



CACAU

INFORMAÇÃO COMERCIAL Nº 226/23
DIREÇÃO COMERCIAL
30 JUNHO DE 2023



UMA JOVEM CHOCOLATEIRA DESTEMIDA E IRREVERENTE!

Da autoria de Maria João Costa, "Cacau" é uma história cuja a ação decorre em dois continentes, em Portugal e no Brasil. O enredo retrata a vida de uma jovem que vive numa fazenda em Itacaré, Bahia, com os seus pais portugueses, Joaquim e Filomena, as pessoas de confiança do rico proprietário, Justino.

Cacau tem o sonho de obter um diploma em chocolataria, mas não tem dinheiro para tal. Tudo muda, quando o seu pai, rompe um pacto do passado e revela a sua verdadeira identidade, levando Justino a descobrir que teve uma filha com outra mulher.

A revelação desencadeia uma série de intrigas e conflitos que colocam em risco o património da família, pois Cacau torna-se uma ameaça para as outras herdeiras.



ESTREIA PREVISTA
1º TRIMESTRE 2024

Segunda a Sexta
Prime-Time

ELENCO

Depois do sucesso da série de Rabo de Peixe e do filme do conceituado realizado Pedro Almodóvar "Estranha Forma de Vida", o ator **José Condessa** regressa como um dos protagonistas desta nova novela.

Contracenará com Matilde Reymão que se estreia como uma das personagens principais numa novela da TVI.



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**. 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**.

Visibilidade para produtos e serviços através de diferentes tipos de integração com influência na decisão de compra;

Possibilidade de **passar atributos e valores de marca** de forma natural e enquadrada na narrativa;

Abordagem de temas específicos de forma **diferenciadora**;

Público fidelizado e bastante recetivo ao conteúdo;

Aumento da notoriedade das marcas através da associação direta a conteúdos e atores TVI;

Elenco composto por atores com forte empatia junto do público.

PATROCÍNIO

O patrocínio do programa engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- **Junto às autopromoções do programa na TVI e TVI FICÇÃO:** cartão de 5" (mínimo 46 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	5	9	5	3	0	22
	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	7	7	6	4	0	24

- **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 DE MEDIA TOTAL (variável de acordo com a duração do spot e número de semanas contratadas):

	CARTÕES 5"	CARTÕES 5" + SPOTS ATÉ 20"
4 SEMANAS	60 620€	125 170€

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.

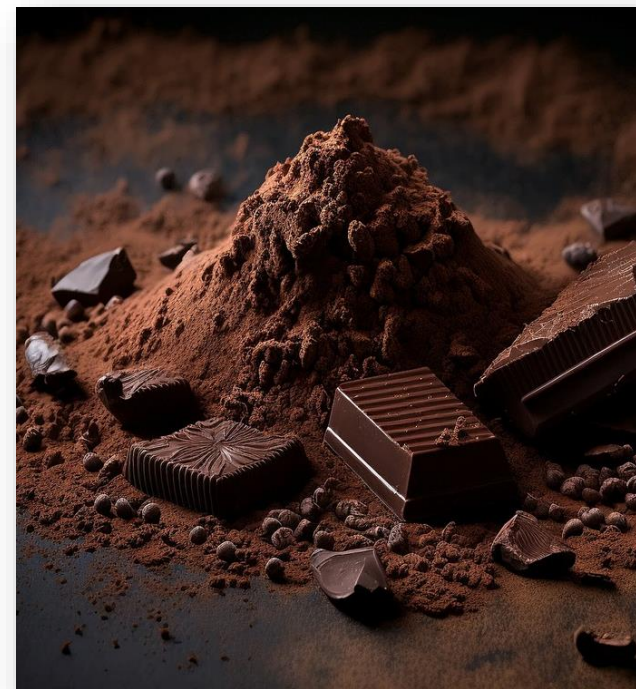
COLOCAÇÃO DE PRODUTO

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

PRESENCAS PASSIVAS: O produto ou marca está presente no conteúdo ou programa integrado de forma passiva. A presença passiva não implica manuseamento do produto por parte dos personagens ou apresentadores. (Ex: um sumo numa mesa, um detergente numa bancada de cozinha, uma máquina de café inserida num cenário, stockshots, etc.). Duração de 3".

PRESENCAS MANIPULADAS COM ALTERAÇÃO DE GUIÃO: O produto ou marca é integrado no conteúdo ou programa através de situações típicas de consumo e que podem obrigar, ou não, ao seu manuseamento. Esta presença é complementada por referências diretas ou indiretas, respeitando as limitações legais e contratuais, sem influência direta na narrativa do conteúdo ou programa. Duração de 10".

PRESENCAS ESPECIAIS: Considera-se uma presença especial sempre que a mesma implique uma alteração de guião. O mesmo princípio aplica-se às alterações de décor. O produto é integrado na cena de acordo com o espírito desta e a sua presença implica alterações nas falas e comportamentos das personagens, podendo influenciar a história. Estas presenças são complementadas por referências diretas ou indiretas, respeitando as limitações legais e contratuais. Cenas desta natureza podem ter lugar em estúdio ou em exterior. O tempo de duração destas presenças será definido caso a caso, sendo a exposição do produto ou marca limitada ao tempo necessário tendo em conta o contexto da ação ou da narrativa do programa, tendo uma duração mínima de 30". As presenças serão ainda partilhadas nas redes sociais Media Capital (página a definir).



[VEJA](#) AQUI ALGUNS EXEMPLOS

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

OPORTUNIDADES ESTRUTURAIS

TEMAS

CACAU – Fazenda e Fábrica de Cacau & Loja de Chocolates

Possibilidades:

Marcas de Chocolate

Empresas da área da Distribuição

SURF & PRAIA – Os dois protagonistas praticam surf.

A ação decorre em Itacaré (conhecida por ser uma zona de praia e surf)

Possibilidades:

Marcas de roupa/material de surf

Marcas de Swimwear

Calçado de praia

Protetores solares/After sun

Marcas associadas ao surf (patrocinadores de campeonatos, por exemplo)



COLOCAÇÃO DE PRODUTO

OPORTUNIDADES ESTRUTURAIS

DÉCORES

Em “Cacau” iremos ter uma **Rua/Bairro cenográfica**, inspirada numa **Rua/Bairro de Itacaré**.

Neste décor poderemos integrar fachadas de Loja, corners, expositores com merchandising/produto, esplanadas com branding, outdoors/mupis.

Possibilidades:

Marcas de café /refrigerantes/cerveja;

Roupa/calçado/pranchas surf;

Óculos de sol;

Produtos alimentares;

Cosmética/Beleza;

Agência de Viagens.



COLOCAÇÃO DE PRODUTO

OPORTUNIDADES ESTRUTURAIS

DÉCORES - PORTUGAL & BRASIL

CASAS & EMPRESAS

- **Palacete** (sala de estar e de Jantar, quarto e cozinha)
- **Casa de Salomão** (sala de estar e de jantar e escritório)
- **Casa Tiago** (Open space com sala de estar e quarto)
- **Casa de Lala** (sala de estar e de jantar)
- **Casa do Marco** (sala)
- **Agência Matrimonial**
- **Construtora**

Possibilidades:

Produtos alimentares/bebidas
Produtos para o lar
Produtos de higiene/beleza
Material de escritório
Snacks

FAZENDA & ESPAÇOS COMERCIAIS (BRASIL)

- **Fazenda de Cacau** (cozinha, sala de estar e de Jantar e quarto)
- **Loja de Chocolates**
- **Bar de Chopp**
- **Pousada** com Escola/Loja de Surf

Possibilidades:

Produtos alimentares/bebidas
Marcas de chocolates
Roupa/calçado/materiais surf

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

OPORTUNIDADES TÁTICAS

- Bancos/seguradoras
- Mobilidade (carros, scooters, trotinetes, bicicletas)
- Telecomunicações
- Saúde (clínicas, farmacêuticas, etc)
- Suplementação e nutrição desportiva (Protagonista faz triatlo)
- Outras a definir

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

INVESTIMENTO (EM VALORES UNITÁRIOS):

PASSIVAS		MANIPULADAS C/ ALT DE GUIÃO		ESPECIAIS			
MEDIA TV	PRODUÇÃO TV	MEDIA TV	PRODUÇÃO TV	MEDIA TV	PRODUÇÃO TV	MEDIA DIGITAL	PRODUÇÃO DIGITAL
1 970€	250€	4 675€	2 500€	10 365€	3 500€	1 500 €	1 500 €

- Notas:
- Investimentos de media são valores de referência. Para mais informações, consulte por favor o seu diretor de conta.
 - Para mais detalhes sobre a natureza das referidas presenças, consultar também a Informação Comercial nº 002/23.
 - 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.

TELEPROMOÇÕES

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)

VEJA [AQUI](#) ALGUNS EXEMPLOS

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 002/23.

DIGITAL

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

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/>

OBSERVAÇÕES:

1. Condições apresentadas para valor bruto negociado;
2. Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
3. Aos valores de investimento acrescem 4% de taxa de exibição e IVA à taxa legal;
4. A contratação de espaço far-se-á de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD em vigor, do conhecimento da Central de Compras/Agência de Publicidade/Anunciante (ou outra que a substitua);
5. Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deverá ser efetuado antecipadamente, de acordo com Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD;
6. A presente proposta e as condições nela contidas têm uma validade de 30 dias (calendário), findo este período não poderão ser consideradas como válidas, estando sujeitas a renegociação. No caso de proposta de colocação de produto a validade é apenas de 15 dias (calendário);
7. As presentes condições comerciais são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Publicidade/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou pelo 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 / MCD;
8. Os investimentos acordados para colocação de produto, produção, licenciamento, televentas e STVA deverão ser considerados como adicionais face aos investimentos para a compra de media convencional, não sendo contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual (rappel);
9. 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;
10. 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;
11. 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;
12. 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 deverão ser feitas pela TVI;
13. Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI/MCD;
14. Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (nomeadamente a publicidade em ecrã fracionado, o patrocínio e a colocação de produto);
15. Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
16. 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.



TEMOS TUDO A VER

WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT