

Plano de Patrocínio Integrado

dancing brasil

2ª Temporada

Um Formato



Produção
EndemolShine Brasil



RECORDTV



RN
RECORD NEWS



RECORDTV
MULTIPLATAFORMA

Vice-Presidência Comercial
26/Julho/2017

*Após o enorme
sucesso, Xuxa
retorna com a
2ª Temporada
De Dancing
Brasil!*



RECORDTV



Apresentação

Xuxa Meneghel

Repórter

Sérgio Marone

Estreou

24 de Julho/2017

Exibição

Segunda após o Jornal da Record

Reexibição

*Sábado após o
Programa da Sabrina*

PROGRAMA

AO VIVO

Número de
Episódios: **10**



RECORDTV



**Dancing Brasil,
uma competição
de dança envolvente
que agrada a todos
os públicos**

- ✓ **12 casais participantes**
- ✓ **Apresentações especiais**
- ✓ **Variados estilos de dança**
- ✓ **Troca de professores
entre os participantes**

Mecânica



Três jurados fixos,
profissionais de dança,
avaliam as estrelas e seus
respectivos *coaches*.



Cada dupla dança
um ritmo diferente
por episódio.



Eventualmente uma celebridade
pode ser convidada para
participar do programa.



Os três casais
menos votados
vão para a
votação popular.



ELIMINAÇÃO

**O PÚBLICO
ESCOLHE A DUPLA
QUE SERÁ
ELIMINADA.**

Estrutura

Palco



Local de Depoimento



Cenas do ensaio com comentários dos dançarinos.



Os ritmos são diversos

Samba HipHop
Balsa Foxtrot
Bolero Frevo
Mambo Salsa
Sapateado Country Jazz
Lambada Samba Rock
Pasodoble Funk
Zouk Calipso Xaxado
Flamenco Kuduro
Forro Chachachá

Os Jurados



Jaime Arôxa

Bailarino e Professor de Dança, ele possui sua própria escola desde a década de 80 e é responsável por coreografar diversas peças de teatro, filmes, novelas e shows.

Fernanda Chamma

Coreógrafa e Professora de Ballet Clássico e Jazz, seu nome é referência quando o assunto é direção artística de musicais.

Paulo Goulart Filho

Ator e Bailarino, coreografa diversos musicais e atua em inúmeras peças de teatro e novelas.



Os Participantes



Alinne Rosa



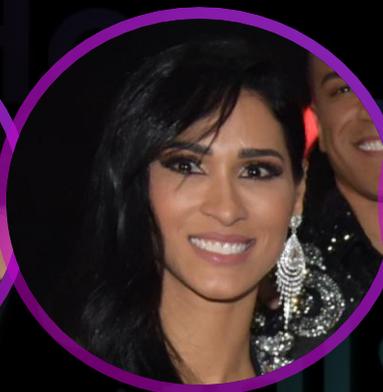
Carla Prata



Carlos Bonow



Fernando Pires



Jaqueline Carvalho



Jesus Luz



Lexa



Milene Domingues



Raphael Sander



Susana Alves



Theo Becker



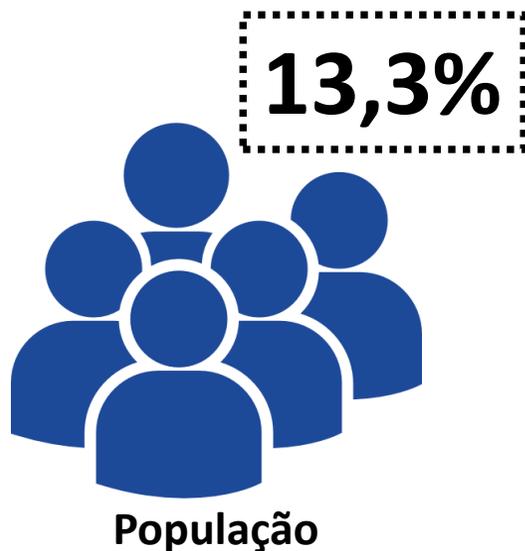
Yudi Tamashiro

Defesa de Mídia

Reality Show está entre os gêneros preferidos dos brasileiros.

Os telespectadores da RECORD TV se identificam com o gênero Reality Show mais do que a média da população.

Assistem frequentemente REALITY SHOW:



A 1ª Temporada de Dancing Brasil obteve ótimos resultados de audiência no Mercado Nacional.

Audiência



3,9 Milhões
de domicílios
atingidos por minuto



5,5 Milhões
de telespectadores
por minuto

Alcance



58,6 Milhões de Telespectadores
em todo o Brasil

Perfil dos Telespectadores

A audiência do Dancing Brasil é predominantemente composta por mulheres; pelo público adulto e pelas classes sociais ABC.

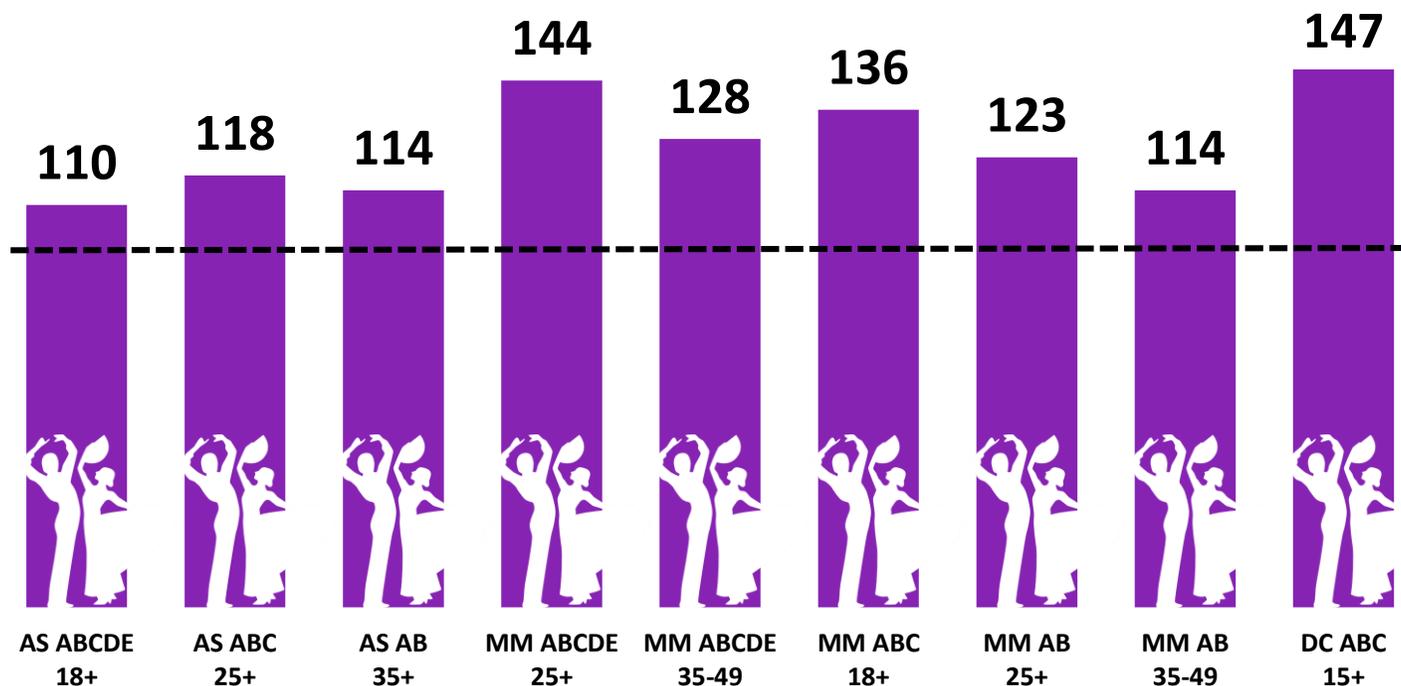


88%
Acima de
18 Anos

82%
Classes
ABC

Adequação com diversos públicos

Os Índices de Afinidade mostram que Dancing Brasil tem total adequação com diversos targets: *Adultos, mulheres e donas de casa de todas as classes sociais e faixas etárias.*



Entrega Comercial RECORD TV Patrocínio NET

Período de Exibição: Julho a Setembro/2017

- **Programa Inédito (10 episódios):**

01 vinheta caracterizada por programa, totalizando 10;

02 comerciais de 30" por programa, exceto no primeiro episódio que será exibido apenas 01, totalizando 19;

30 chamadas caracterizadas no período, em horário rotativo (ab/enc).

- **Reexibição (10 episódios):**

01 vinheta caracterizada por programa, totalizando 10;

01 comercial de 30" por programa, totalizando 10.

Total de Inserções: 79, sendo 59 (inédito) e 20 (reexibição)



Entrega Comercial RECORD TV – Merchandising NET Programa Inédito e Reexibição

- 01** Ação integrada;
- 05** Visualizações na Mesa dos Jurados;
- 05** Visualizações na Pista de Dança;
- 02** *Inserts* virtuais no Ranking;
- 05** *Inserts* animados;

TOTAL

36

*18 Inserções inéditas;
18 Inserções reexibidas na íntegra.
No período*

*A entrega de merchandising sugerida poderá ser readequada, dentro do mesmo investimento proposto, de acordo com a campanha do anunciante e adequação editorial. Haverá custos de Produção e Cachê, orçados após aprovação da proposta.

Entrega Comercial RECORD TV

Patrocínio LOCAL

- *Inédito (10 episódios) e Reexibição (10 episódios)*

São Paulo Capital (SP1)

20 vinhetas caracterizadas (01 por programa)

20 comerciais de 30" (01 por programa)

Total: 40 inserções no período

Demais Mercados Locais

40 vinhetas caracterizadas (02 por programa)

20 comerciais de 30" (01 por programa)

Total: 60 inserções no período



O programa também será exibido, na íntegra, na

RECORD NEWS

Domingo, às 21h30

**dancing
brasil**

2ª Temporada

Entrega Comercial RECORD NEWS Patrocínio NET

**Dancing Brasil 2ª Temporada (na íntegra)
10 episódios**

**02 vinhetas caracterizadas por programa,
totalizando 20;**

**02 comerciais de 30" por programa, exceto no
primeiro episódio que será exibido apenas 01,
totalizando 19;**

**60 chamadas caracterizadas no período, em
horário rotativo (ab/enc).**

Total: 99 inserções

**Melhores Momentos - Programa Zapping
10 exibições**

**01 vinheta caracterizada por programa,
totalizando 10;**

**01 comercial de 30" por programa,
totalizando 10;**

Total: 20 inserções

Entrega Comercial RECORD NEWS – Merchandising NET Íntegra do Programa e Melhores Momentos

02 Ações integradas;

10 Visualizações na Mesa dos Jurados;

10 Visualizações na Pista de Dança;

04 *Inserts* virtuais no Ranking;

10 *Inserts* animados;

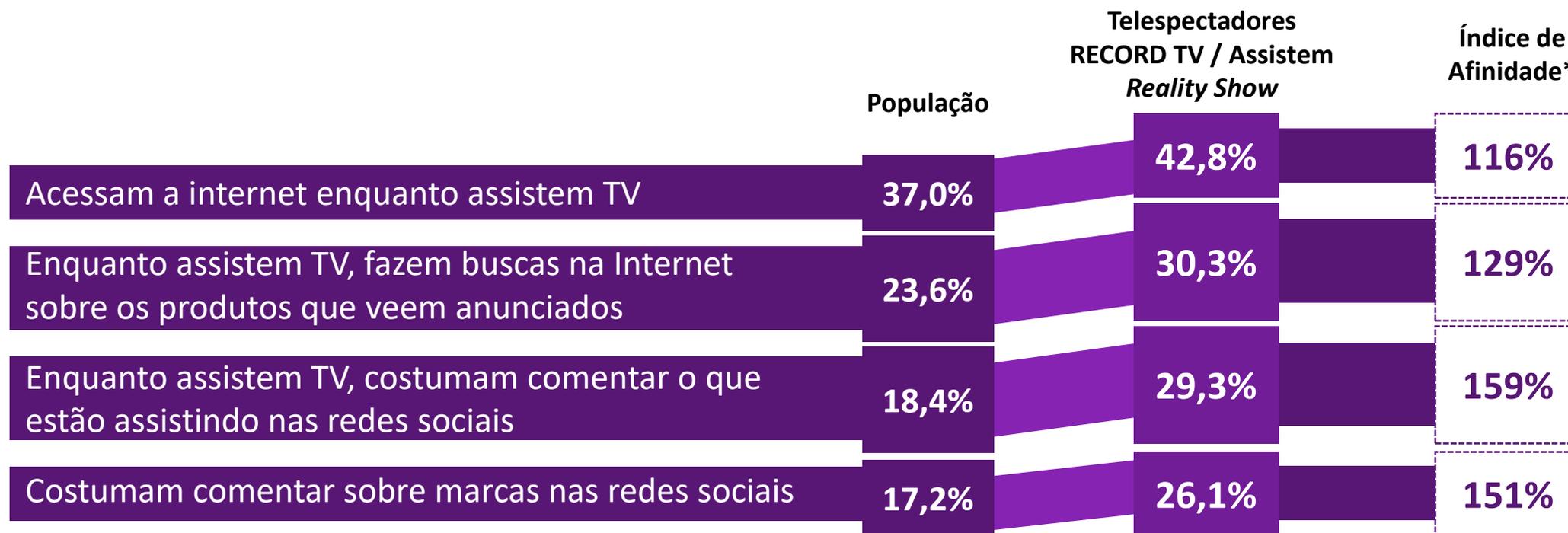
TOTAL

36

*18 Inserções no Dancing Brasil;
18 Inserções reexibidas nos
Melhores Momentos.
No período.*

Um Público que assiste TV enquanto navega na Internet

Telespectadores da **RECORD TV** que assistem **Reality Show** possuem alta afinidade com os dois meios: **veem televisão enquanto acessam a internet.**



Entrega Comercial Multiplataforma

Conteúdo do Site Oficial do Programa

Para complementar o que será exibido na RECORD TV, o site do **Dancing Brasil 2ª Temporada** no R7 trará conteúdos editoriais exclusivos:

- Perfil dos participantes;
- Votação oficial;
- Espaço para interatividade;
- Dia a dia da competição;
- Entrevistas;
- Matérias sobre os ritmos;
- Galeria de fotos dos ensaios;
- Conteúdo extra.

Mídia Display no Site Oficial do Programa

Formatos de mídia com as peças da marca marcam o patrocínio do site e ajudam a divulgar a campanha e relacioná-la mais ainda ao programa:

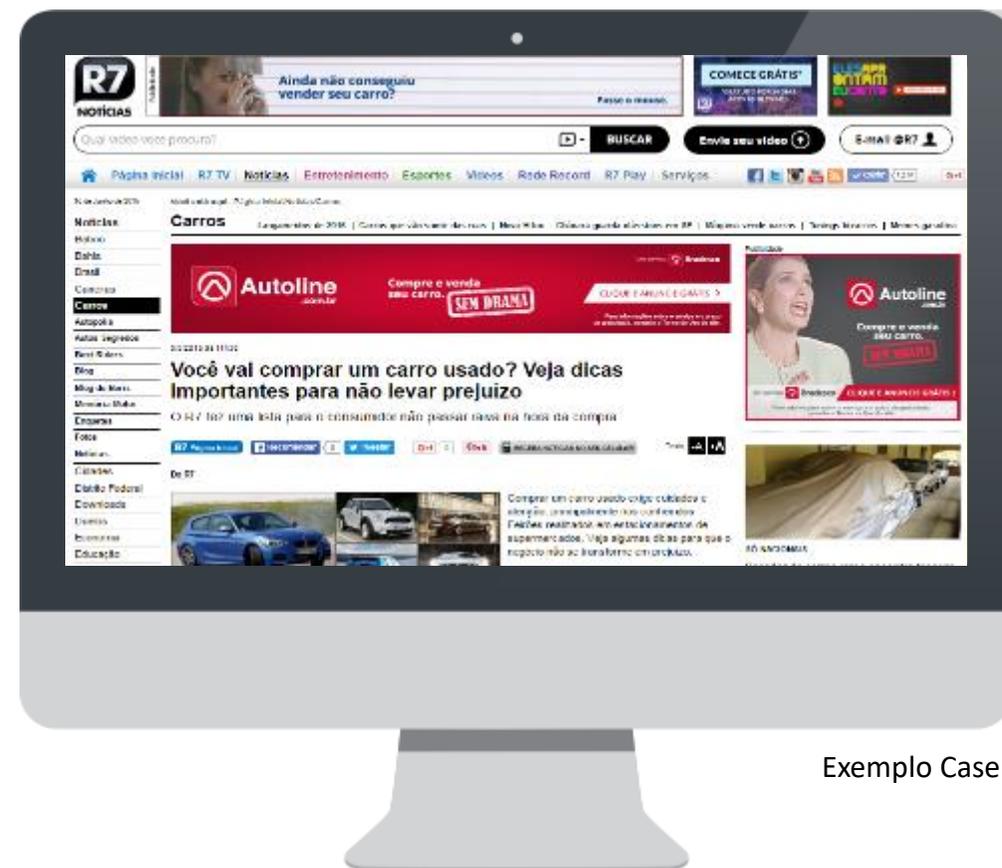
- Background
- Superbanner/Island
- Island Mobile
- Banner Mobile

Entrega Comercial Multiplataforma

Matérias Customizadas no Site Oficial do Programa

Matérias especiais e virais sobre o programa Dancing Brasil 2ª Temporada vão falar sobre a apresentadora, os participantes, os técnicos, os jurados, o desempenho das duplas, os ritmos dançados, os ensaios e muito mais! Sempre relacionado ao *core business* da marca.

Essas matérias estarão no site do programa e contarão com topo header customizado de marca.



Exemplo Case

*Haverá custos de produção e de cachê, a serem orçados após o fechamento do escopo do projeto.

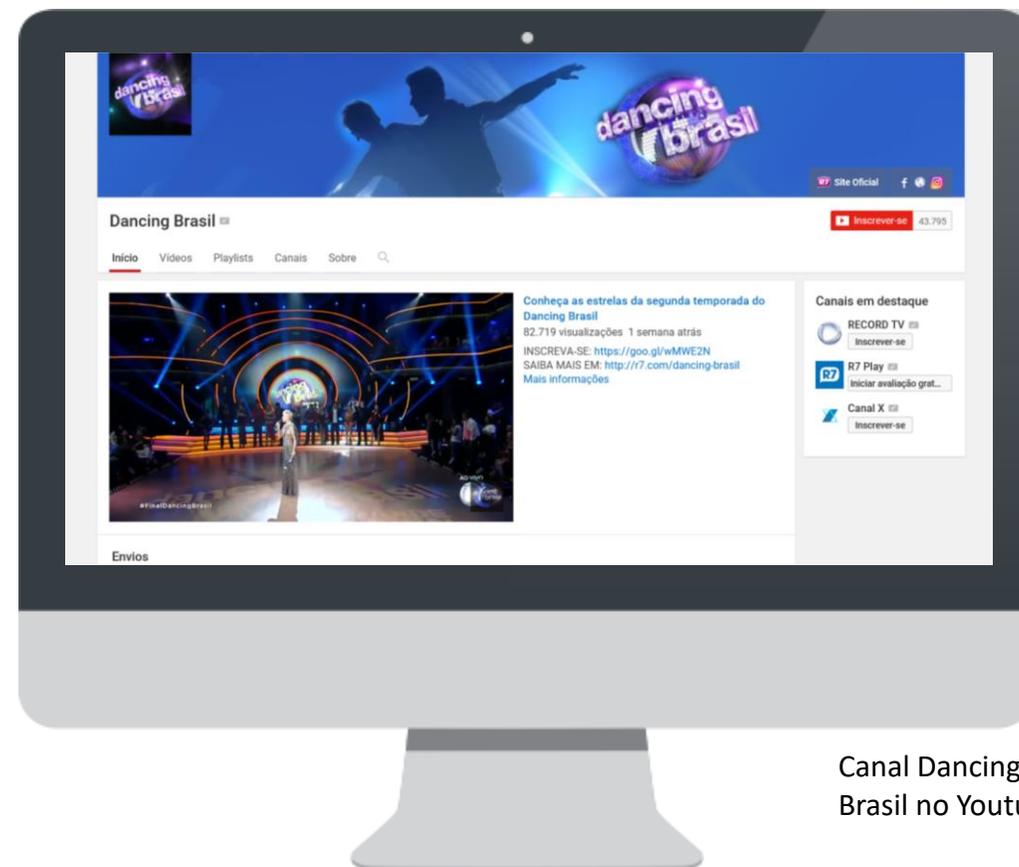
POR SE TRATAR DE MATÉRIAS DE CUNHO EDITORIAL, A MARCA APARECERÁ APENAS NO TOPO HEADER, MAS O CONTEXTO DAS MATÉRIAS FARÁ O PÚBLICO LIGAR RAPIDAMENTE COBERTURA COM A CAMPANHA DA MARCA. AO LADO UM EXEMPLO ILUSTRATIVO.

Entrega Comercial Multiplataforma

Conteúdo do Canal do Programa no Youtube

Além de vídeos com momentos do programa, o canal de Dancing Brasil 2ª Temporada no Youtube, vai trazer conteúdo extra que a marca poderá oferecer:

- Por trás das Câmeras (bastidores);
- Tutorial das coreografias;
- Diário dos participantes;
- Ensaios;
- Entrevistas com os participantes e seus técnicos;
- Interação com as redes sociais: o apresentador online comenta os trendings e a repercussão do programa nas redes.



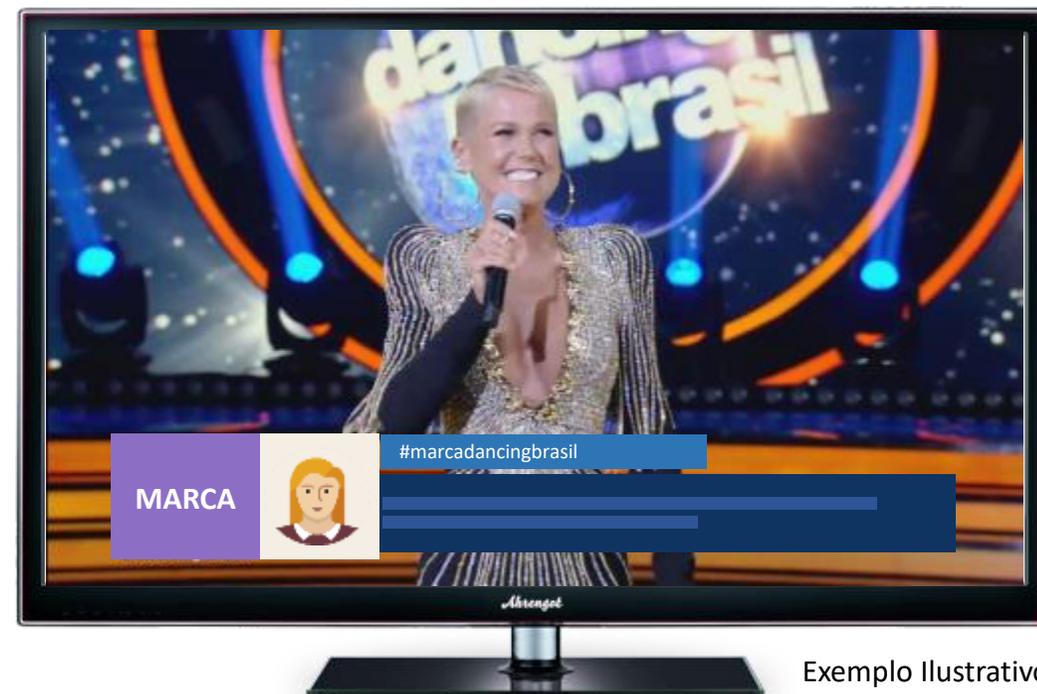
Canal Dancing Brasil no Youtube

*Haverá custos de produção e de cachê, a serem orçados após o fechamento do escopo do projeto.

Entrega Comercial Multiplataforma Interatividade com comentários na Tela – Social Tickers

Durante a exibição do Dancing Brasil 2ª Temporada, as redes sociais serão levadas para a tela da RECORD TV com a interatividade. Colocaremos no GC os principais tweets sobre o programa, acompanhados das fotos de perfil dos internautas, promovendo engajamento.

Os tweets serão escolhidos (e curados) a partir de uma hashtag definida e o GC também trará o logo da marca na telinha.



Exemplo Ilustrativo

Vinhetas de Oferecimento no Canal do Programa no Youtube

Vinhetas de oferecimento da marca rotativas no canal Dancing Brasil no Youtube. Antes e/ou depois dos vídeos que já estarão no canal, o anunciante entrará oferecendo o conteúdo.

Entrega Comercial Multiplataforma Live com Sérgio Marone

Sérgio Marone, repórter oficial do Dancing Brasil, fará transmissões ao vivo pelo Facebook do programa entrevistando participantes, técnicos, jurados, plateia e também mostrando detalhes dos bastidores: os camarins, os figurinos que serão usados em breve no palco, e muito mais!

Os *lives* serão um oferecimento da marca (anunciado por Marone no início e no final da transmissão). Além disso, o repórter utilizará um microfone customizado com logotipo.



Exemplo Case

Entrega Comercial Multiplataforma

Live com eliminados

Assim que a dupla eliminada da semana terminar a participação na tela da RECORD TV, ela entrará ao vivo pelas redes sociais do programa respondendo perguntas dos internautas. Depois do encerramento, o conteúdo deste live ficará disponível on demand e poderá ser divulgado nas outras propriedades do programa.

Os *lives* serão um oferecimento da marca (anunciado pela dupla no início e no final da transmissão).

Pupliposts/Memes nas Redes Sociais

Faremos posts nas redes sociais do Dancing Brasil, reaplicados nos perfis do R7 sobre os melhores momentos do programa, gifs especiais e memes engraçados.

Os memes farão um link com o *core business* da marca e as postagens levarão menção e hashtag da marca.

Entrega Comercial Multiplataforma

Enquete nas Redes Sociais

Votações nas redes sociais (através dos botões de reação) do programa que podem ser tanto opinativas quanto para mudar os rumos do jogo, por exemplo:

- Escolha do figurino dos participantes
- Escolha do estilo musical do episódio seguinte
- Vantagem para uma das duplas
- Ponto extra na competição
- Enquete sem influenciar no jogo: “Na sua opinião, quem executou a melhor coreografia?”



Exemplo Case

Ação Extra* Multiplataforma #MissãoDancing

Faremos posts nas redes sociais do Dancing Brasil. Pequenos desafios semanais serão lançados nas redes sociais do reality seguindo o estilo musical da semana. Por exemplo:

- Na semana do ritmo sertanejo, o público deve publicar fotos nas redes sociais inspiradas no estilo, seja dançando, com roupas, etc.
- O conteúdo escolhido (após curadoria) será exibido durante o programa na interatividade do Dancing Brasil



Foto Divulgação

*Ação sugerida como opcional, valoração sob consulta.

*Haverá custos de produção e de cachê, a serem orçados após o fechamento do escopo do projeto.

Ação Extra* Multiplataforma Stickers Patrocinados

Os stickers são “colagens” que podem ser usadas nas fotos para tornar uma publicação mais divertida ou até mesmo contar uma história no Instagram. O aplicativo disponibiliza acessórios como óculos, chapéu, corações e hashtags personalizadas.

A sugestão é a criação de stickers patrocinados, que estejam relacionados ao tema da semana no reality, para que os usuários publiquem suas fotos personalizadas com o clima do programa.



Exemplo Ilustrativo

*Ação sugerida como opcional, valoração sob consulta.

*Haverá custos de produção e de cachê, a serem orçados após o fechamento do escopo do projeto.

Ação Extra* Multiplataforma Filtro para Snapchat

Sucesso na plataforma, os filtros do Snapchat dão o tema nas fotos e vídeos do público e podem ser bloqueados por geolocalização. Quem estiver na plateia do Dancing Brasil 2ª Temporada terá acesso a um filtro exclusivo personalizado do reality.

Essas imagens criadas por demanda só podem ser utilizadas por quem estiver utilizando o app em uma região pré-determinada, com serviço de localização do smartphone ligado.



Exemplo Case

*Ação sugerida como opcional, valoração sob consulta.

*Haverá custos de produção e de cachê, a serem orçados após o fechamento do escopo do projeto.

Ação Extra* Multiplataforma Vídeo do Público

Ao longo da exibição do episódio, ativaremos em tela e nas redes sociais o pedido de vídeos do público dançando o estilo da semana.

O conteúdo pode ser enviado pela hashtag oficial da atração.

Após curadoria do material enviado, um VT com o compilado é exibido na tela da RECORD TV nos minutos finais do programa.

Playlist no Spotify

Uma playlist oficial do programa será criada no Spotify, serviço de streaming de música.

As músicas dançadas pelas duplas entrarão na lista de reprodução, que será atualizada semanalmente com as trilhas

*Ação sugerida como opcional, valoração sob consulta.

*Haverá custos de produção e de cachê, a serem orçados após o fechamento do escopo do projeto.

Ação Extra* Multiplataforma Da Web para a TV

Apresentador do online ganha mini-estúdio (ou espaço) próximo ao da transmissão ao vivo da TV, para interagir inclusive com a apresentadora oficial.

Mostra em telão mais ações de interatividade, dando vida ao que, em geral, só aparece no GC da televisão, inspirando ainda mais o engajamento online.

Trade

Matéria no Meio & Mensagem e Mailing sobre nossas ações, já com as marcas patrocinadoras.

Sugestões:

- Incluir Vídeo Vertical na entrega, chamar atenção disso para o Trade
- Vender participação / merchandising na preparação / ensaios

*Ação sugerida como opcional, valoração sob consulta.

*Haverá custos de produção e de cachê, a serem orçados após o fechamento do escopo do projeto.

OBSERVAÇÕES GERAIS DE MERCHANDISING - REALITY SHOW

1. O apresentador deverá dar anuência via Departamento de Merchandising para a marca/ produto/ serviço do anunciante;
2. O formato das ações será discutido e definido entre a agência, o cliente e a área comercial/artística, mediante adequação editorial e anuência 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/ anunciante 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 anunciante 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 íterim 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.

dancing
brasil



RECORDTV



RN
RECORD NEWS



RECORDTV

MULTIPLATAFORMA