

PLANO DE PATROCÍNIO INTEGRADO

# TOPÍSSIMA



RECORDTV



MULTIPLATAFORMA

VICE-PRESIDÊNCIA COMERCIAL  
ABR/2019

# TOPÍSSIMA

A PRÓXIMA NOVELA 2

## PATROCÍNIO MENSAL NACIONAL



**49**

INSERÇÕES NA TV



**20**

MILHÕES DE  
IMPRESSÕES NO DIGITAL

UMA NOVELA DE  
**CRISTIANNE FRIDMANN**

DIREÇÃO GERAL DE  
**RUDI LAGEMAN**

ESTREIA PREVISTA  
**21/Mai/19**

EXIBIÇÃO  
**SEG A SEX, APÓS O CIDADE ALERTA**

Nº DE CAPÍTULOS PREVISTOS  
**150**

# TOPÍSSIMA

# TOP



# O QUE É TOP?

Uma amizade, uma viagem,  
um carro, um livro, o show  
do seu artista preferido,  
uma comida bem feita,  
um sorvete...



Diferentes **experiências**  
Despertam **diferentes** sensações  
em cada um de nós.

# TOPÍSSIMA

é um superlativo que **potencializa**  
as **melhores emoções!**

# SINOPSE

Ambientada no Rio de Janeiro, **TOPÍSSIMA** é uma novela contemporânea que traz à tona os conflitos da mulher moderna, independente e empoderada, além de uma instigante investigação policial repleta de reviravoltas na vida dos personagens.

A novela se passa em uma universidade privada, localizada no bairro **Recreio dos Bandeirantes**; em um luxuoso hotel de frente para o mar na **Avenida Niemeyer** e, também, no morro do **Vidigal** em **São Conrado**, prometendo **belas paisagens**, romance, humor, drama, suspense, superação e muitas emoções!

# A PROTAGONISTA

**Sophia** é uma mulher linda, elegante, dinâmica, autoconfiante, competente e milionária! Uma empresária a frente do império da família: uma rede de escolas e universidades privadas - o **Grupo Alencar**.

Atuou como vice-presidente e agora vai ocupar a presidência se cumprir uma exigência imposta por sua mãe: **se casar no prazo de 01 ano**.

A combinação **dinheiro + beleza** atrai inúmeros **alpinistas sociais**. Ela tem consciência disso e usa-os da mesma forma que se sente usada quando eles se aproximam por interesse. É uma mulher livre! No entanto, finalmente descobre o amor após um encontro inesperado com **Antônio**, no trânsito do Rio de Janeiro.

**Antônio** é um homem de **origem humilde**, culto e de bem com a vida, do tipo que enfrenta as dificuldades com confiança e otimismo. Responsável pelo sustento da família, ele trabalha como taxista, além de ajudar e administrar o restaurante da mãe, no **Morro do Vidigal**.



**Sophia e Antônio**  
viverão uma relação  
marcada por suas diferenças,  
muitos conflitos e reviravoltas.

# NÚCLEO UNIVERSIDADE



A nossa **protagonista**, 35 anos, conduz a administração do **Grupo Alencar** em parceria com seu tio, **Paulo Roberto**, atual presidente.

**SOPHIA ALENCAR**  
(Camila Rodrigues)



**LARA**  
(Cristiana Oliveira)

Mãe de **Sophia**. Tem 60 anos “*com aparência de 30*” devido às muitas plásticas e tratamentos estéticos. É divorciada, fútil e herdeira legítima do **Grupo Alencar**, mas confiou a administração ao seu meio-irmão. É professora convidada de Artes Cênicas.



**PAULO ROBERTO**  
(Floriano Peixoto)

**O ANTAGONISTA**

Meio irmão de **Lara**, 55 anos, presidente atual do **Grupo Alencar**. É casado e tem um filho que cursa o terceiro ano de Comunicação Social. Na juventude, começou a fazer metanfetaminas e assim, tornou-se um pequeno traficante de classe média, junto com seu amigo **Pedro**, hoje detetive de polícia.

➤ *Muitos dos estudantes de Comunicação Social, Medicina, Veterinária, Artes Cênicas e Educação Física moram na República Pingo D'Água. Com cozinha, sala, quartos e churrasqueira, esse será um importante local de encontro e descontração.*

➤ *A universidade contará com sala de aula, professores, funcionários, hospital e fachada com trailer de alimentação.*



**EDEVALDO**  
(Eri Johnson)

Era policial e **fingiu** ter saído da polícia porque queria se dedicar à moda, mas, na verdade, é um policial disfarçado. Ele usa o codinome **Pierre** e trabalha como *personal stylist* de **Sophia** com o objetivo investigá-la.



# NÚCLEO VIDIGAL



**ANTÔNIO RAMOS**  
(Felipe Cunha)

40 anos, mora com a mãe e a irmã no alto do **Morro do Vidigal**, taxista e administrador do restaurante Prato Cheio. Não é vaidoso, mas se cuida. Foi abandonado no dia do casamento e de maneira inusitada, acabará se apaixonando por **Sophia**.



**MARIINHA**  
(Silvia Pfeifer)

Mulher vivida, que aparenta a idade e as dificuldades que passou. É uma mãe amorosa, cuidadosa e uma mulher que batalha muito. Cozinheira de mão cheia, comanda o restaurante **Prato Cheio**. Vai descobrir aos 60 anos, que nunca é tarde para encontrar ou reencontrar o homem certo para compartilhar a vida.

O policial traficante que faz parte da equipe de investigações, trabalha disfarçado em uma peixaria e usa as informações obtidas com seus colegas para livrar **Paulo Roberto** e a si mesmo de possíveis flagrantes, sempre desviando as pistas para incriminar outras pessoas, sobretudo **Sophia** e **Antônio**.



**PEDRO**  
(Felipe Cardoso)

26 anos. É um dos cozinheiros do restaurante, formado em Direito e será o advogado de **Antônio** e depois, dele e de **Sophia**.



**BRUNO**  
(Miguel Roncato)

➤ *O restaurante "Prato Cheio" que recebe clientes da zona sul carioca e, aos poucos, está fazendo sucesso. Sempre que há oportunidade, Antônio leva seus passageiros para comer lá. Assim, Xuxa, Mion, Faro, entre outros, conhecem o restaurante, ajudando-o a ganhar fama...*



*OPORTUNIDADE PARA*  
**AS MARCAS**



RECORDTV



MULTIPLATAFORMA

# OPORTUNIDADES COMERCIAIS



## TV

### CIDADE CENOGRÁFICA

Outdoor  
Busdoor  
Fachada de Loja  
Banca de Jornal  
Restaurante

### EM ESTÚDIO/LOCAÇÃO

Product Placement  
Transporte  
Compra em loja física  
Compra on-line  
Troca de operadora de telefonia  
Degustação/experimentação/indicação de produtos  
Preparo culinário  
Viagem  
Passeios/eventos com os estudantes  
Churrasco  
Trailer de lanches  
Academia  
**Entre outros...**



## DIGITAL

Conteúdo Extra  
Gifs Temáticos  
Vídeo Branded Content  
Publpost nas redes Sociais da RECORD TV  
Memes nas redes sociais da RECORD TV  
Publieditorial

# PRINCIPAIS CENÁRIOS



**HOTEL**



**UNIVERSIDADE**  
(Sala de Aula)



**REPÚBLICA**



**HOSPITAL**  
(Universitário)



**RESTAURANTE**



**CASA DOS PERSONAGENS**  
(Quarto, Sala de Estar/Jantar, Cozinha, Banheiro, Escritório)

Nesse contexto, e pelos diferentes perfis dos personagens, é possível introduzir os seguintes segmentos:



ALIMENTÍCIO



BEBIDAS NÃO ACÓOLICAS



ELETRÔNICOS



CAMA, MESA E BANHO



HIGIENE PESSOAL E BELEZA



INSTITUIÇÃO FINANCEIRA



LIMPEZA



MONTADORAS



DECORAÇÃO



TELECOMUNICAÇÕES

# PERSONAGENS COM POTENCIAL

PARA EMBAIXADORES DE CAMPANHAS

Retratando a vida real, **Topíssima** traz bons porta vozes que podem introduzir o consumo da marca anunciante, de forma natural e contextualizada ao seu universo, aumentando o impacto e awareness junto à audiência. **Como Exemplo:**



**ANTÔNIO RAMOS**

(Felipe Cunha)

## MOTORISTA DE TAXI

Para compor a renda familiar, Antônio ganha a vida como motorista, no trânsito carioca.

Filiado a um **APP de transporte**, ele mostrará os benefícios e dia a dia dos motoristas e passageiros.



**MARIINHA**

(Silvia Pfeifer)

## COZINHEIRA DO PRATO CHEIO

Para garantir a boa fama do restaurante e fidelizar seus clientes, **Mariinha** prima pela qualidade e não abre mão de usar a marca de alimentos da **marca anunciante** em seus preparos.



**"BECA"/REBECA**

(Marcella Rica)

## ESTUDANTE DE VETERINÁRIA

Desistiu da carreira de atriz para se dedicar ao amor pelos animais. Ela adota um cachorro de rua, o **"Trombada"**, e cuida de seu companheirinho com todo o carinho que a **marca anunciante** traduz em seus produtos.



**DOUTORA VERA**

(Isabel Fillardis)

## PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Professora da Faculdade de Medicina. É uma médica engajada nas questões de saúde pública, trazendo informações importantes para a prevenção e tratamento de doenças.

Além desses, outros personagens podem ser aproveitados ou criamos participações especiais para atender a comunicação da campanha.

# PERSONAGEM VIDA REAL

## SOCIAL MEDIA

Para aumentar o **engajamento da audiência** na divulgação de campanhas, um ou mais personagens poderão **trazer sua história para a vida real**, onde criaremos **redes sociais** que serão movimentadas, **performando** como **digital influencer** junto ao **público de interesse**.



\*Custo de cachê e produção serão orçados após o fechamento do projeto.

*ENTREGA DE*  
***PATROCÍNIO***



RECORDTV



MULTIPLATAFORMA

# ENTREGA COMERCIAL

# PATROCÍNIO 360°

# NACIONAL

Período: 01 mês

BREAK

## VINHETAS CARACTERIZADAS DE 5"

**22** - 01 por capítulo

## COMERCIAIS DE 30"

**11** – com exibição em dias alternados

## MERCHANDISING\*

As entregas de merchandising serão contextualizadas ao universo dos personagens e, portanto, a exibição poderá estender o mês de exibição da compra.

**01** Ação Conceitual

**01** Manuseio de 5"

**03** Visualizações de 5"

**11** Inserts de vídeo estáticos de 5" – com exibição em dias alternados

TOTAL DE **49** INSERÇÕES



MULTIPLATAFORMA

## REDES SOCIAIS

**04** Publipost nas redes sociais da RECORD TV

## BRANDED CONTENT

**01** Publieditorial no site da novela

## MÍDIA DISPLAY

**2MM** impressões Superbanner/ Island no site da Topíssima

**2MM** impressões Super Banner / Island / Desktop / Mobile – ROS no R7

**4** mega diárias – ROS no R7

TOTAL DE **20MM** DE IMPRESSÕES

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



RECORDTV

CONTEÚDO

**ENTREGA  
COMERCIAL**

**PATROCÍNIO**



**LOCAL**

Período: 01 mês

**VINHETAS CARACTERIZADAS**

*44 (em média)*

02 POR CAPÍTULO

**COMERCIAIS DE 30"**

*11 (em média)*

01 POR CAPÍTULO EM DIAS ALTERNADOS

**TOTAL DE INSERÇÕES:**

*55 (em média)*

*POR QUE A*  
***RECORD TV?***



RECORDTV



MULTIPLATAFORMA

# NOVELA 2



O ALCANCE  
NA RECORD TV

**126**  
MILHÕES

DE TELESPECTADORES  
EM SEIS MESES



MULTIPLICADO  
PELO ALCANCE DO  
**UNIVERSO  
DIGITAL**



Na **RECORD TV** a **NOVELA 2** alcança um universo de pessoas com interesses bem diversificados.

TELESPECTADORES  
LIGADOS EM  
QUALIDADE

*“Quase sempre compensa pagar mais caro por produtos de qualidade”*

**70.2**  
MILHÕES

TELESPECTADORES  
LIGADOS EM  
BELEZA

*“Eu me preocupo muito com minha aparência”*

**70.9**  
MILHÕES

TELESPECTADORES  
QUE CURTEM  
A CASA

*“Eu estou sempre procurando ideias novas para melhorar a minha casa”*

**62.7**  
MILHÕES

TELESPECTADORES  
LIGADOS EM  
SAÚDE E BEM ESTAR

*“Eu pagaria qualquer preço por minha saúde”*

**79**  
MILHÕES

TELESPECTADORES  
LIGADOS EM  
NOVIDADES

*“Quando vejo uma marca nova costumo comprar para ver como ela é”*

**48**  
MILHÕES

# Os telespectadores da **NOVELA 2** na **RECORD TV**...



... GOSTAM DE PROPAGANDA E SÃO INFLUENCIADOS POR ELAS.



... SE INTERESSAM POR TEMAS ATUAIS NA INTERNET.



*A OPORTUNIDADE  
DE TORNAR SUA  
CAMPANHA*

# TOP EM TOPÍSSIMA



RECORDTV



MULTIPLATAFORMA