



2ª TEMPORADA

INFORMAÇÃO COMERCIAL 236/21

DIREÇÃO COMERCIAL

08 DE JULHO DE 2021





A FESTA CONTINUA NA ALDEIA!

A aldeia da Bela Vida vai continuar em festa na 2ª temporada da novela que surpreendeu os portugueses.

Depois de Corcovada revelar no dia da festa que afinal comemora 99 anos e não os 100, como todos achavam, recomeça a discussão de quem irá organizar a festa do seu centenário.

Antes disso, os habitantes da aldeia da Bela Vida juntam-se para preparar outro grande evento: o maior presépio vivo de Portugal, ao mesmo tempo que dão as boas vindas à família Ramos, que irá .

Nesta temporada, a festa ainda irá ser maior!



PERFIL DE TRANSMISSÃO

Segunda a Sexta
Prime-Time



SINOPSE

Depois de Corcovada revelar no final da festa que afinal faz 99 anos e não 100, começa novamente a discussão de quem vai organizar a festa da aldeia, no ano do centenário da benemérita.

No arranque da segunda temporada, Nando e São voltam a Paris para irem buscar os seus bens, já que decidiram mudar-se de vez para Portugal. Com eles vão também Bino, Florinda, Tomé e Aida. É nesta viagem, após uma noite de copos, que os homens têm a ideia de fazer o maior presépio vivo de Portugal, só que no dia seguinte ninguém se lembra de quem foi a ideia e todos reclamam a presidência da organização para si. Também nessa noite, Aida abdica da presidência da Junta para Nando. E São grava a decisão com o telemóvel, ficando Tomé para morrer. É neste clima que é feita a viagem de regresso.

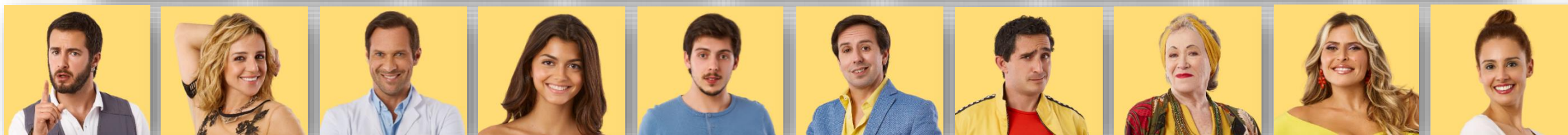
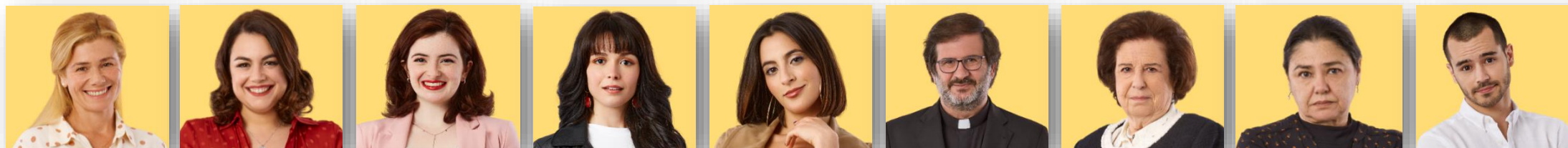
Com o afastamento de Camila da vida política, Bino vence as eleições à Câmara. E Elisabete será a número dois da Câmara, que passará a número um temporariamente quando Albino se vir a braços com a Justiça. Na Junta, Nando vence as eleições e não terá uma vida nada fácil, pois é São que quer mandar em tudo (o que acontece, de facto). Chegará também à aldeia uma nova médica, Isabel, uma mulher linda que fará o coração dos homens disparar e irá inverter aquilo que acontecia nos tempos do Sôtor (que regressará à aldeia, em modo guro, depois de fazer um retiro espiritual): agora são os homens que passam a encher o consultório.

Isabel vem com a sua nova família: o marido Mário, um jornalista ressabiado que irá criar na aldeia um canal de tv online sensacionalista, os seus dois enteados: Alice, uma jovem veterinária, e Tomás, um jovem agricultor que quer tornar a Bela Vida na aldeia mais biológica de Portugal. Para completar a família, vem também o pai de Mário: Abel, um septuagenário excessivamente hipocondríaco, que põe os nervos em franja a toda a família, mas que irá viver uma bonita história de amor com Corcovada.

Não se adivinham fáceis e pacíficos os próximos meses na aldeia da Bela Vida. E ainda bem, porque caso contrário nem teria piada...



Ana Brito e Cunha, Ana Guiomar, Ana Marta Contente, Beatriz Barosa, Beatriz Costa, Carlos M. Cunha, Catarina Avelar, Filomena Gonçalves, Gonçalo Norton, Hélder Agapito, Inês Herédia, José Carlos Pereira, Francisca Cerqueira Gomes, Luís Simões, Manuel Marques, Manuel Melo, Maria do Céu Guerra, Maria Sampaio, Marta Andrino, Marta Gil, Pedro Alves, Pedro Teixeira, Ricardo Trêpa, Rodrigo Paganelli, Sílvia Rizzo, Valdemar Brito, Vítor Emanuel e Vítor Norte.





FESTA É FESTA EM NÚMEROS

1.5 milhões

de pessoas contactam diariamente com o programa. (rch#)

39%

De share (srh%) Total FTA

12.2%

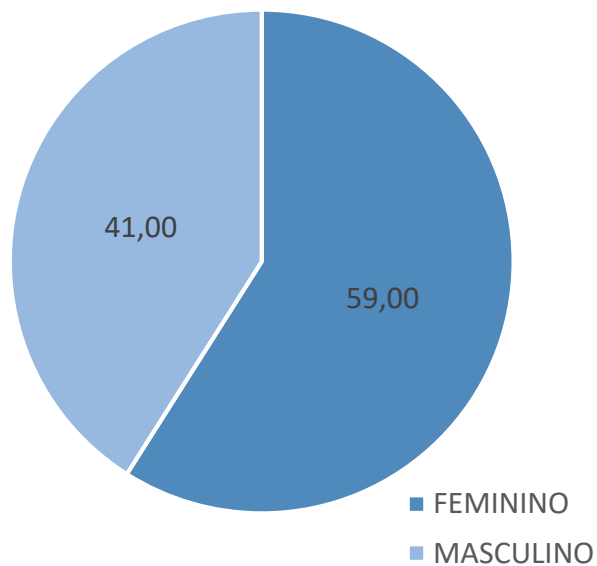
De audiência média (rat%) no all day o que representa + 1.2 milhões de espectadores/dia (rat#).

23%

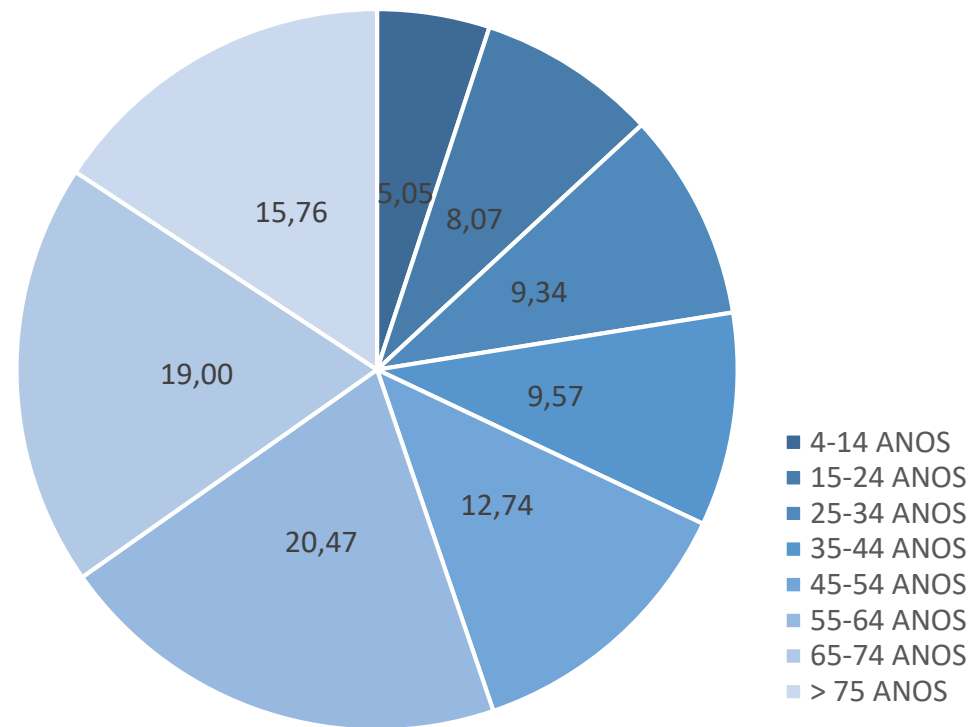
De share (shr%) TV

PERFIL DA AUDIÊNCIA

GÉNERO



PERFIL IDADES





PORQUÊ APOSTAR NA FICÇÃO NACIONAL?

De modo a responder às necessidades de comunicação específicas de cada anunciante, e tirando partido das mais valias da ficção nacional, é possível a associação de marcas às novelas da TVI (possibilidades nos slides seguintes). São muitos os benefícios em apostar na ficção, que dispõe de um público fiel e constante, principalmente quando se trata de integração em conteúdo, através da qual as marcas integram a narrativa de uma forma natural e enquadrada associando-se simultaneamente a atores com forte empatia com o público.

Características e benefícios:

- Visibilidade para produtos e serviços através de diferentes tipos de integração;
- Possibilidade de passar atributos e valores de marca de forma natural e enquadrada na narrativa;
- Abordagem de temas específicos de forma diferenciadora;
- Aumento da notoriedade das marcas através da associação direta a conteúdos e atores TVI;
- Influência na decisão de compra;
- Elenco composto por atores com forte empatia junto do público;
- Primeira novela de prime time, com público fidelizado e bastante recetivo ao conteúdo;
- Audiência constante ao longo da novela.



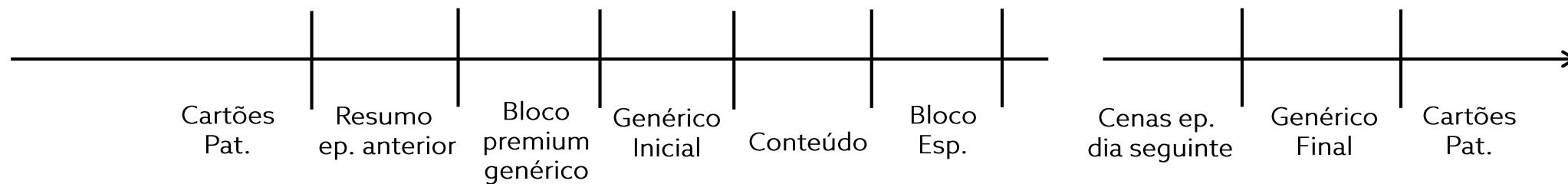
PATROCÍNIO

O patrocínio permite ao anunciante reforçar a sua ligação com o conteúdo e garantir maior visibilidade e retorno. Em cada episódio teremos disponível um bloco para os patrocinadores da novela.

Regras:

- Limite de patrocinadores a 4 quotas;
- Duração do spot no bloco dos patrocinadores limitado até 20'' (outras durações terão de ser avaliadas caso a caso);

Abaixo breve esquema ilustrativo do alinhamento.




Nota: Alinhamento ilustrativo, pode sofrer alteração em virtude de mudanças de programação.




PATROCÍNIO

O patrocínio do programa (exclusivo a 4 anunciantes) engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- Junto às autopromoções do programa na TVI e TVI FICÇÃO: cartão de 5" (69 inserções), com referência em voz off ao anunciante, com a seguinte distribuição:

	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	9	11	6	4	0	30

	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	12	13	8	6	0	39

- Junto ao programa (no início e no fim): cartão de 5", com referência em voz off ao anunciante (10 inserções);
- Nos blocos do programa: spot com duração opcional (5 inserções);

INVESTIMENTO PARA 4 SEMANAS:

	CARTÕES 5"	CARTÕES 5" + SPOTS ATÉ 20"
4 SEMANAS	51 370€	90 570€

Notas:

- Para beneficiarem de exclusividade de categoria de produto, os patrocinadores devem considerar uma sobretaxa de 20%, que só poderá ser contratada se o patrocínio não tiver já sido comprado por um concorrente;
- Para patrocínios superiores a 4 semanas, e/ou duração de spots superiores a 20", consulte por favor o seu diretor de conta.





COLOCAÇÃO DE PRODUTO

De acordo com a natureza do programa e tendo em vista satisfazer as necessidades de comunicação dos anunciantes, temos disponível os seguintes formatos:

- Presenças Passivas, Manipuladas com Alteração de Guião e Especiais.

As presenças especiais terão também partilhadas nas redes sociais TVI e destacadas na homepage do site TVI ou TVI Player.

Passivas 3''		Manipuladas com alteração de guião 10''		Presenças especiais			
Media	Produção*	Media	Produção*	Media TV	Produção TV*	Media Digital	Produção Digital*
1 500€	250€	5 000€	2 500€	10 000€	3 500€	1 000€	500€

* Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel

Notas:

- Para mais detalhes sobre a natureza das referidas presenças, consultar também a Informação Comercial nº 002/21.
- A TVI e a Plural estão disponíveis para analisar soluções de comunicação à medida dos interesses de comunicação de cada anunciante, a integração da marca será analisada caso a caso mediante briefing do anunciante.





TELEPROMOÇÃO

A escolha deste formato permite ao anunciante passar mensagens de carácter publicitário mantendo a ligação com o programa.

As telepromoções são gravadas com recurso aos décors e atores da novela e exibidas sob a forma de spot em posição preferencial do respetivo bloco.

INVESTIMENTO MEDIA (por inserção de 60''): Valor negociado do anunciante + 100% de sobretaxa

INVESTIMENTO PRODUÇÃO (por execução): 15 000€ (Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel, assim como direitos de imagem dos atores)

Notas:

- Todas as propostas para telepromoções carecem de validação prévia;
- Para as telepromoções com durações diferentes, serão aplicados os índices de conversão em vigor;
- Os investimentos de produção poderão sofrer alterações em consequência das especificidades de cada projeto, inclui gravação num décor associado à novela;
- O guião é da responsabilidade da TVI, elaborado mediante briefing detalhado do anunciante;
- As telepromoções estão sujeitas a aprovação editorial por parte da produção do programa;
- Cada telepromoção contempla direitos de exibição para 4 semanas;
- Direitos de imagem dos atores a definir caso a caso.
- Para mais detalhes sobre telepromoções, consultar a Informação Comercial nº 002/21.



DIGITAL

Mediante briefing e permitindo uma associação dos anunciantes às plataformas digitais, podem ser desenvolvidos presenças através de formatos especiais ou conteúdos personalizados.

INVESTIMENTO MEDIA E PRODUÇÃO: A definir, mediante briefing.

LICENCIAMENTO

A TVI coloca à disposição do mercado o seu portfólio de marcas, elementos identificativos, caras e conteúdos, adicionando assim valor e um fator distintivo aos produtos e marcas dos nossos clientes. O licenciamento permite também um conjunto de soluções de ativação das marcas dos anunciantes nos seus pontos de venda ou nos canais de comunicação próprios.

Exemplos em: <https://www.tvimedia.pt/produtos/solucoes/licenciamento/>

Consulte o seu diretor de conta para condições específicas.

OBSERVAÇÕES:

- Condições apresentadas para valor bruto negociado;
- Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
- Aos valores apresentados, acresce IVA, impostos e taxas legais em vigor;
- Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deve ser efetuado antecipadamente de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial Audiovisual (TVI) e Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial da MCD;
- A contratação de espaço será feita de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial Audiovisual (TVI) e Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial da MCD;
- A proposta é válida por 30 dias (de calendário), findos os quais poderá sofrer alterações, em virtude de mudanças de tabela e/ou grelha de programação. No caso de proposta de Colocação de Produto a validade é apenas de 15 dias (de calendário);
- As presentes condições comerciais são confidenciais destinando-se a utilização exclusiva da Agência de Comunicação/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou ao Anunciante objeto das condições. A sua divulgação a terceiros não poderá em quaisquer situações ser efetuada sem prévia autorização por escrito por parte da TVI;
- Os investimentos acordados para Colocação de Produto e Custos de Produção devem ser considerados como adicionais face aos investimentos acordados para a compra de media convencional;
- Os patrocinadores poderão ocupar posições preferenciais nos blocos do programa. A ocupação deste espaço será feita por ordem cronológica de receção das respetivas ordens de publicidade, salvo se existirem taxas negociadas para a ocupação dessas posições;
- Nos cartões de patrocínio, para além da referência à marca, descrição do produto ou serviço e contacto, podem ainda ser aceites outras menções se for feita prova de que as mesmas se encontram registadas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como integradas no logótipo do patrocinador;
- Todos os cartões de patrocínio têm que ser submetidos à apreciação prévia da TVI, com uma antecedência mínima de 3 dias úteis em relação à data de arranque da campanha;
- A TVI poderá colaborar na produção dos cartões de patrocínio para emissão exclusiva nos seus canais, mediante orçamento caso a caso. As locuções dos cartões de patrocínio são feitas pela TVI;
- Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI;
- Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (patrocínio e colocação de produto);
- Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
- Todas as ações de Colocação de Produto referidas neste documento, foram previamente aprovadas pela Direção de Programas/Produtora. Eventuais alterações ao seu conteúdo terão de ser novamente validadas.
- Os investimentos realizados ao abrigo da Tabela de Colocação de Produto, Licenciamento, bem como os Custos de Produção, não serão contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual ("Rappel").



ESTÁ NAS NOSSAS VIDAS

WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT