo contextualizado”. Será uma derivação do filme exibido na televisão com o formato de 10” exclusivo para o digital.



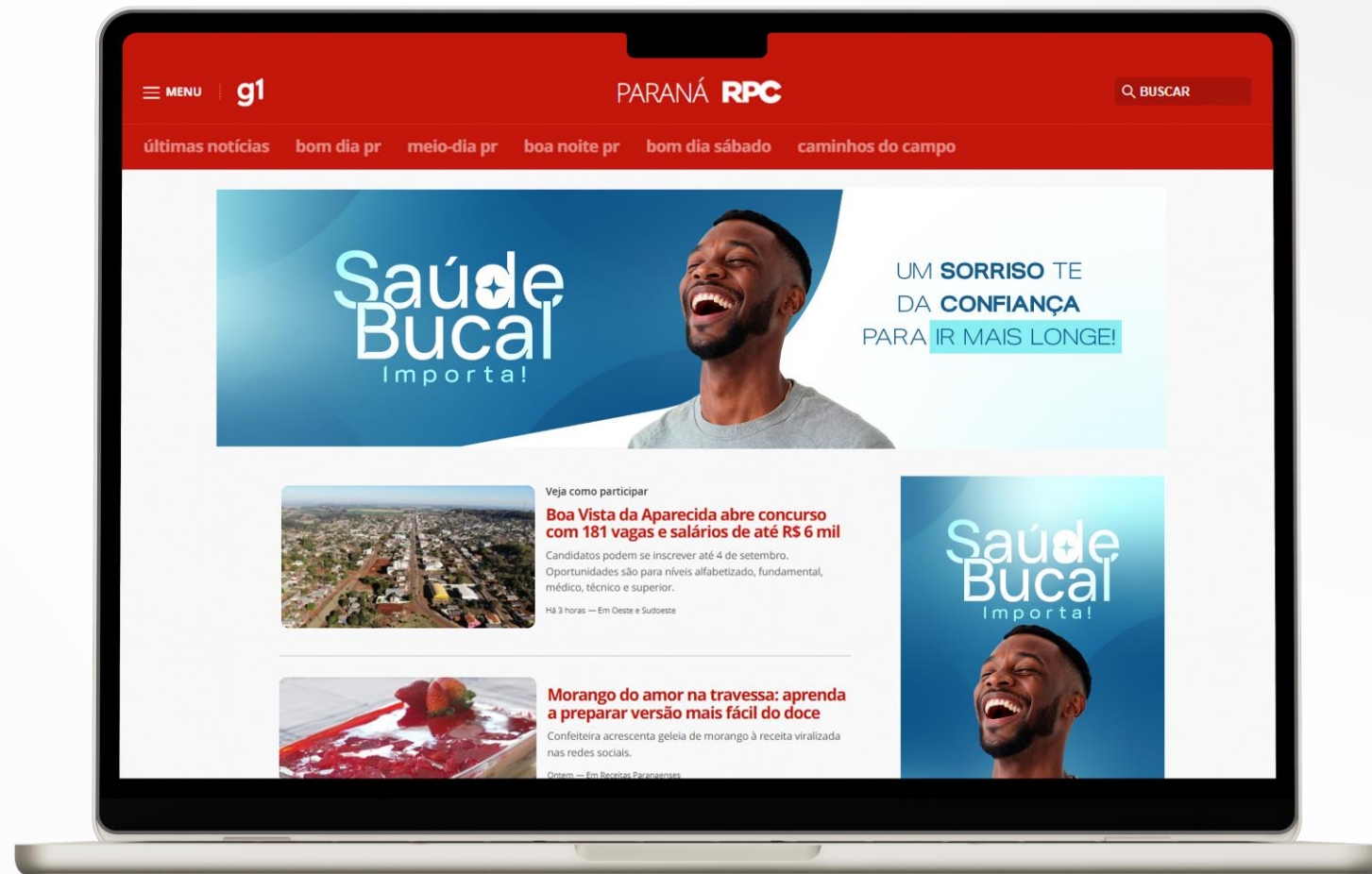
SAÚDE EM TODAS AS TELAS

# MÍDIA DISPLAY

No digital utilizaremos formatos de mídia display para divulgar a campanha e o anunciante assinará as peças de banner vídeo.



*\*Imagem meramente ilustrativa*





# Entregas

Cronograma e entregáveis

# Curitiba

Cronograma e entregáveis

### Entregas Digital



Banner vídeo contextualizado

Geolocalização: RPC Curitiba

Período: Outubro de 2025

**220 mil**  
impressões

### Entregas TV



**21**  
inserções

**780**  
mil pessoas  
alcançadas

**2.8 mi**  
Impactos gerados

### Campanha de Televisão e digital

## Esquema Comercial

Período de veiculação:  
14 a 25 de outubro

Mercado de veiculação: RPC Curitiba

Target: Universo

Mídia Básica:

Bom dia Paraná, Encontro, Mais Você, Globo Esporte, Globo Rural, Vale a Pena Ver de Novo, Sessão da Tarde, Tela Quente, Jornal da Globo.

Número de cotas: 1 (uma) por mercado

Sites: g1, ge e receitas.com

*Fonte: Kantar Ibope Media – Curitiba – agosto/25 Total de Indivíduos | Dados extrapolados para área de cobertura da RPC Curitiba.*



# Londrina

Cronograma e entregáveis

### Entregas Digital



Banner vídeo contextualizado

Geolocalização: RPC Londrina

Período: Outubro de 2025

**50 mil**  
impressões

### Entregas TV



**21**  
inserções

**270**  
mil pessoas  
alcançadas

**635**  
mil impactos gerados

### Campanha de Televisão e digital

## Esquema Comercial

Período de veiculação:  
14 a 25 de outubro

Mercado de veiculação: RPC Londrina

Target: Universo

Mídia Básica:

Bom dia Paraná, Encontro, Mais Você, Globo Esporte, Globo Rural, Vale a Pena Ver de Novo, Sessão da Tarde, Tela Quente, Jornal da Globo.

Número de cotas: 1 (uma) por mercado

Sites: g1, ge e receitas.com

*Fonte: Kantar Ibope Media – Curitiba – agosto/25 Total de Indivíduos | Dados extrapolados para área de cobertura da RPC Curitiba.*

# Maringá'

Cronograma e entregáveis



## Entregas Digital



Banner vídeo contextualizado

Geolocalização: RPC Maringá

Período: Outubro de 2025

**40 mil**  
impressões

## Entregas TV

**21**  
inserções**170**  
mil pessoas  
alcançadas**579**  
mil impactos gerados

## Campanha de Televisão e digital

# Esquema Comercial

Período de veiculação:  
14 a 25 de outubro

Mercado de veiculação: RPC Maringá

Target: Universo

Mídia Básica:

Bom dia Paraná, Encontro, Mais Você, Globo Esporte, Globo Rural, Vale a Pena Ver de Novo, Sessão da Tarde, Tela Quente, Jornal da Globo.

Número de cotas: 1 (uma) por mercado

Sites: g1, ge e receitas.com

# Cascavel

Cronograma e entregáveis

## Entregas Digital



Banner vídeo contextualizado

Geolocalização: RPC Cascavel

Período: Outubro de 2025

**25 mil**  
impressões

## Entregas TV

**21**  
inserções**244**  
mil pessoas  
alcançadas**510**  
mil impactos gerados

## Campanha de Televisão e digital

# Esquema Comercial

Período de veiculação:  
14 a 25 de outubro

Mercado de veiculação: RPC Cascavel

Target: Universo

Mídia Básica:

Bom dia Paraná, Encontro, Mais Você, Globo Esporte, Globo Rural, Vale a Pena Ver de Novo, Sessão da Tarde, Tela Quente, Jornal da Globo.

Número de cotas: 1 (uma) por mercado

Sites: g1, ge e receitas.com

*Fonte: Kantar Ibope Media – Curitiba – agosto/25 Total de Indivíduos | Dados extrapolados para área de cobertura da RPC Curitiba.*



# Foz do Iguaçu

Cronograma e entregáveis

## Entregas Digital



Banner vídeo contextualizado  
Geolocalização: RPC Foz do Iguaçu  
Período: Outubro de 2025

**26 mil**  
impressões

## Entregas TV



**21**  
inserções

**184**  
mil pessoas  
alcançadas

**565**  
mil impactos gerados

## Campanha de Televisão e digital

# Esquema Comercial

Período de veiculação:  
14 a 25 de outubro

Mercado de veiculação: RPC Foz do Iguaçu

Target: Universo

Mídia Básica:  
Bom dia Paraná, Encontro, Mais Você, Globo Esporte, Globo Rural, Vale a Pena Ver de Novo, Sessão da Tarde, Tela Quente, Jornal da Globo.

Número de cotas: 1 (uma) por mercado

Sites: g1, ge e receitas.com

*Fonte: Kantar Ibope Media – Curitiba – agosto/25 Total de Indivíduos | Dados extrapolados para área de cobertura da RPC Curitiba.*

# Ponta Grossa

Cronograma e entregáveis



Fonte: Kantar Ibope Media – Curitiba – agosto/25 Total de Indivíduos | Dados extrapolados para área de cobertura da RPC Curitiba.

#### Campanha de Televisão e digital

## Esquema Comercial

Período de veiculação:  
14 a 25 de outubro

Mercado de veiculação: RPC Ponta Grossa

Target: Universo

Mídia Básica:  
Bom dia Paraná, Encontro, Mais Você, Globo Esporte, Globo Rural, Vale a Pena Ver de Novo, Sessão da Tarde, Tela Quente, Jornal da Globo.

Número de cotas: 1 (uma) por mercado

Sites: g1, ge e receitas.com



# Guarapuava

Cronograma e entregáveis



Fonte: Kantar Ibope Media – Curitiba – agosto/25 Total de Indivíduos | Dados extrapolados para área de cobertura da RPC Curitiba.

#### Campanha de Televisão e digital

## Esquema Comercial

Período de veiculação:  
14 a 25 de outubro

Mercado de veiculação: RPC Guarapuava

Target: Universo

Mídia Básica:  
Bom dia Paraná, Encontro, Mais Você, Globo Esporte, Globo Rural, Vale a Pena Ver de Novo, Sessão da Tarde, Tela Quente, Jornal da Globo.

Número de cotas: 1 (uma) por mercado

Sites: g1, ge e receitas.com

# Noroeste

Cronograma e entregáveis

## Entregas Digital



Banner vídeo contextualizado

Geolocalização: RPC Noroeste

Período: Outubro de 2025

**20 mil**  
impressões

## Entregas TV

**21**  
inserções**196**  
mil pessoas  
alcançadas**670**  
mil impactos gerados

## Campanha de Televisão e digital

# Esquema Comercial

Período de veiculação:  
14 a 25 de outubro

Mercado de veiculação: RPC Noroeste

Target: Universo

Mídia Básica:

Bom dia Paraná, Encontro, Mais Você, Globo Esporte, Globo Rural, Vale a Pena Ver de Novo, Sessão da Tarde, Tela Quente, Jornal da Globo.

Número de cotas: 1 (uma) por mercado

Sites: g1, ge e receitas.com

*Fonte: Kantar Ibope Media – Curitiba – agosto/25 Total de Indivíduos | Dados extrapolados para área de cobertura da RPC Curitiba.*

# Saúde Bucal

Importa!

**RPC** g1 ge gshow 📺 receitas