

Plano de Patrocínio Integrado



A FAZENDA

NOVA CHANCE

A FAZENDA voltou
de cara nova
e repleta de
NOVIDADES!



9ª TEMPORADA

86 Episódios

16 Participantes

Apresentação **Roberto Justus**

Prêmio de **2 milhões de reais**, sendo **1 milhão e meio** para o grande vencedor e **500 mil reais** em prêmios diversos que serão disputados entre os participantes.

ESTREOU

12 de Setembro/2017

Segunda a Sexta logo após o Jornal da Record

Sábado logo após o Programa da Sabrina

Domingo logo após o Domingo Espetacular





Com um elenco formado por ex-participantes de diferentes realities da televisão brasileira, A Fazenda dará a eles uma nova chance em busca do grande prêmio.

Serão novos desafios que os peões terão que enfrentar e, para isso, vão ter que provar que são inteligentes e fortes o bastante para suportar o confinamento, além de ter que lidar com questões como vaidade, emoção e a saudade de casa.

PARTICIPANTES



**Adriana
BOMBOM**



**Ana Paula
MINERATO**



**Aritana
MARONI**



CONRADO



DINEI



**Fabio
ARRUDA**



**Flavia
VIANA**



**Marcelo
ZANGRANDI**



**Marcos
HARTER**



**Matheus
LISBOA**



**Monik
CAMARGO**



**Monique
AMIM**



NAHIM



**Nicole
BAHLS**



**Rita
CADILLAC**



**Yuri
FERNANDES**

NOVA ESTRUTURA

Confinados numa fazenda do interior de São Paulo, as celebridades enfrentam desafios e realizam, semanalmente, diversas tarefas do campo.

A **nova sede** de A Fazenda é o grande diferencial dessa edição. O novo espaço também contará com diversas câmeras encarregadas de monitorar os participantes 24 horas por dia.



**A cada dia
da semana,
DIFERENTES
ATRAÇÕES
surpreenderão o
telespectador.**

MECÂNICA¹

Segunda-feira: Votação – ao vivo

Terça-feira: Prova do Fazendeiro

Quarta-feira: Convivência

Quinta-feira: Eliminação – ao vivo

Sexta-feira: Prova da Chave

Sábado: Festa

Domingo: Atividade Especial

Já consolidada após oito edições, **A Fazenda** está de volta e vai marcar presença **todas as noites** nos lares brasileiros.

Uma excelente oportunidade para divulgar a sua marca/produto a **milhões de telespectadores** que estarão ligados na **RECORD TV**, ao longo de quase **três meses**, para acompanhar, torcer e interagir com o reality.

***Reality Show* está entre os gêneros preferidos dos brasileiros.**

Em muitas rodas de amigos ou nas reuniões da família, os programas do gênero viram assunto nas conversas. E os **telespectadores** da **RECORD TV** se identificam com o gênero mais do que a média da população.

Assistem frequentemente
REALITY SHOW:

População

13,3%

Telespectadores
RECORD TV

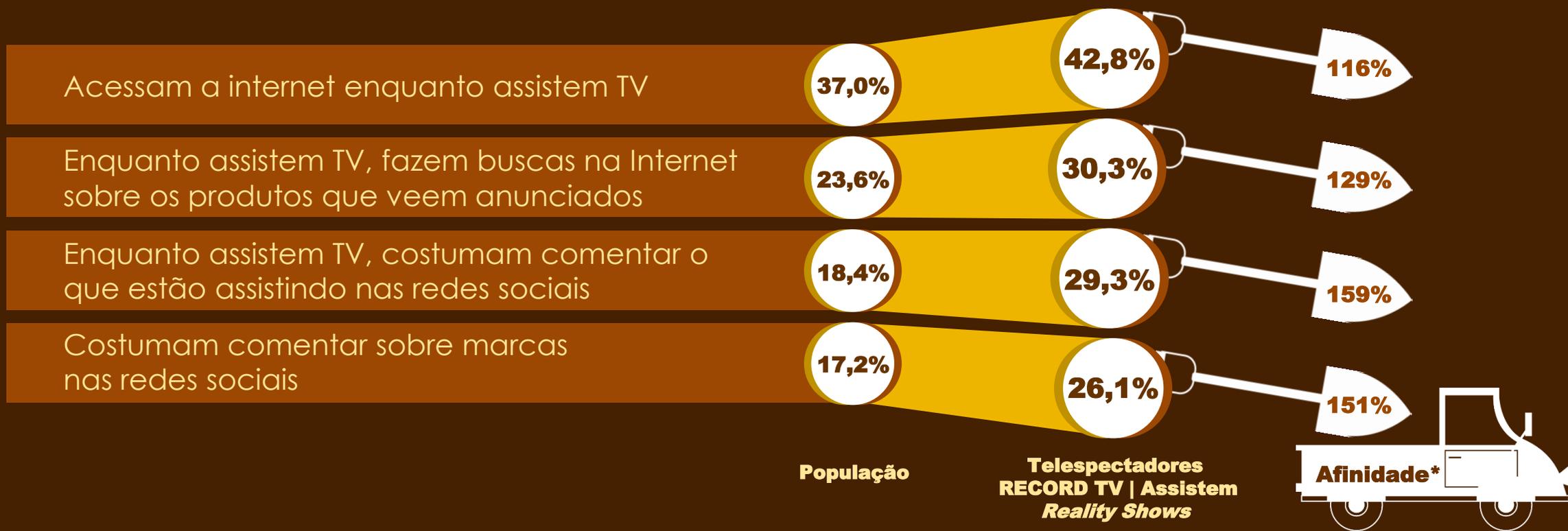
16,4%

Afinidade

123%

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.



O público que assiste *Reality Show* na RECORD TV tem potencial de compra e consome diversos segmentos de produtos.

Média de telespectadores atingidos por minuto pelo gênero *Reality Show* na RECORD TV:

4

Milhões

Afirmam que educação é o melhor caminho para garantir um bom futuro

3,6

Milhões

Consomem refrigerantes*

3,2

Milhões

Consomem chocolates e bombons*

2,9

Milhões

Gostam de provar novos produtos alimentícios

2,4

Milhões

Gostam de cozinhar

2,1

Milhões

Usam esmalte para unhas**

2,2

Milhões

Sentem prazer em qualquer tipo de compra

2,1

Milhões

Gastam muito dinheiro com cosméticos e produtos para higiene pessoal

1,7

Milhão

Consomem cerveja*

1,4

Milhão

Usam tintura para cabelo***

1

Milhão

Pretendem comprar automóvel nos próximos 12 meses

500

Mil

Consomem vitaminas ou suplementos**

Acompanhe os excelentes resultados da última edição de A Fazenda.

Audiência



5,2
Milhões

de domicílios por minuto



7,2
Milhões

de telespectadores por minuto

21% dos domicílios ligados em todo o Brasil

Tempo de Transmissão

63 horas

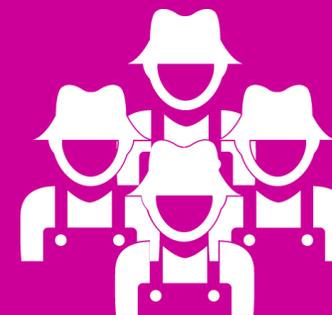
de envolvimento



Alcance de Telespectadores

120
Milhões

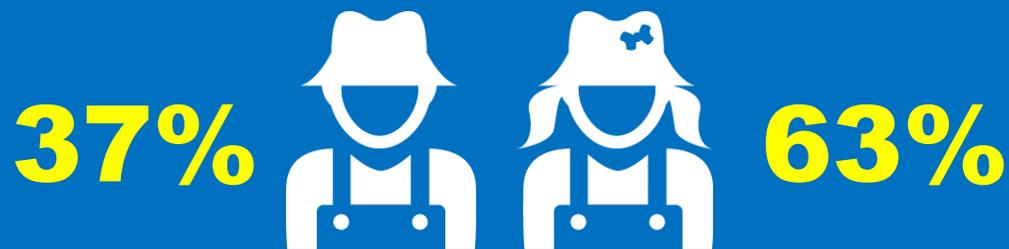
de telespectadores em todo o Brasil



+ 3,7
Milhões de telespectadores em relação a Fazenda 7.

Perfil do Público

A audiência do reality foi composta principalmente pelo público adulto, acima dos 18 anos e pelas classes sociais ABC.

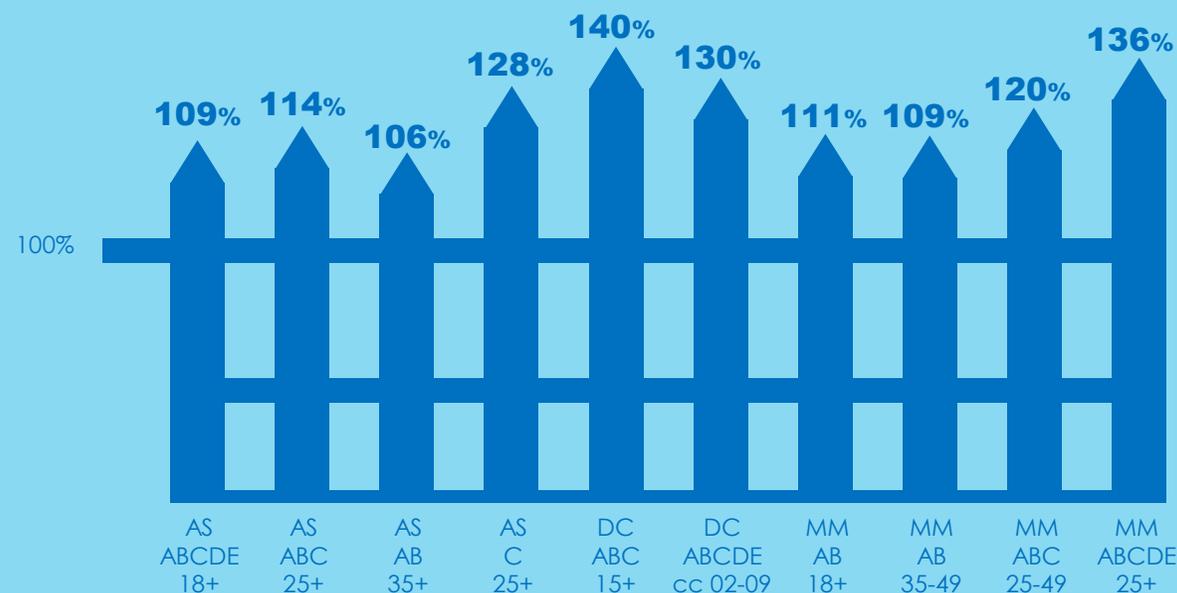


83% classes ABC

85% acima de 18 ANOS

Adequação com diversos públicos

Os **índices de afinidade** mostram que A FAZENDA tem total adequação com diversos targets: adultos, mulheres, donas de casa de todas as classes sociais e faixas etárias.



Entrega Comercial - RECORD TV

- Segunda a Sexta, logo após Jornal da Record •
- Sábado, logo após o Programa da Sabrina • Domingo, logo após Domingo Espetacular •
- Estreou: 12 de Setembro/17 • 86 Episódios •

Nacional

Patrocínio

86 vinhetas caracterizadas (01 por programa);

43 comerciais de 30" (01 por programa, em dias alternados);

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

TOTAL: 194 inserções

Entrega Comercial - RECORD TV

Merchandising¹

02 Provas contextualizadas ao conteúdo do reality, envolvendo o conceito da marca.

20 Visualizações da marca/produto em local estratégico da Fazenda, exibidas ao longo da temporada.

02 Ações Integradas, envolvendo o conceito da marca com o oferecimento de seus produtos em entrega de kit/ premiação; almoço/ jantar; sessão exclusiva de cinema.

43 Inserts de Vídeo Animados, inserções gráficas, exibidas ao longo da temporada.

TOTAL: 67 inserções

TOTAL PATROCÍNIO + MERCHANDISING : 261 inserções

¹A entrega de merchandising sugerida poderá ser readequada, dentro do mesmo investimento proposto, de acordo com a campanha do anunciante e adequação editorial. Formato disponível apenas para Mercado Nacional – NET.

Haverá custos de Direitos Autorais e correlatos(mídia) e de produção.
Custos de produção serão orçados e propostos após definição do projeto.

Com as **261 inserções** oferecidas nesta proposta através do patrocínio e merchandising, a marca do anunciante atingirá excelentes resultados¹.

Audiência domiciliar

Média da última temporada

8,2%

GRPs
2.159



Alcance



80%
dos domicílios

Frequência
Média
27

Entrega Comercial Local - RECORD TV

São Paulo Capital (SP1)

86 vinhetas caracterizadas (01 por programa)

43 comerciais de 30" (01 por programa, em dias alternados)

TOTAL: 129 inserções

Demais Mercados Locais

172 vinhetas caracterizadas (02 por programa)

43 comerciais de 30" (01 por programa, em dias alternados)

TOTAL: 215 inserções

Patrocínio RECORD NEWS

- Os melhores momentos serão exibidos no dia seguinte na RECORD NEWS, no *prime time* do canal.

Bloco Especial no programa Zapping
(Inédito, às 22h00 + Reapresentação, às 16h00)

Nacional

Patrocínio

172 vinhetas caracterizadas (01 por programa).

172 comerciais de 30" (01 por programa).

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

TOTAL: 694 inserções

Merchandising RECORD NEWS

- Para ampliar o alcance da campanha, as ações de merchandising da RECORD TV, serão reexibidas na RECORD NEWS, em um bloco especial do programa Zapping (**Inédito, às 22h00 + Reapresentação, às 16h00**)

Merchandising

04 Provas

40 Visualizações

04 Ações Integradas (envolvendo o conceito da marca com o oferecimento de seus produtos em entrega de kit/ premiação; almoço/ jantar; sessão exclusiva de cinema.

86 Inserts de Vídeo Animados

TOTAL: 134 inserções

TOTAL PATROCÍNIO + MERCHANDISING : 828 inserções

¹As ações de merchandising serão as mesmas exibidas na RECORD TV.

AMPLIE A VISIBILIDADE DA SUA CAMPANHA

Na RECORD NEWS, com a mídia sugerida, sua marca poderá ter mais de **40 MILHÕES DE IMPACTOS**, no mercado nacional.



Patrocínio MULTIPLATAFORMA

Matérias e Galerias Customizadas com Topo Header

Matérias especiais e virais sobre o programa **A Fazenda** vão falar sobre as provas, os participantes, sempre ressaltando algo relacionado ao core business da marca.

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

The image shows a screenshot of a website page for R7 TV. At the top, there is a custom header for a Volkswagen advertisement, featuring a car's interior and the text "Quer ganhar até 1 milhão de reais?". Below the header, the main content area displays a news article titled "Carnaval 2017! Xuxa vai participar do desfile da Grande Rio em homenagem a Ivete Sangalo". The article includes a video player and text describing Xuxa's participation. To the right, there are promotional banners for "Assine Leturinha" and "Nissan Kicks". At the bottom, there is a "Recomendadas para você" section with several article thumbnails.

Exemplo Ilustrativo

Patrocínio MULTIPLATAFORMA

Formatos de Mídia Display no Site de A Fazenda

Formatos de mídia com as peças da marca ajudarão a divulgá-la e relacioná-la mais ainda ao programa:

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



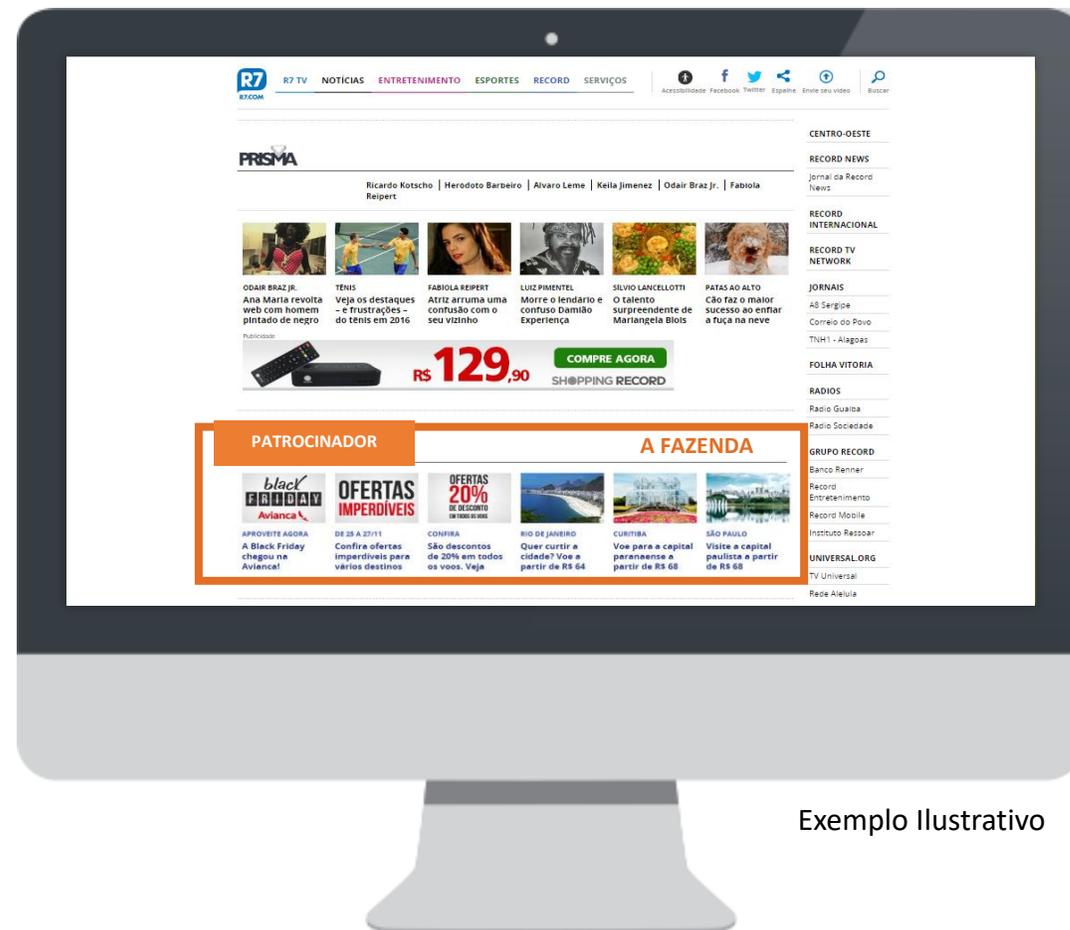
Exemplo Ilustrativo

Patrocínio MULTIPLATAFORMA

Tripa Especial A Fazenda Na Homepage do R7 By Marca

Notícias e destaques do programa serão reunidas numa área exclusiva da home do R7 com o **oferecimento da marca** (selo patrocínio).

Em meio às notícias, a marca poderá incluir e intercalar ofertas e promoções.



Exemplo Ilustrativo

Patrocínio MULTIPLATAFORMA

Conteúdo Extra no Canal do Programa no Youtube

A Fazenda terá um canal exclusivo no Youtube com conteúdo especial:

- Curiosidades da nova fazenda;
- Entrevistas com os participantes;
- E muito mais!

Os vídeos terão **vinheta de oferecimento da marca**, serão divulgados através de posts editoriais nas redes sociais de A Fazenda e de destaques na home page do R7.



EM BREVE NO



Patrocínio MULTIPLATAFORMA

Publiposts nas Redes Sociais

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

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



Patrocínio MULTIPLATAFORMA

Flock to Unlock Interatividade Na Tela

Durante a exibição do programa, os telespectadores serão convidados a 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 Fazenda.

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.



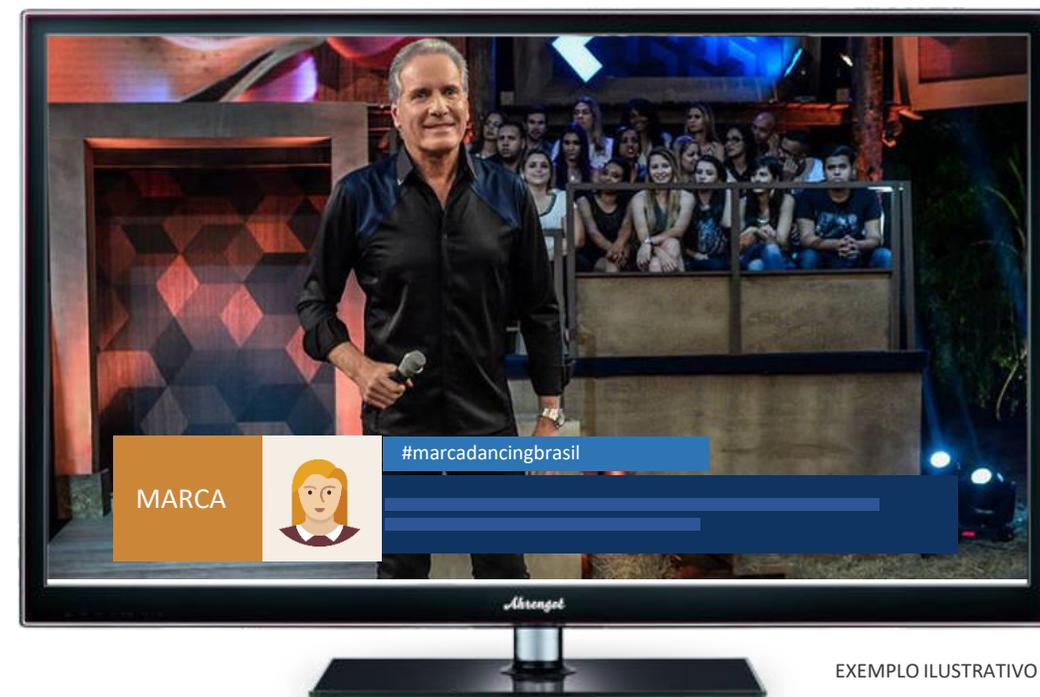
Exemplo de tweet autoreply com flock to unlock

Patrocínio MULTIPLATAFORMA

Social Tickers Comentários Na Tela

Durante a exibição de A Fazenda, vamos exibir no GC os principais tweets sobre o assunto e sobre o programa, acompanhados das fotos de perfil dos internautas, promovendo interatividade e engajamento.

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



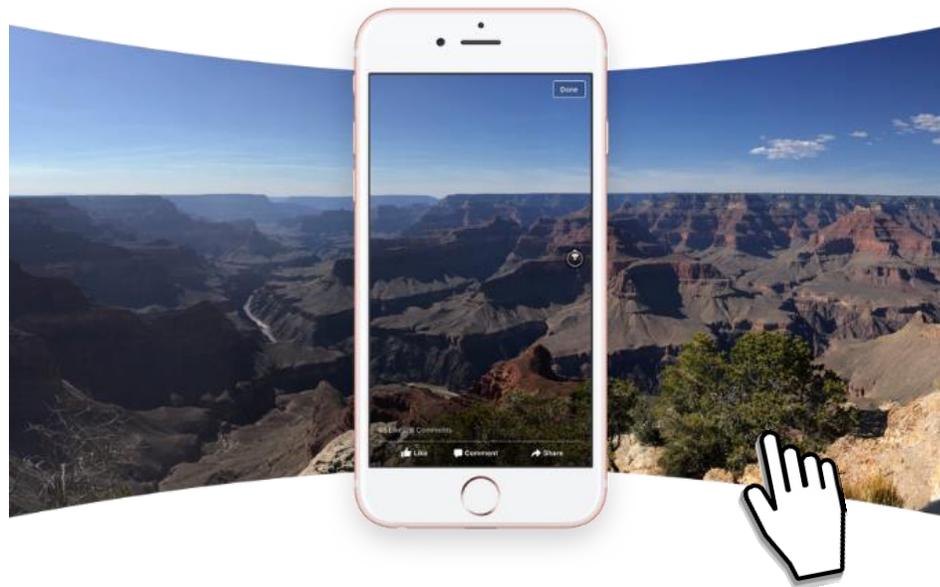
EXEMPLO ILUSTRATIVO

Patrocínio MULTIPLATAFORMA

A Fazenda 360° Foto no Facebook

Um grande complemento de arte visual vai sanar a curiosidade do público em conhecer a nova casa do reality A Fazenda.

Teremos uma foto 360° interativa: ao clicar em cada cômodo e girar, o internauta conseguirá ver em detalhes cada espaço da fazenda. Esse tour virtual será postado no Facebook do programa e no site oficial de A Fazenda.



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

Patrocínio MULTIPLATAFORMA

Vinheta 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).



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.



RECORDTV



RN
RECORD NEWS



RECORDTV
MULTIPLATAFORMA