



Plano de Patrocínio Integrado



Você
já imaginou uma
CASA
com 100
pessoas?



E 100
Desconhecidos
dividindo o
**mesmo
ESPAÇO**



Viver assim
VALE
a pena por



O que vale a pena é conferir
A CASA
o NOVO *reality show* da
RECORD TV!



*Um confinamento de portas abertas
diferente de tudo o que já se viu!*

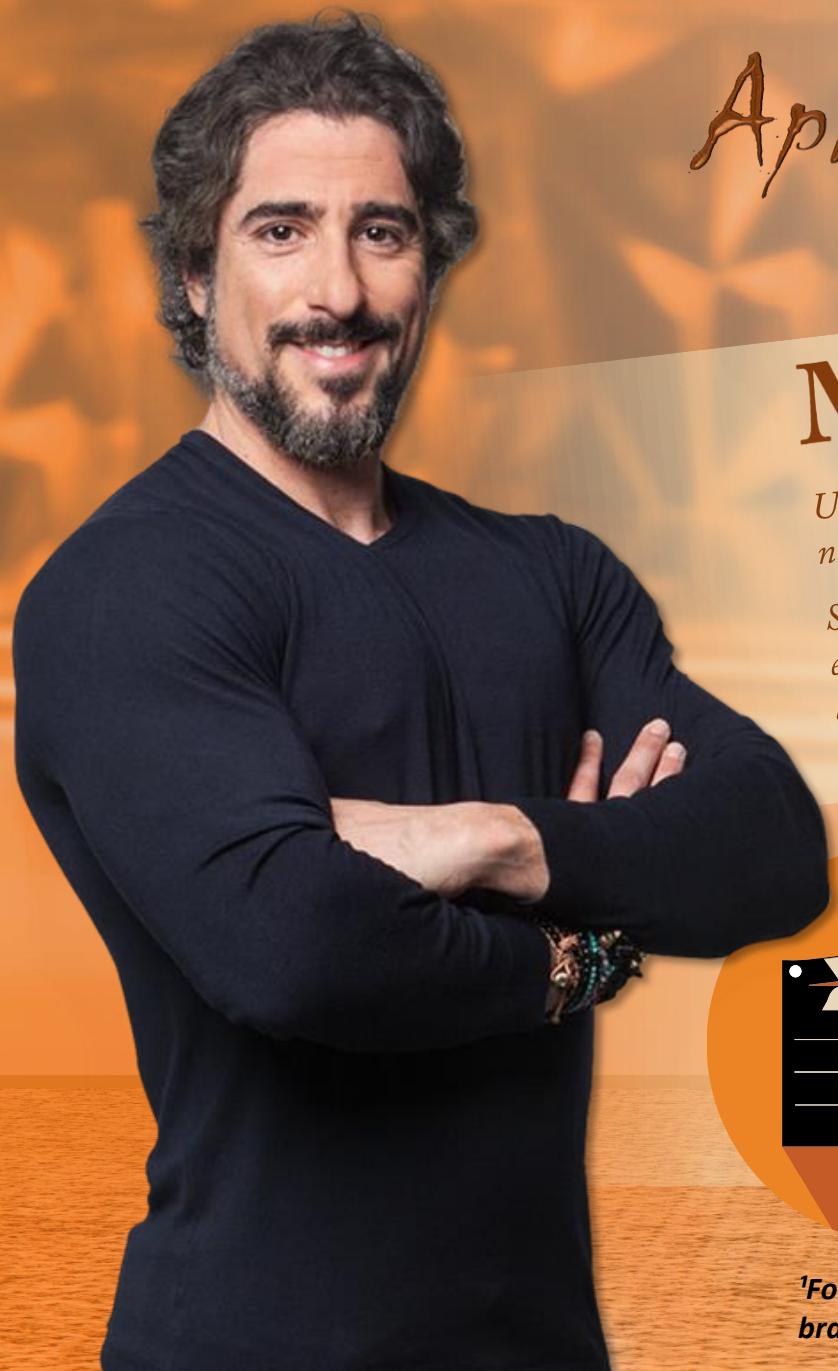
100 Desconhecidos e **01** Desafio:

Conviver em uma **casa projetada** para uma família de apenas **04 pessoas**, superando as limitações advindas da **alimentação restrita, falta de conforto e do peso das “diferenças”!**



Quem quiser, **pode desistir** à qualquer momento, no entanto, somente o **último a sair** levará um grande **prêmio em dinheiro!**





Apresentação:

Marcos Mion

Um dos maiores influenciadores
nas redes sociais.

Segundo a Revista Forbes Brasil¹,
ele está entre as 20 celebridades
brasileiras com mais seguidores.



25,8
MILHÕES



PERÍODO DE
GRAVAÇÃO:
02/Junho a 04/Julho

¹Fonte: www.forbes.com.br/listas/2016/05/30-celebridades-brasileiras-mais-seguidas-nas-redes-sociais

Exibição:

Terça e Quinta-feira,
após o Jornal da Record

Melhores Momentos:

Sábado,
após o Cine Aventura

Mercado:

Nacional

Nº de Episódios:

33, sendo 22 Inéditos
11 Melhores Momentos

Estreia Prevista:

2ª quinzena de Junho de 2017

Direção Geral:

Rodrigo Carelli



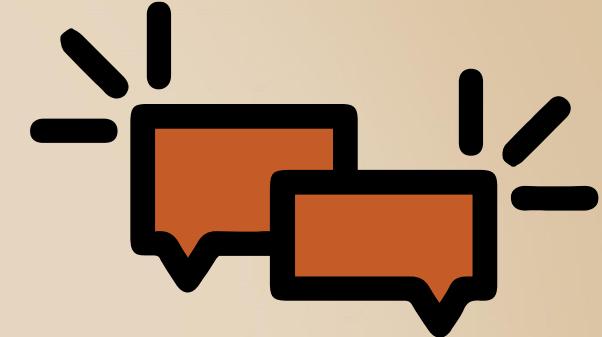
O programa colocará à prova:

Jogo de cintura
dos
participantes

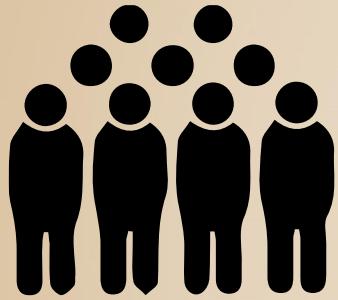
Comportamento
frente às
adversidades
diárias

Princípios
morais e
valores de
cada jogador

E nessa incessante disputa por **influência e espaço**,
ter **inteligência emocional, capacidade de adaptação**
e **estratégia** são os diferenciais para quem quer
vencer esse jogo de desistência e **resistência!**

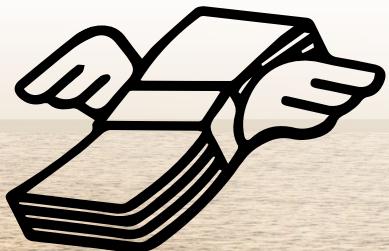


A novidade:



O **prêmio** será administrado pelos próprios **participantes**.

Com a acomodação e mantimentos para uma família pequena, deve-se **gastar** parte do **valor do prêmio** para **suprir algumas necessidades**, como a compra de:



- ✓ Alimentos
- ✓ Produtos de higiene pessoal
- ✓ Produtos de limpeza
- ✓ Ou mesmo regalias para satisfação pessoal ou coletiva.

Prêmio Inicial
R\$ 1 MILHÃO



Dinâmica do Reality

Cada participante só pode levar consigo



01

CAIXA



Contendo seus pertences pessoais



01

REPÓRTER

entre os participantes da



CASA noticiará a convivência e as diferenças



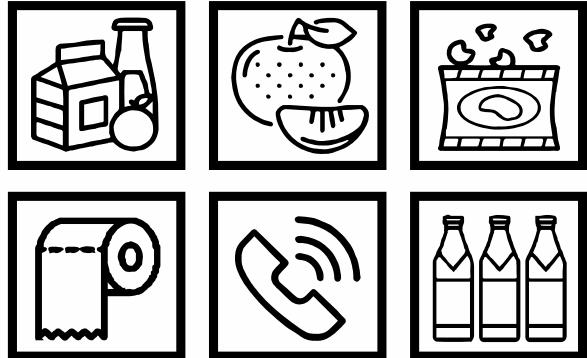
Todos os dias, a casa recebe suprimento para apenas

PESSOAS

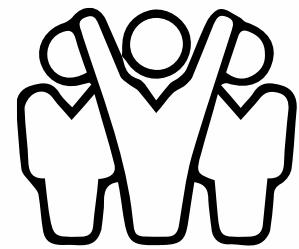


04

A Cada Semana...



Uma **vitrine** na despensa mostrará as **ofertas da semana**, sugestionando a **compra** pelos participantes.



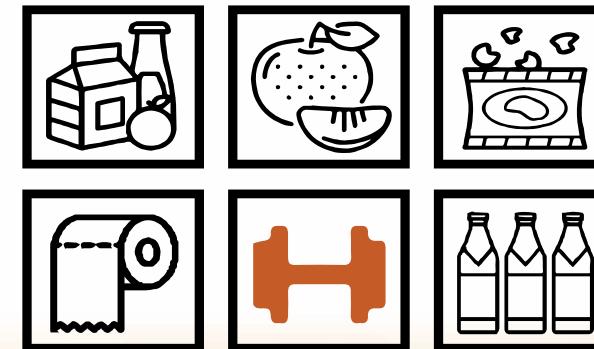
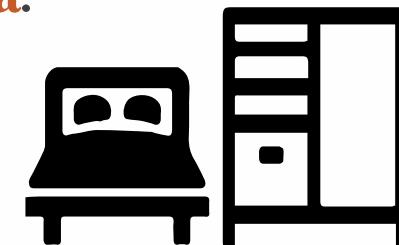
É eleito o **DONO DA CASA**

responsável pelas compras e regras da casa.

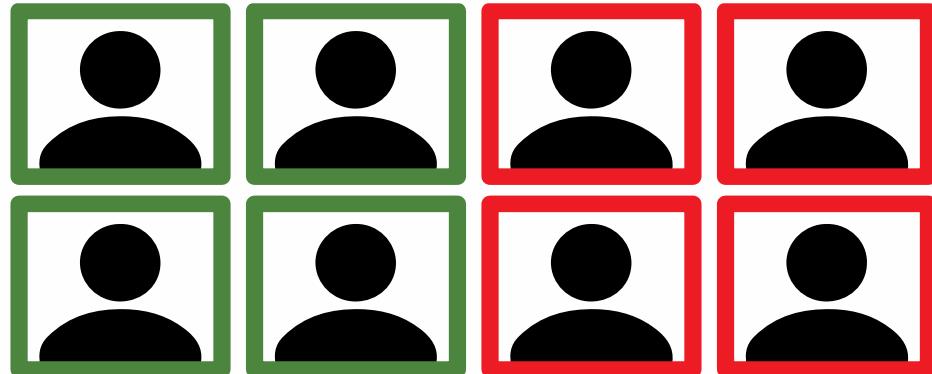


Durante seu reinado, pode **comprar algo especial só para ele** e alguns **escolhidos**.

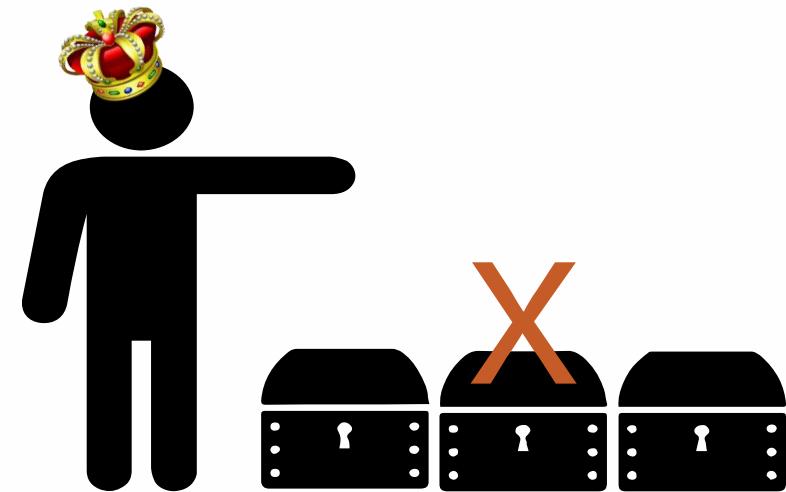
Tem direito a **acomodação com conforto** em uma suíte privativa.



A Cada Semana...



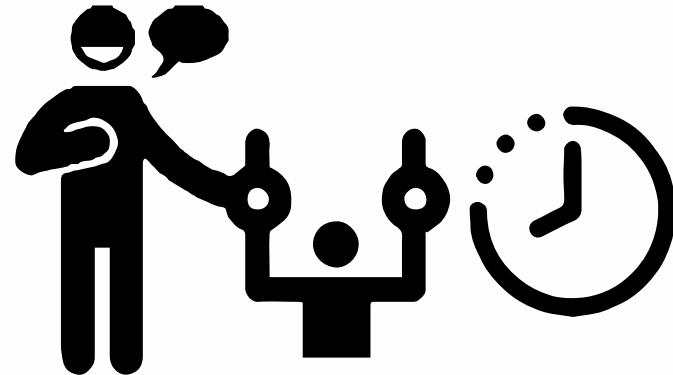
Através de **votação interna** serão definidos os **+ POPULARES** que disputam a liderança da semana seguinte **- POPULARES** que estão na zona de risco para eliminação



O capitão escolhe um **baú** que define a **quantidade** de pessoas da **zona de risco** para **sair da casa**.

Os Desafios

DE MOTIVAÇÃO



O apresentador propõe **tarefas** em que a casa pode ganhar algum **benefício**:

- ✓ *Resgatar parte do valor do prêmio*
- ✓ *Ganhar refeição*
- ✓ *Limpeza da casa*

DE DISPERSÃO



01
TENTAÇÃO

É colocada fora da casa para **despertar o desejo** dos participantes.

Quem sair para a disputa, pode ganhar o prêmio.

Há mais de DEZ ANOS, o gênero
REALITY SHOW
está presente na grade de programação
da RECORD TV
atraindo sempre MILHARES
de telespectadores.

Em 2016 foram:



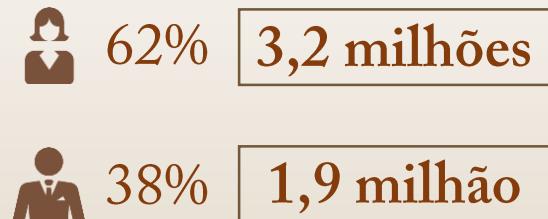
Fonte: Kantar IBOPE Media – MW TR PNT – Filtro: Gênero REALITY SHOW - 2016
Alcance Acumulado (COV): % projetado no Atlas de Cobertura RECORD TV 2016 – Mercado Nacional. Universo Ind.: 187.165.714



A audiência dos *realities* é composta
PRINCIPALMENTE
por **MULHERES** e
pelo público adulto com
MAIS DE 18 ANOS

5,1 milhões
de telespectadores
por minuto

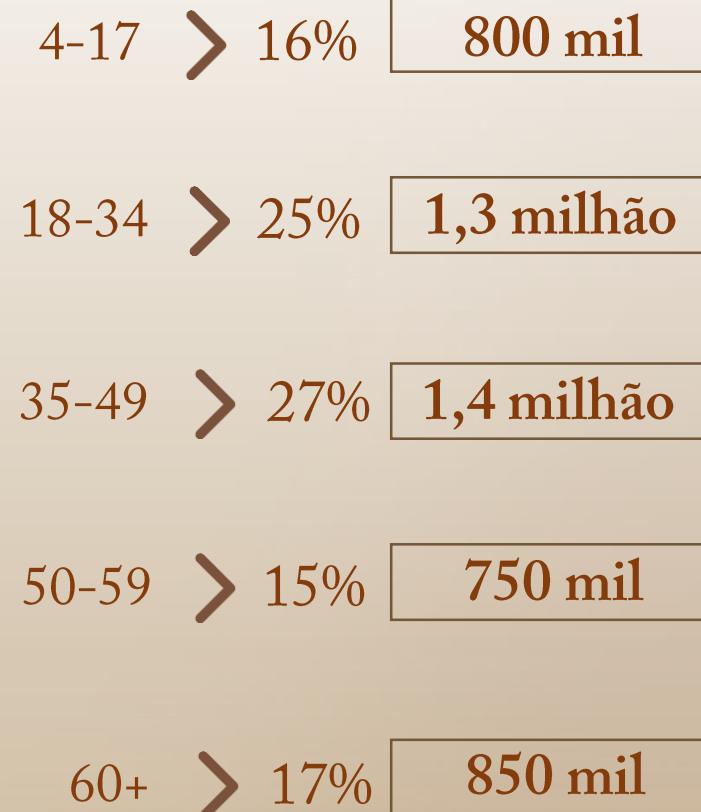
SEXO



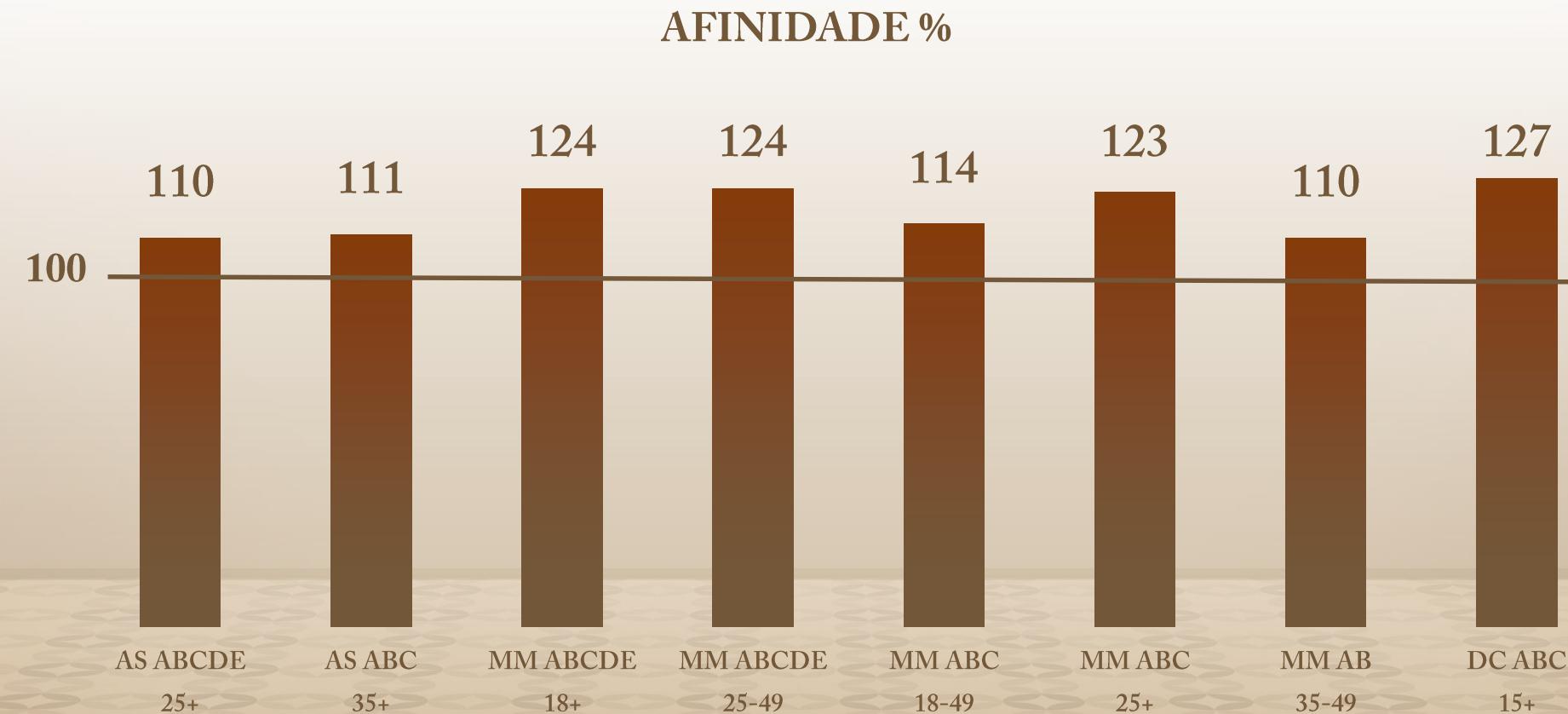
CLASSE SOCIAL



FAIXA ETÁRIA



*Diversos segmentos de público se identificam
com os REALITIES exibidos na RECORD TV*



Fonte: Kantar IBOPE Media – MW TR PNT – Filtro: Gênero REALITY SHOW - 2016



Entrega Comercial

RECORD TV

Patrocínio Nacional (NET)

33 programas, sendo 22 Inéditos e
11 Melhores Momentos.

Programas Inéditos:

01 vinheta caracterizada por programa,
totalizando 22;

01 comercial de 30" por programa,
totalizando 22;

66 chamadas caracterizadas,
em horário rotativo (ab/enc), durante o período de
exibição do programa.

Total: 110 inserções



Entrega Comercial

RECORD TV

Merchandising¹

Mercado Nacional (NET)

33 programas, sendo 22 Inéditos
e 11 Melhores Momentos.

01 prova – contextualizada como “Tentação”, na área externa da casa, provocando o interesse dos participantes;

03 visualizações – em locais estratégicos da casa, exibidas ao longo da temporada;

01 ação integrada – envolvendo o conceito da marca no oferecimento de prêmio, festa, café da manhã, almoço ou jantar.

22 inserts de vídeo estáticos² – exibidos ao longo da temporada.

Total: 27 inserções

¹A entrega de merchandising sugerida poderá ser readequada, dentro do mesmo investimento proposto, de acordo com a campanha do anunciante e adequação editorial.

²Para animação do insert de vídeo será acrescido 30% no valor da mídia e será cobrado custo de produção da arte (a ser orçado). Direitos Autorais e Correlatos (mídia) e Custos de Produção serão cobrados à parte.

Formato disponível apenas para Mercado Nacional – NET.



Entrega Comercial

RECORD TV

Mercado Nacional (NET)

33 programas, sendo 22 Inéditos
e 11 Melhores Momentos.

Total RECORD TV:
186 inserções

Inédito: 137 inserções

Melhores Momentos: 49 inserções

Melhores Momentos:

Patrocínio

01 vinheta caracterizada por programa, totalizando 11;
01 comercial de 30" por programa, totalizando 11.

Total Patrocínio: 22 inserções

Merchandising

Exibição na íntegra do inédito.

Total Merchandising: 27 inserções



Entrega Comercial RECORD TV

Patrocínio Local

33 programas, sendo 22 Inéditos
e 11 Melhores Momentos.

São Paulo Capital (SP1)

01 vinheta caracterizada por programa, totalizando 33;
01 comercial de 30" por programa, totalizando 33.

Total: 66 inserções no período

Inédito - 44 inserções no período

Melhores Momentos - 22 inserções no período

Demais Mercados Locais

02 vinhetas caracterizadas por programa, totalizando 66;
01 comercial de 30" por programa, totalizando 33.

Total: 99 inserções no período

Inédito - 66 inserções no período

Melhores Momentos - 33 inserções no período



Entrega Comercial

RECORD NEWS

Patrocínio e Merchandising Nacional
(NET)

Na Record News, o programa será reexibido
em blocos especiais do programa
ZAPPING, apresentado por Vera Viel.

**Total RECORD
NEWS:
286 inserções
(NET) no período**

Patrocínio – INÉDITO + REEXIBIÇÃO
02 vinhetas caracterizadas por programa, totalizando 88;
01 comercial de 30" por programa, totalizando 44;
100 chamadas caracterizadas, em horário rotativo (ab/enc),
durante o período de exibição do programa.

Merchandising
Exibição na íntegra das ações exibidas na RECORD TV.
Total Merchandising: 54 inserções

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



Exemplo de comentário na tela com foto do internauta.

Interatividade na Tela

Durante a exibição do programa, as redes sociais serão levadas para a tela da RECORD TV através do formato de interatividade social tickers, que conta com plateia virtual e comentários postados com determinada hashtag, aparecendo no GC em tempo real. O logo do patrocinador estará presente na arte gráfica, ao lado das fotos/comentários.

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



Exemplo de tweet autoreply com flock to unlock

Flock to Unlock com Tweet Autoreply

Durante a exibição do programa, os telespectadores serão convidados à postar uma determinada hashtag para atingir uma meta de menções ou tweets.

Ao atingirem essa meta, um conteúdo exclusivo em vídeo será liberado no site do reality. Além disso, todos que twitarem a hashtag receberão um agradecimento e o vídeo via direct message do perfil de A Casa.

O patrocinador estará presente nos seguintes formatos: direct message, GC chamando para a ação na TV e hashtag utilizada. Além disso, também poderá escolher o assunto do vídeo liberado.

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



Exemplo de enquete na tela estilo gangorra no reality show A Fazenda.

Infiltrados - Você escolhe o que eles farão

Repórteres do R7 entrarão infiltrados na Casa como participantes do programa e ficarão pelo menos uma semana registrando tudo não só para a TV, mas também em celulares para versão exclusiva na internet – diários, depoimentos etc.

Eles vão causar intrigas a partir do que o público escolher. Serão duas opções via hashtags para votação via enquete na tela (estilo gangorra).

Os repórteres causadores



Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



Clique na imagem para ver exemplo de foto 360° no Facebook

A Casa 360° - Foto Facebook

Um grande complemento de arte visual vai sanar a curiosidade do público em conhecer A Casa.

Teremos uma foto 360° interativa: ao clicar em cada cômodo e girar, o internauta conseguirá ver o “apertamento” em detalhes. Esse tour virtual será postado no Facebook do programa e no site oficial.

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



MÉDIA DE
120 MIL
VIEWS
POR LIVE

Exemplo: Facebook Live com eliminados do reality show Power Couple

Facebook Live com os Eliminados

Entrevistamos os eliminados, especialmente nas fases mais avançadas do jogo, logo após a saída do reality show (ou logo após sua primeira participação na TV).

As entrevistas acontecem no Facebook do programa, e posteriormente, serão disponibilizadas on demand na rede social e no site oficial.

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



Vinhetas de Oferecimento no Youtube

Nos vídeos do programa postados em seu canal oficial no Youtube, o patrocinador poderá entrar com vinheta de oferecimento rotativas antes e depois dos conteúdos (abertura e encerramento).

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



Conteúdo Extra no Youtube

O canal A Casa, no Youtube, trará conteúdos exclusivos e extras, preparados pela produção do próprio reality show. Serão cenas inéditas, separadas especialmente para o ambiente digital.

A contextualização desses conteúdos será feita através da gravação de “cabeças” por Junno Andrade, repórter oficial da versão digital do programa.



Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



EM BREVE NO
YouTube

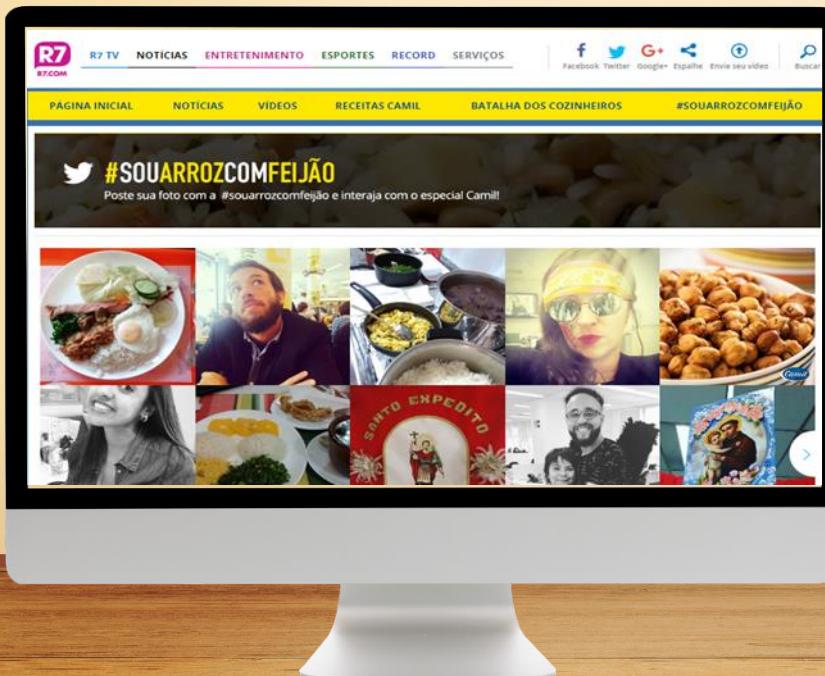
Confessionário Branded no Youtube

Montaremos uma sala de descompressão para os participantes desabafarem quando sentirem necessidade. O ambiente será oferecido e estará envelopado pela marca do patrocinador, que também poderá dar nome ao local.

O conteúdo dos participantes dentro desse confessionário estará no canal do YouTube do programa e poderá ser postado nas redes sociais.

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



Exemplo de mosaico de fotos interativo

Desafio da Semana - Envie sua Foto

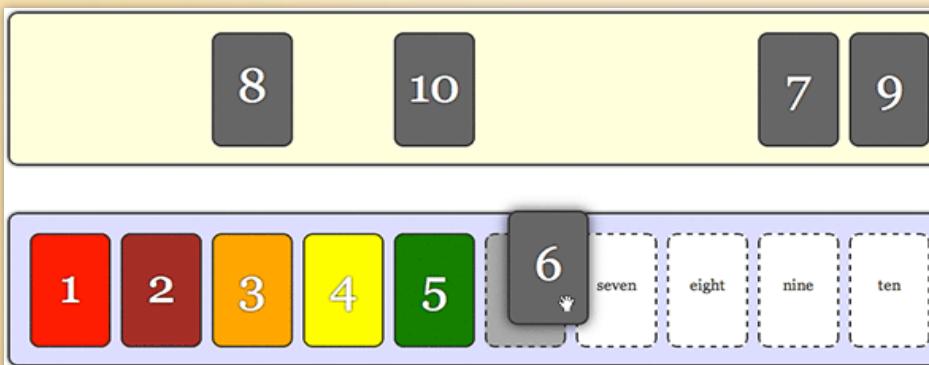
Escolhemos uma tarefa relacionada às provas do reality para que o público realize em casa. Exemplo: “Colocar dez pessoas em um Fusca”.

Para participar, o público deverá postar fotos do desafio cumprido com uma hashtag definida.

Essas fotos estarão reunidas num mosaico interativo no site oficial A Casa e as melhores reproduções das provas serão exibidas no final do programa seguinte ou durante o intervalo.

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



Exemplo ilustrativo de game “drag and drop”.

Faça sua Caixa

No site oficial de A Casa, teremos um game no estilo “drag and drop” (arrastar e largar) em que o internauta pode escolher objetos gráficos e montar sua própria caixa virtual de sobrevivência.

No decorrer do jogo, é possível atrelar um “quem seria você na Casa”, caso a sua caixa do internauta seja no estilo ou idêntica à de algum outro participante

O resultado poderá ser compartilhado nas redes sociais.

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



Exemplo de memes e gifs nas redes sociais



Memes e Gifs nas Redes Sociais

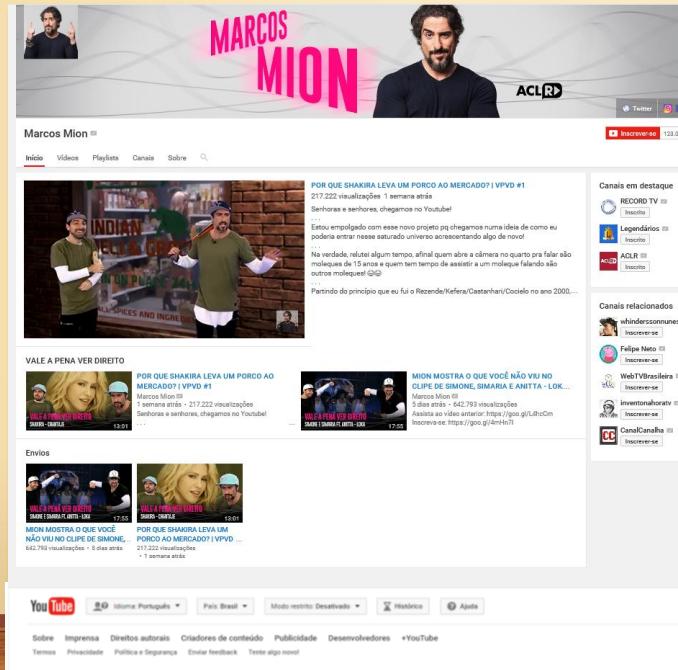
Durante o reality, faremos publiposts nas redes sociais com memes e gifs dos melhores e mais engraçados momentos. O patrocinador estará presente na menção das postagens, além de poder compartilhar todo o conteúdo em suas próprias redes sociais.

PLUS!

O formato “queridinho” nas redes poderá ser exibido em real time no GC do programa (necessário aderir também ao formato de interatividade na tela).

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



258 MIL **696 MM**
INSCRITOS VISUALIZAÇÕES

Vale a Pena Ver Direito A Casa

Os melhores momentos de A Casa serão analisados pelo apresentador do reality, Marcos Mion, no quadro Vale a Pena Ver Direito do seu canal no Youtube.

Irreverente como sempre, Mion vai dar o seu parecer sobre cenas de participantes já eliminados e comentar a passagem deles pelo programa. O oferecimento do quadro será da marca patrocinadora.

Entrega Comercial

MULTIPLATAFORMA



Exemplo ilustrativo do site do programa

Formatos de Mídia

Para fechar o patrocínio, dando mais visibilidade e alcance à marca, contamos com mídia display no site oficial de A Casa, nos seguintes formatos rotativos:

- Background
- Superbanner/Island
- Island Mobile
- Banner Mobile

Observações Gerais de Merchandising – Reality Show

1. O apresentador deverá dar anuênciia via Departamento de Merchandising para a marca/ produto/ serviço do anunciente;
2. O formato das ações será discutido e definido entre a agência, o cliente e a área comercial/artística, mediante adequação editorial e anuênciia da detentora dos direitos do formato. Por se tratar de um reality, o manuseio/consumo dos produtos deverá acontecer de forma natural e contextualizada.
3. Para as ações em Reality Show, não será permitido à Agência/Cliente acompanhar as gravações, salvo exceções em que a presença de técnicos se fizer necessária e indispensável para a perfeita execução das ações.
4. A disponibilidade de espaço no programa deverá ser previamente consultada junto ao Departamento de Merchandising.
5. Haverá cobrança de Direitos Autorais e Correlatos (mídia) na qual está inclusa a participação dos apresentadores nas ações de merchandising; Referência de custo de Direitos Autorais e Correlatos (mídia) = 20% sobre o preço bruto proposto.
6. Custos de Produção e cachês de externa serão orçados e propostos à agência/ anunciente após definição do projeto.
7. Os custos de Direitos Autorais e Correlatos, cachês de externa e produção são líquidos e faturados pela RECORD TV. Não haverá incidência de comissão de agência sobre estes valores.
8. Forma de Pagamento da Mídia: 15 dfm.
9. Esta proposta é exclusiva para atender ao anunciente em questão e tem validade de 10 dias para análise. Após este período haverá necessidade de nova consulta junto ao Departamento de Merchandising da RECORD TV. Tal negociação será concluída somente com o recebimento do Pedido de Inserção (PI). Sendo assim, neste ínterim a RECORD TV reserva-se o direito de negociar livremente o mesmo formato com os demais concorrentes da mesma categoria/segmento.
10. Demais informações sobre Normas e Procedimentos de Merchandising constam na lista de preços vigente da RECORD TV.

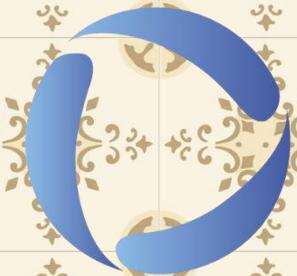


Observações Gerais Multiplataforma

1. Direitos autorais e conexos, produção e algumas ações especiais em redes sociais são cobrados a parte. Estes itens não sofrem aplicação de desconto e não estão sujeitos a comissão de agência, devendo ser autorizados em um documento separado da mídia.
2. A formalização de compra deverá ser através de carta de acordo ou pi e mediante o aceite do aclr.
3. Pacote disponível mediante disponibilidade de inventário na ocasião da compra.
4. Formatos de patrocínio, merchandising online e product placement são comercializados pelo período e não por audiência. Portanto, as audiências são estimativas.
5. Formatos comerciais poderão sofrer alteração e serão informados para nova implementação e ajuste do volume de mídia reaplicado só será válido na compra total do pacote .
6. todas as negociações especiais só serão válidas na compra total do pacote.
7. Todas as peças, conteúdo ou roteiros gerados pelo anunciante podem ser vetados pelo editorial do aclr ou pelo artista se forem considerados impróprios ou conflitantes a linha editorial.
8. Caso o volume proposto não seja utilizado nos prazos estipulados acima, será definido (em comum acordo) novas entregas de acordo com inventário disponível.
9. Quaisquer ações promocionais devem ser detalhas e aprovadas previamente.
10. Prazo para início das programações dos formatos tradicionais: 48 horas da data de fechamento do acordo. Os prazos para implementação dos formatos especiais serão avaliados pelo time aclr.
11. Conteúdos discriminados no projetos poderão sofrer alteração e serão informados aos anunciantes.
12. Todo e qualquer conteúdo produzido pelo aclr é de propriedade da network, para compartilhamento em outras plataformas deverá ser previamente aprovado pela mesma.
13. Cenários, ambientação e formatos especiais devem ser previamente analisados e precificados como produção em documento separado.



RECORDTV



RN

RECORD NEWS



RECORDTV

MULTIPLATAFORMA