A large, stylized graphic on the left side of the page, resembling a camera lens or a multi-layered eye. It consists of several concentric, overlapping shapes in shades of red, pink, and purple, creating a sense of depth and focus.

NOVELA II 2024

Plano Comercial

 tvglobo globoplay gshow globo.com **VIVA** ViU[®]

A MAIOR AUDIÊNCIA DA TV BRASILEIRA

E A PRINCIPAL LANÇADORA DE
TENDÊNCIAS DA NOSSA SOCIEDADE

As novelas têm um impacto profundo na vida dos brasileiros, servindo como uma ferramenta poderosa para educar, entreter e refletir a diversidade e os desafios da sociedade brasileira. Elas são mais do que simples programas de televisão; são uma parte essencial da cultura e do tecido social do Brasil.



CLIQUE PARA CONHECER O PROJETO

DRAMATURGIA GLOBO

RESULTADO PARA AS MARCAS

NOVELAS 2024

A FORÇA DA NOVELA II

COMO SE ASSOCIAR

PATROCÍNIO ANUAL

COTAS EXTRAS

RESUMO DO PROJETO

ENTREGAS COMERCIAIS

INVESTIMENTO

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS



A RELEVÂNCIA INTACTA DAS

NOVELAS

Todos os dias, milhões de horas de conteúdo são despejadas e consumidas nas mais diversas plataformas, com o **tempo de duração das tendências sendo cada vez menor.**

Mas algumas coisas não mudam:

desde os anos 50, as novelas conquistam o carinho do público e, até os dias de hoje, mantêm-se como uma paixão nacional fervorosa, tão significativa para nós, brasileiros, quanto o futebol, o carnaval e outras tradições.



GÊNERO DE

MAIOR AUDIÊNCIA

DA GLOBO



CATEGORIA

MAIS CONSUMIDA

NO GLOBOPLAY



TRILHAS SONORAS QUE VIRAM HIT

“Vai na Fé” apresentou Lui Lorenzo (José Loreto) para o público, tornando o cantor pop um fenômeno musical, com hits que viralizaram e extrapolaram a tela da TV. Seus n°s se equiparam com artistas da vida real: o perfil de Lui alcançou + de 9 milhões de streams nas top 5 plataformas de música.



AS NOVELAS TAMBÉM ESTÃO PRESENTES NOS NOSSOS NOMES

Somente em 2022, após a estreia de Travessia, tiveram pelo menos 150 registros de bebês com o nome Chiara (personagem de Jade Picon).



A DRAMATURGIA DA GLOBO

REFLETE NA VIDA

VALIOSO E NECESSÁRIO CONTEÚDO SOCIAL

“Travessia” trouxe à luz, com a personagem Karina, o “estupro virtual” (termo recente e que ainda era desconhecido pela maioria da população).

*“... tenho recebido muitas mensagens solicitando esclarecimentos sobre os crimes virtuais que têm sido abordados pela novela ...”
Delegada Fernanda Fernandes, especializada em estupro virtual (para Gshow em abr/2023)¹*



A GLOBO LANÇA MODA E VIRA TENDÊNCIA, PRINCIPALMENTE NAS NOVELAS

Moda agro tomou a cultura pop, ganhando popularidade e virando objeto de desejo: estilo passou a ser mostrado para milhões de pessoas nas novelas “Pantanal” e “Terra e Paixão”.





AS NOVELAS FALAM COM TODAS AS GERAÇÕES JOVENS CADA VEZ MAIS SE ASSUMINDO NOVELEIROS

A predominância de jovens no universo das redes sociais também ajuda a evidenciar que esse público, não somente consome nossas novelas, mas também desempenha um papel significativo na reverberação desse conteúdo.



NOVELA É O 2º GÊNERO DE
MAIOR FIDELIDADE
NO PÚBLICO JOVEM NA GLOBO



8 EM CADA 10 JOVENS
ASSISTIRAM ÀS NOVELAS
DA GLOBO NO 1º SEM/2023

*“Gosto de assistir por distração.
A vida anda tão corrida, e o momento
de assistir uma série ou novelinha é um momento de
distração, que acaba sendo divertido”*

**Fernanda Vargas, 27 anos, engenheira ambiental
Angra dos Reis- RJ**



*“Eu continuo assistindo novelas e séries por serem uma
excelente forma de entretenimento e de fácil acesso.
Basta ligar a TV para encontrar uma novela passando”*

**Ana Luiza Tavares, 21 anos, estudante
Nova Friburgo - RJ**





E ESSA PRESENÇA FAZ AS NOVELAS EXTRAPOLAREM A TV PARA TODOS OS LUGARES

ALIMENTANDO A ROTINA DO BRASILEIRO

TALENTOS

ativos que potencializam a mensagem da marca através da personificação, inspiram e conectam com todo perfil de consumidor.



SHERON MENEZZES

Sol de "Vai na Fé"
(N19h - 2022)

Atriz conhecida por:



5.1M

90%

dos brasileiros conectados



908k



2.2M

97%

dos mulheres pretas e pardas conectadas

Novelas alimentam o universo dos memes: personagens e jargões do conteúdo Globo tornam-se "memes" – uma das maiores marcas da juventude atual



#vainafé foi vista 3,3 BILHÕES de vezes

Vídeos com as hashtags "Amor Perfeito", "Vai na Fé" e "Terra e Paixão":

129 milhões de visualizações

#kelmiro, referência à paquera entre os personagens Kelvin e Ramiro, de "Terra e Paixão":

+ de 34 milhões de visualizações

CLARA MONEKE

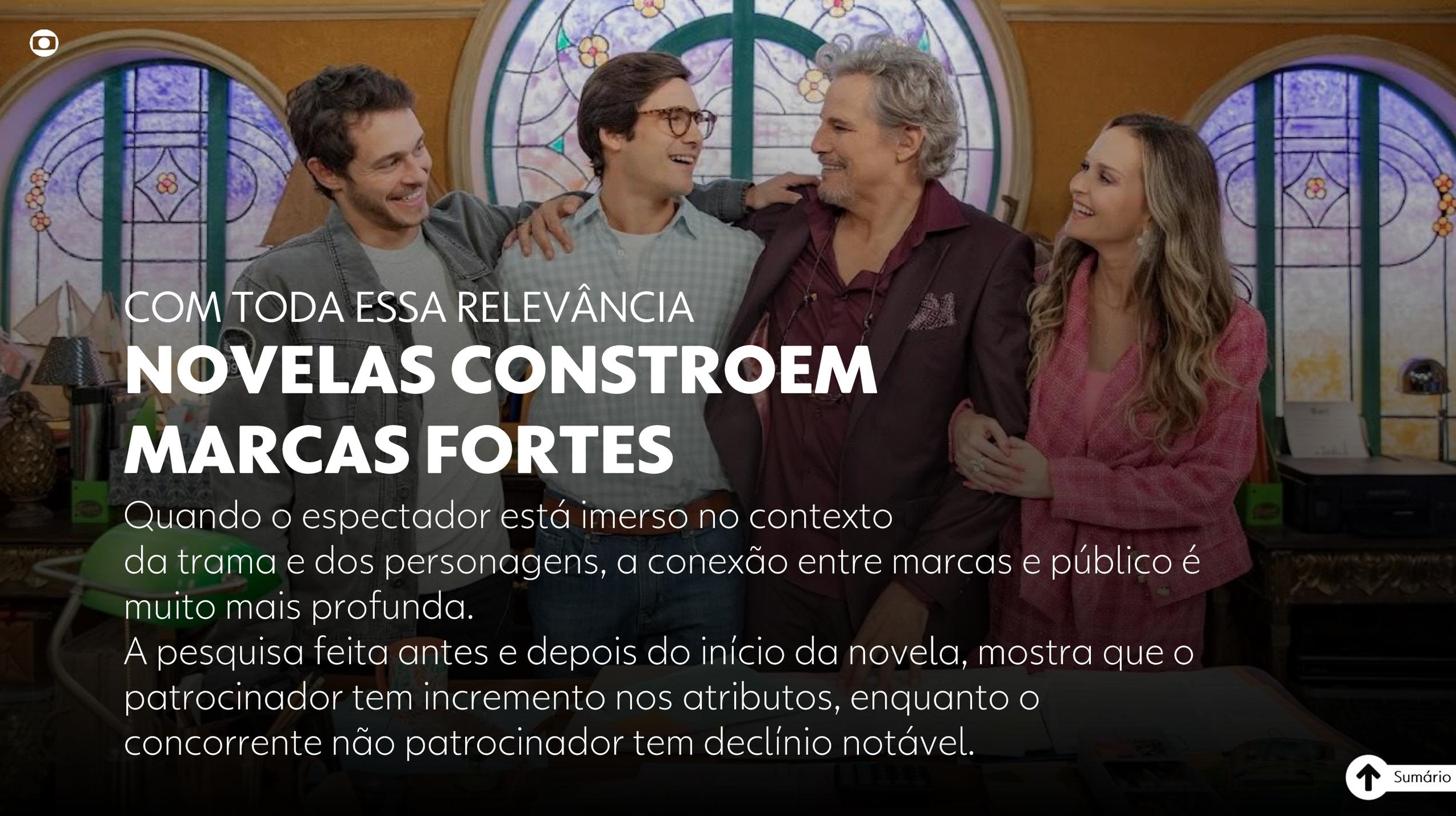
Atriz, 24 anos,
Kate de "Vai na Fé"



1.5M

Começou a novela, em jan/23, com apenas 8 mil seguidores no Instagram.





COM TODA ESSA RELEVÂNCIA
**NOVELAS CONSTROEM
MARCAS FORTES**

Quando o espectador está imerso no contexto da trama e dos personagens, a conexão entre marcas e público é muito mais profunda.

A pesquisa feita antes e depois do início da novela, mostra que o patrocinador tem incremento nos atributos, enquanto o concorrente não patrocinador tem declínio notável.



OS PATROCÍNIOS ESTIMULAM A INTENÇÃO DE COMPRA

Uma marca que se faz presente por meio de patrocínio, garante diversos atributos herdados do programa e faz com que ela seja percebida em uma posição de destaque. Tudo isso resulta em aumento na intenção de compra por conta da percepção de status da marca.

O fato do patrocínio permitir a utilização de diferentes formatos faz com que a mensagem possa ser trabalhada de forma diferente em cada momento de impacto:

- + curtos ajudam na frequência e visibilidade de marca;
- + longos favorecem a entrega de mensagens mais complexas.

Cada formato, independente da duração, contribui com KPI's de intenção de compra e todos podem ser trabalhados na grande maioria dos patrocínios:

UPLIFT DOS INDICADORES		Filme de 30"	Filme de 15"	VINHETA	MERCHAN
RESPOSTA	INTENÇÃO DE COMPRA	+10	+3	+7	+19
	USO (3 MESES)	+12	+14	+1	+10





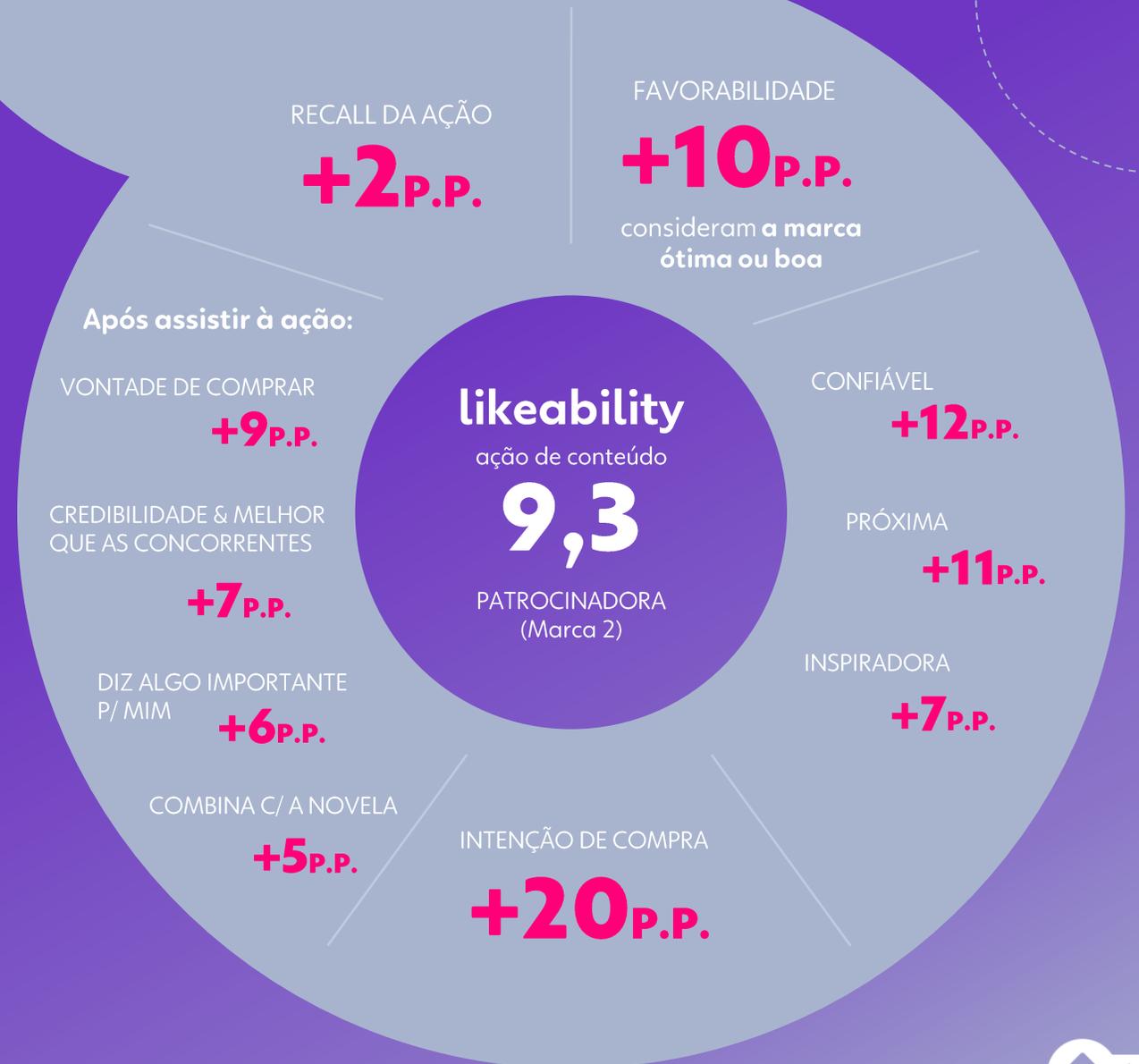
MARCAS PATROCINADORAS DAS NOVELAS
TENDEM A POTENCIALIZAR OS GANHOS EM
DIFERENTES FORMATOS

AÇÃO DÉ CONTEÚDO

maximização dos efeitos do
merchan quando realizado
pela patrocinadora da trama

comparativo:

ação de conteúdo em novela de marca
patrocinadora vs.
média ações de conteúdo em novela,
de marcas não patrocinadoras





FUZUÊ

Até 01/03

A VOVÓ SUMIU

04/03 - 27/09

CONTA COMIGO

30/09 - 2025

Alegria, mistério, confusão, mistura e diversão...

A novela carrega o nome e essência da loja Fuzuê, criada e mantida por Nero Braga e Silva. Tudo passa por ela, principalmente o maior mistério da trama: um antigo tesouro que pode estar escondido bem embaixo da loja.

Lançada em agosto, teve a **melhor estreia de novela das 19h dos últimos 3 anos** e vem cativando o público com sua história. Para a reta final em 2024 podemos esperar grandes reviravoltas e descobertas incríveis.

Autor: Gustavo Reiz



A VOVÓ SUMIU

Podem as diferenças de personalidade, o tempo e a distância física serem suficientes para acabar com uma família? Para a obstinada Frida Mancini, dona da gravadora Mancini Music, não. Com cinco netos que estão há anos sem se ver e são completamente diferentes entre si, ela sonha reunir novamente o clã - um desejo que compartilha com Vênus, a mais velha entre os irmãos. Confiante, Frida organiza um cruzeiro para celebrar seu aniversário e o de sua irmã gêmea, Catarina. Mas em meio a rusgas e armações, quando os netos não comparecem, ela embarca com a irmã e o sobrinho Hans. Seu sumiço durante a viagem é o ponto de partida para a próxima novela das sete, uma comédia romântica ambientada em São Paulo, que vai orbitar pelas alegrias, aventuras e disputas que marcam as relações em uma família brasileira. Com título provisório 'A Vovó Sumiu', por ironia ou não do destino, é o desaparecimento da avó que promoverá a união de seus descendentes. Ao ser dada como morta, Frida surpreende a todos com um testamento. Com diferentes motivações e necessidades, os netos - liderados por Vênus - vão encarar uma missão que transformará suas vidas: além de precisarem morar juntos, como nunca se interessaram pelo negócio da família, terão de reconstruir um lugar especial para o início da empresa. Ao final de um ano, se o desempenho dos irmãos não for satisfatório, a herança será entregue a Hans - sobrinho ambicioso que, junto com a mãe, Catarina, nunca mediu esforços para separar a matriarca dos Mancini dos netos.

Autor: Daniel Ortiz



Spoiler
do elenco

FUZUÊ



Até 01/03

A VOVÓ SUMIU



04/03 - 27/09

CONTA COMIGO



30/09 - 2025



Sumário



CONTA COMIGO

Íris, vítima do abuso de seu marido corrupto Túlio Alcaraz, foge com seus filhos para o Vidigal, onde se une à família Anjo, chefiada com amor e humor por Dona Julieta Anjo. Ela e sua filha Gabriela realizam o sonho de fundar uma grife, Angel. Mas Túlio busca vingança e usa de um trauma de Íris, que perde a memória com suas crises de pânico. Manipulando a justiça com seu cargo de prefeito de Águas Claras, ele consegue a guarda das crianças e faz da vida deles um inferno.

Forte e disposta a lutar com todas as armas, Íris recobra a memória com tratamento médico e com o amor de Rafael Anjo e parte para o contra-ataque, decidida fazer sucesso como estilista com sua grife nascida no Vidigal e a salvar seus filhos e sua cidade da destruição.

Autor: Mauro Wilson





NOVELA 2 LÍDER DE AUDIÊNCIA

NO HORÁRIO EM TODAS AS PRAÇAS

#1 PROGRAMA
mais consumido
da Globo
(média consumo:
75% dos minutos
de cada capítulo¹)

3º
PROGRAMA
de maior audiência
da TV Brasileira

+9%

DE CRESCIMENTO DE
AUDIÊNCIA
COMPARADO AO
MESMO PERÍODO
DE 2022

AUDIÊNCIA DA GLOBO
DURANTE A NOVELA 2 É

230%

MAIOR COMPARADA
À 2ª EMISSORA
NO HORÁRIO

8 em cada 10

BRASILEIROS ASSISTIRAM A
NOVELA 2 NO 1º SEM/2023
(156 MILHÕES DE PESSOAS)

88%

DOS LARES



21
MILHÕES

DE PESSOAS EM MÉDIA SÃO
IMPACTADAS POR MINUTO
NA EXIBIÇÃO DA **NOVELA II**

29
MILHÕES

DE PESSOAS EM MÉDIA
PASSAM POR CADA CAPÍTULO
DA **NOVELA II**

78
MILHÕES

DE PESSOAS EM MÉDIA SÃO
ALCANÇADOS POR MÊS DE
NOVELA II



NOVELA 2 CONSUMO MULTIPLATAFORMA

2ª novela

DE MAIOR VIDEOVIEWS
NO GLOBOPLAY



“Vai Na Fé” é o
3º conteúdo

MAIS VISTO NO GLOBOPLAY,
NO 1º SEMESTRE DE 2023

#1 novela

DE MAIOR
VISUALIZAÇÃO DE
PÁGINAS DO GSHOW



dentre o público feminino, mulheres entre **18-44 anos** são as que mais consomem a novela em multiplataformas.



no público masculino destacam-se homens entre **25 e 44 anos**.



os conteúdos ao vivo mais consumidos, além da transmissão Globo, são Sportv, GloboNews e Viva.



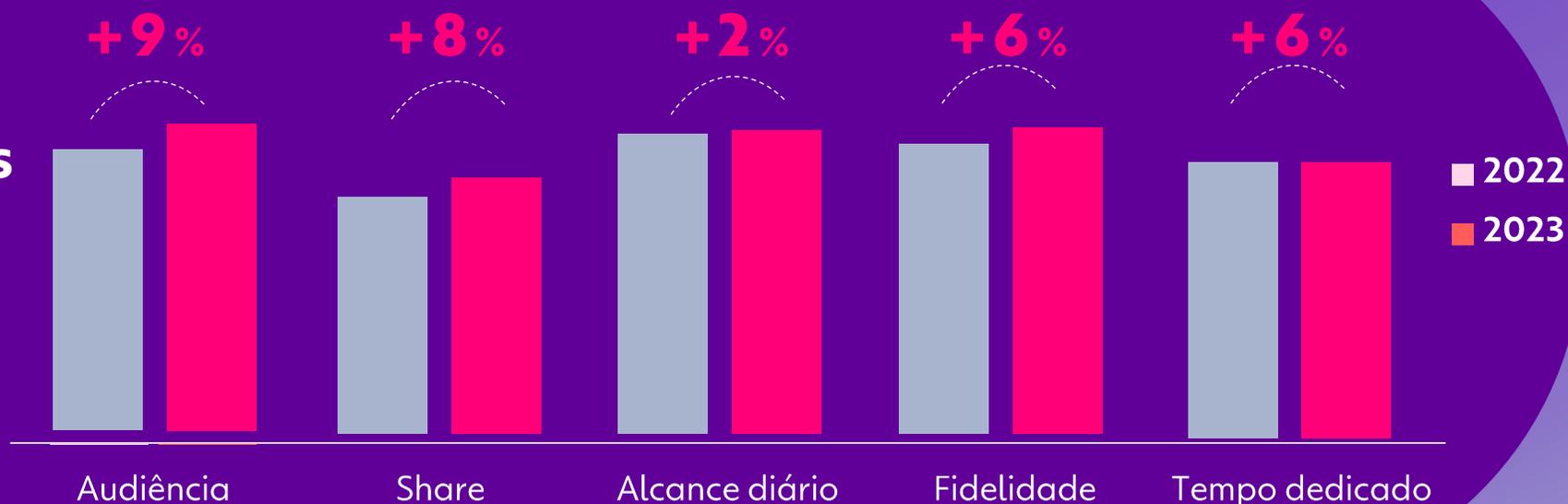
o consumidor de “Vai na Fé” no VOD também consome outras novelas da Globo e exclusivas do Globoplay, além de realities.



NOVELA 2 CONSUMO QUE AUMENTA A CADA ANO

o público tem
mostrado mais
interesse
assistindo à
NOVELA 2

(comparativo vs mesmo período de 2022)



NOVELA 2 FALA COM



TODOS OS PÚBLICOS

76%

MULHERES



2º Programa da Globo com a maior audiência feminina.

75%

HOMENS



3º programas de maior alcance da Globo no público masculino

77%

CLASSE CDE



2º Programa da Globo com a maior audiência na classe CDE.

69%

JOVENS



3º programa de maior alcance da Globo no público jovem



2º Programa da Globo mais consumido no público jovem. Média de consumo de 77% dos minutos de cada capítulo¹

70%

CLASSE AB



3º programa de maior alcance da Globo no público AB

67%

CRIANÇAS/ADOLESCENTES

(04-17 ANOS)



Programa de maior audiência da TV na faixa de 04-17 anos

Alcance 1º Sem./2023

Fonte: KIM Instar Analytics - Regiões Metropolitanas - Novela 2 - Globo - 01.01.2023 a 30.06.2023 |

1: Considerando os programas de no mínimo 40 minutos de duração - Dado Novela 2 - Globo



Sumário



EM DIFERENTES PLATAFORMAS

o consumo de novela extrapola a tela da TV: continua no Gshow e a qualquer momento também no Globoplay!





O PATROCÍNIO DA NOVELA II OFERECE UMA OPORTUNIDADE DE PROFUNDA CONEXÃO COM O PÚBLICO, POTENCIALIZADA PELO VÍNCULO EMOCIONAL CRIADO PELA TRAMA E PERSONAGENS, ALÉM DO ENGAJAMENTO E IDENTIFICAÇÃO GERADOS PELOS CONTEXTOS ABORDADOS

UM PATROCÍNIO PERMITE TRABALHAR

o envolvimento emocional com o consumidor, transferindo para as marcas os atributos positivos que o público enxerga no programa.

EVIDENCIAR OS PROPÓSITOS DA MARCA

na organização é fundamental para ter força de marca e se destacar em um cenário com cada vez mais ofertas, concorrência e consumidores criteriosos.





DIFERENTES OPORTUNIDADES **NOVELA II**

Patrocínios e oportunidades que atendem às diversas necessidades de comunicação das marcas.

PATROCÍNIO ANUAL

LICENCIAMENTO

COTA JUNTOS

ATIVAÇÃO

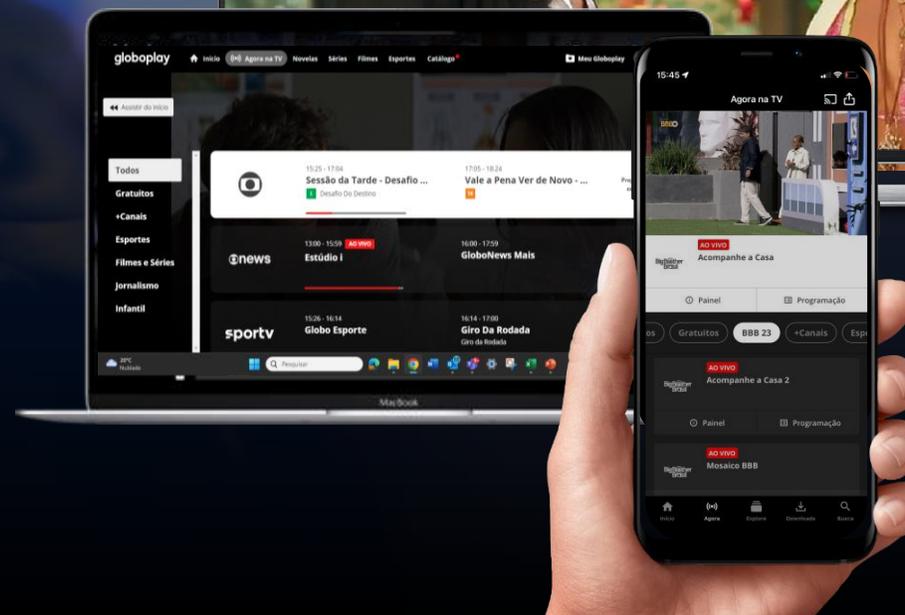
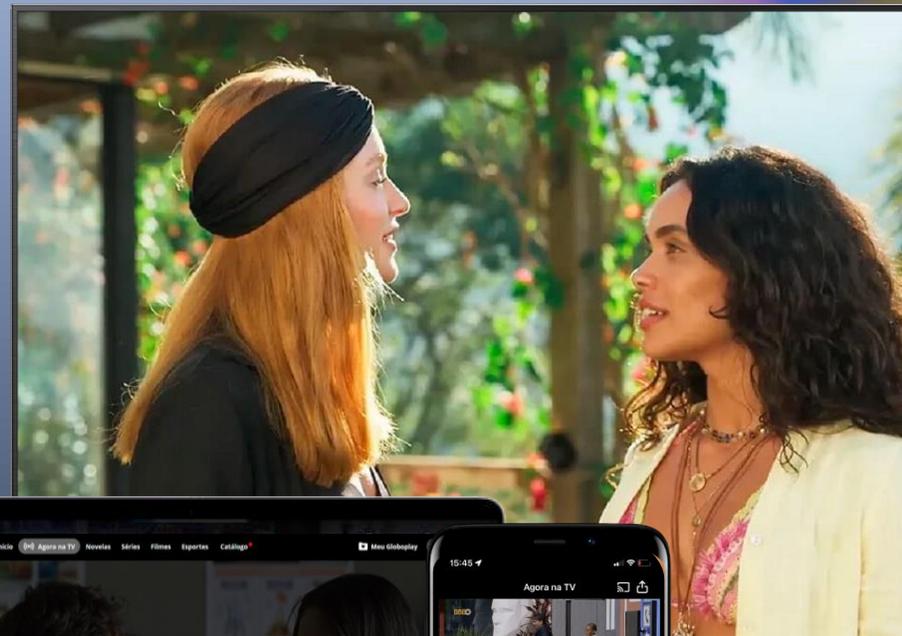
COTA MELHOR HORA

VEA REGIONAL

COTA ALTO MAR



Resumo das entregas





LINEARIDADE COM ALCANCE, FREQUÊNCIA E INOVAÇÃO NA **NOVELA II**, EM TODO ECOSISTEMA GLOBO

Com exclusividade de segmento, a marca se associa a Novela II entre janeiro e dezembro de maneira única, na **TV** e no Digital.

PATROCÍNIO ANUAL

2 COTAS NACIONAIS
R\$ 115.683.757

VINHETA

A marca estará presente na abertura da novela em seus dois horários de exibição de seg a sáb, e também no encerramento ter e qui, por meio de vinheta de 3", formato que reforça o patrocínio e a mensagem da marca.

733 INSERÇÕES

COMERCIAL

O patrocinador conta com comercial* de encerramento de 10" (entre a novela e o Jornal Nacional) para dar ainda mais destaque para a campanha da marca.

105 INSERÇÕES

AÇÃO DE CONTEÚDO

Muito importante para a contextualização da marca com a novela. Através de ações de conteúdo e stockshots, a marca vai aproveitar os melhores encaixes com as novelas e os personagens. Formato que aproxima emocionalmente a marca com a audiência.

8 INSERÇÕES

CHAMADA ESPECIAL

Uma chamada especial de 1' com assinatura de 5" da marca vai trazer o resumo dos principais momentos da semana. Será exibida no break do Mais Você e também no canal VIVA. Formato para engajar todo tipo de fã da Novela.

533 INSERÇÕES



Exemplo



LINEARIDADE COM ALCANCE, FREQUÊNCIA E INOVAÇÃO NA **NOVELA II**, EM TODO ECOSISTEMA GLOBO

Com exclusividade de segmento, a marca se associa a Novela II entre janeiro e dezembro de maneira única, na TV e no **Digital**.

PATROCÍNIO ANUAL

**2 COTAS NACIONAIS
R\$ 115.683.757**

ASSOCIAÇÃO A NOVELA NAS PRINCIPAIS PLATAFORMAS DIGITAIS GLOBO

Durante toda a exibição na TV, a marca patrocina a novela no Globoplay e nas editorias do Gshow.

FORMATO PREMIUM DE ALTO IMPACTO

PAUSE ADS - A marca se faz presente no momento de maior atenção concentrada da audiência de maneira não intrusiva.

GLOBO DAI - Impacto do linear no digital!
Formato premium que impacta diferentes usuários que estão assistindo a um mesmo conteúdo da programação ao vivo do Globoplay, além de uma entrega segmentada em Novela II.

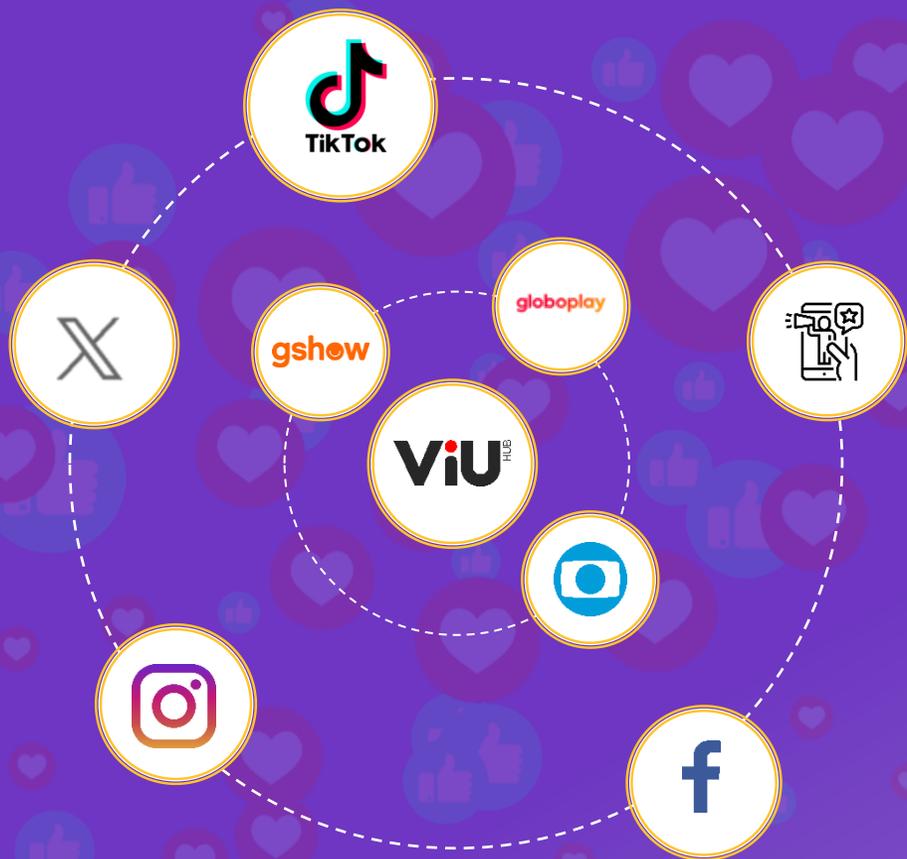
COMUNICAÇÃO ATRELADA

MÍDIA INTELIGENTE E FORMATOS PREMIUM
A comunicação transborda para outras plataformas Globo garantindo diárias atreladas a dias importante e mídia segmentada atrelada ao território da marca

POSICIONAMENTO E VISIBILIDADE COM CONTEÚDO

CONTEÚDO PATROCINADO
Em um quadro exclusivo a marca traz um conteúdo conectado entre os canais Gshow e Receitas.

CLIQUE PARA DETALHAMENTO DAS ENTREGAS



E NOS PERFIS @TVGLOBO, @GSHOW E @GLOBOPLAY, GERENCIAMOS UMA COMUNIDADE ENGAJADA E ATENTA A TUDO QUE ACONTECE NAS NOVELAS.

Por isso, contamos com uma estratégia multiplataforma contemplando conteúdos pensados especialmente para as marcas com a linguagem das plataformas digitais usando os ativos Globo da nossa dramaturgia.

Além da reverberação das ativações do linear e dos portais com um escopo pensado especialmente para as redes sociais, contamos com conteúdos originais com talentos e influenciadores. O elenco da novela vai contextualizar a marca nos bastidores e com os creators, o cliente promove uma cobertura das gravações e pré-estreias. Serão conectados os perfis da TV Globo, Gshow, Globoplay e de influ.

CLIQUE PARA DETALHAMENTO DAS ENTREGAS



LICENCIAMENTO DE CAMPANHA

Com o licenciamento, a marca gera conexão, potencializa a campanha e se conecta emocionalmente com o público fã da novela.

Ativos disponíveis:

- Logo da Novela;
- Elementos visuais;
- Colorboard;
- Tipografia;
- Nome dos personagens (menção – sem uso de imagem);
- Nome de bairros, estabelecimentos, entre outros;
- #da Novela e #MarcaNovela (a serem confirmadas posteriormente).

Plataformas:

- Site ou app proprietário do anunciante.
- Redes Sociais proprietárias do anunciante (somente IG, FB e TW) com impulsionamento.
- Tik Tok e Kwai proprietário do anunciante, poderão ser usados com compra de formatos Mídia disponíveis dentro da plataforma ou postagens orgânicas – não incluso uso veiculações nas páginas de Creator/Influenciador.
- Youtube: formatos de mídia Pré-Roll (sob consulta).
- Google Ads (search e display).

PATROCÍNIO ANUAL

Período: 10 meses
Novelas: A Vovó Sumiu e Conta Comigo

* Verifique os ativos presentes nos termos de licenciamento de cada cota. A marca anunciante deve ser submetida a consulta de validação jurídica antes de confirmar o licenciamento da cota.



O PATROCINADOR DA NOVELA II TAMBÉM ESTARÁ TAMBÉM NO GEXPERIENCE

Se o Gexperience é uma extensão dos programas que são exibidos na Globo, o patrocinador do programa de maior audiência da TV, também estará presente nessa arena de entretenimento.

O patrocinador terá a exibição da sua marca atrelada ao espaço da Novela 19h no Gexperience.



gexperience



PRESENÇA NAS TRÊS TRAMAS DE 2024, PARA A MARCA FICAR JUNTO DA **NOVELA II** O ANO TODO, CRIANDO VÍNCULO COM A AUDIÊNCIA

Com entregas de break e ação de conteúdo, a marca tem presença de janeiro a dezembro, e ainda conta com exclusividade de segmento nas novelas A Vovó Sumiu e Conta Comigo*.

COTA JUNTOS

**2 COTAS NACIONAIS
R\$ 10.336.430**

AÇÃO DE CONTEÚDO

Muito importante para a contextualização da marca com a novela. Através de ações de conteúdo e visualizações com interação, a marca vai aproveitar os melhores encaixes com as novelas e os personagens. Formato que aproxima emocionalmente a marca com a audiência.

8 INSERÇÕES

COMERCIAL REPERCUSSÃO DIGITAL

Na sequência de uma ação de conteúdo na novela, a primeira posição do break seguinte traz a repercussão das redes sociais direto para o intervalo comercial. Em filme criado pela Globo, o público poderá acompanhar o que está sendo falado falando na web por meio de QR Code

2 INSERÇÕES

COMERCIAL ESTENDIDO

O anunciante terá a oportunidade de desenvolver, em uma ação, um comercial estendido, colocando o speech da marca na continuação da cena da novela, com product placement e caracterização.

1 INSERÇÃO



Exemplo

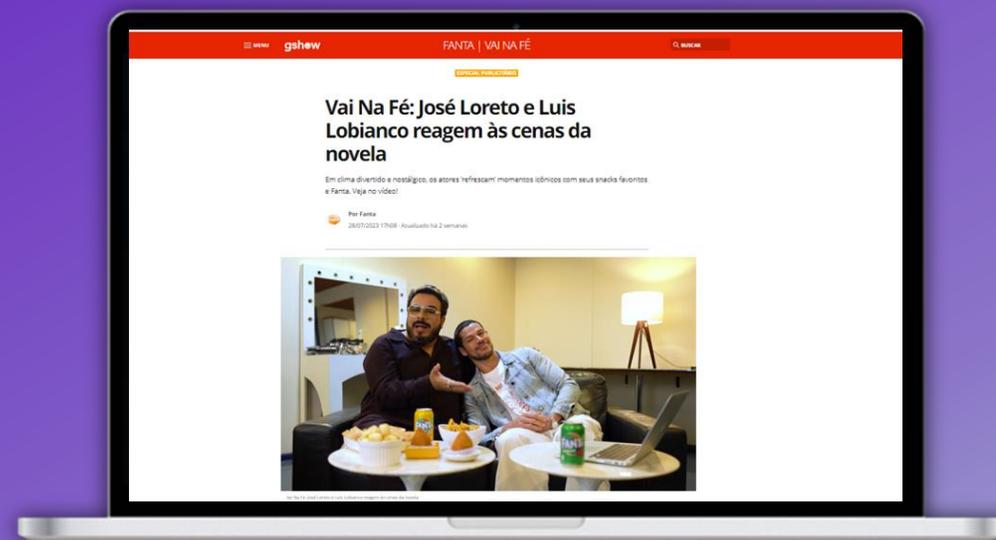
*Exclusividade de segmento segundo as regras comerciais e ordem de chegada dos cotistas e patrocinadores.



A CONVERSA CONTINUA NO GSHOW

O Gshow oferece uma cobertura **exclusiva e única** em um espaço dedicado a marca. E o anunciante terá a oportunidade de trazer conteúdos envolvendo **os talentos da novela, bastidores de gravação, a ação da marca, formatos interativos e uma cobertura exclusiva e integrada.**

Este conteúdo será desenvolvido e desenhado junto ao patrocinador e incluirá **matérias em vídeo, infográficos informativos, quizzes interativos e matérias foto e texto.** Essa parceria permite ao anunciante oferecer um **conteúdo exclusivo e continuar sua associação com a novela também no digital.**



<https://gshow.globo.com/novelas/vai-na-fe/ep/fanta/>

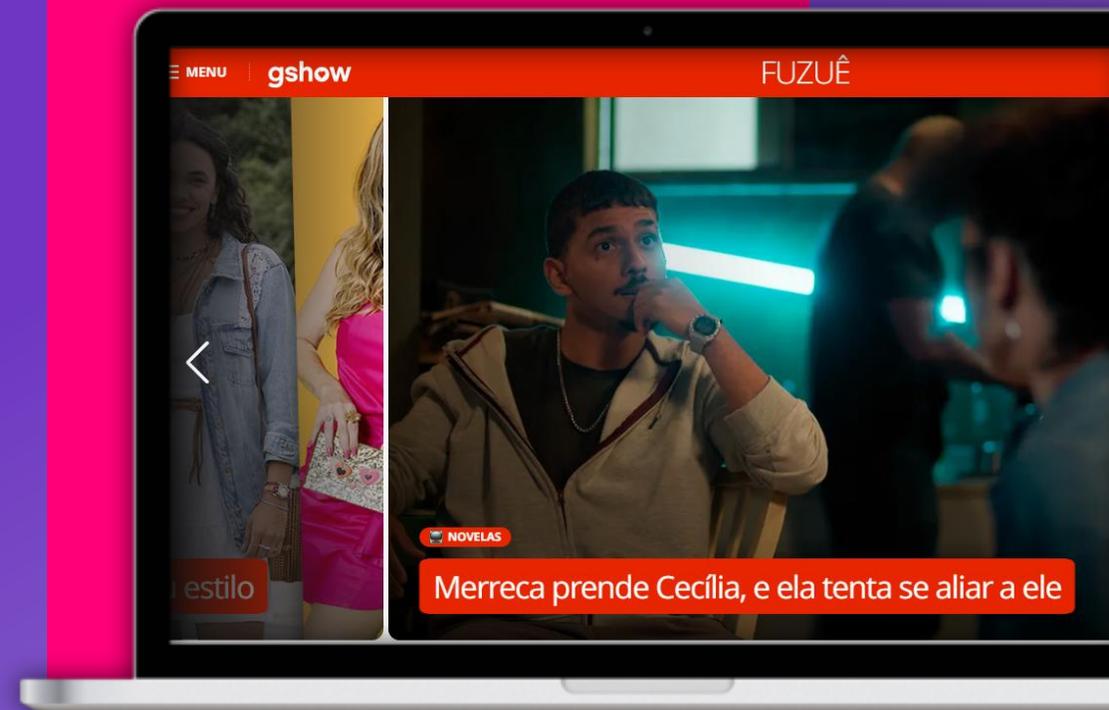


A MARCA NAS AÇÕES DE CONTEÚDO E NA **PÁGINA** **TODA DO GSHOW**

HOME DAY GSHOW

Acompanhando **os dias das ações de conteúdo** na novela a marca terá o espaço exclusivo nas 13 posições da home do Gshow no Desktop e no Mobile.

Possibilidade de entregas criativas e contextualizadas em cada posição, aproximando o usuário com a mídia.



*escolha da data mediante a ordem de compra.



Vou de Tati:
Amor Perfeito x L'Oreal

SE ESTÁ NAS NOVELAS, **ESTÁ NAS REDES SOCIAIS**

Se está na novela, está nas redes sociais. E por isso, a sua marca tem a oportunidade de estar atrelada a diversas conversas nos perfis do Gshow e da TV Globo. Além de repercutir as ações de conteúdo da TV e do digital, o plano ViU garante que a marca promova um bate-papo descontraído entre Tati Machado e o elenco da novela sobre diversos temas.

PUBLICAÇÕES COM LINK PARA AS MATÉRIAS DO GSHOW

VOU DE TATI DO GSHOW COM COLLAB @TVGLOBO E @TATI

RECORTES DAS AÇÕES DO LINEAR NO PERFIL @TVGLOBO

BASTIDORES COM TALENTOS NO @GSHOW



LICENCIAMENTO DE CAMPANHA

Com o licenciamento, a marca gera conexão, potencializa a campanha e se conecta emocionalmente com o público fã da novela.

Ativos disponíveis:

- Logo da Novela;
- Elementos visuais;
- Colorboard;
- Tipografia;
- Nome dos personagens (menção – sem uso de imagem);
- Nome de bairros, estabelecimentos, entre outros;
- #da Novela e #MarcaNovela (a serem confirmadas posteriormente).

Plataformas:

- Site ou app proprietário do anunciante.
- Redes Sociais proprietárias do anunciante (somente IG, FB e TW) com impulsionamento.
- Tik Tok e Kwai proprietário do anunciante, poderão ser usados com compra de formatos Mídia disponíveis dentro da plataforma ou postagens orgânicas – não incluso uso veiculações nas páginas de Creator/Influenciador.
- Youtube: formatos de mídia Pré-Roll (sob consulta).
- Google Ads (search e display).

COTA JUNTOS

Período: 6 semanas
Novelas: Fuzuê, A Vovó Sumiu e Conta Comigo

* Verifique os ativos presentes nos termos de licenciamento de cada cota. A marca anunciante deve ser submetida a consulta de validação jurídica antes de confirmar o licenciamento da cota.



Cotas



SUA MARCA NA MELHOR HORA DA **NOVELA II**. ENTREGA TODOS OS DIAS DURANTE A **SEMANA FINAL**.

**COTA
MELHOR HORA**

1 COTA POR NOVELA
R\$ 7.406.410

De segunda a sexta o anunciante estará presente com entregas diferenciadas aproveitando o melhor momento da novela: a última semana.



A distribuição acima é apenas um exemplo e está condicionada a aprovação editorial da novela em questão. Podendo alterar os dias de entrega de cada formato.



NO **GSHOW** NÃO É DIFERENTE, UMA JORNADA RELACIONADA FOI PREPARADA PARA A MARCA.

globoplay

PRIMEIRÍSSIMA SIMULCAST

Anunciante estará presente no momento de maior audiência no simulcast.

Gshow

HOME DAY

Anunciante presente na página toda do Gshow no último capítulo da novela.

globo.com

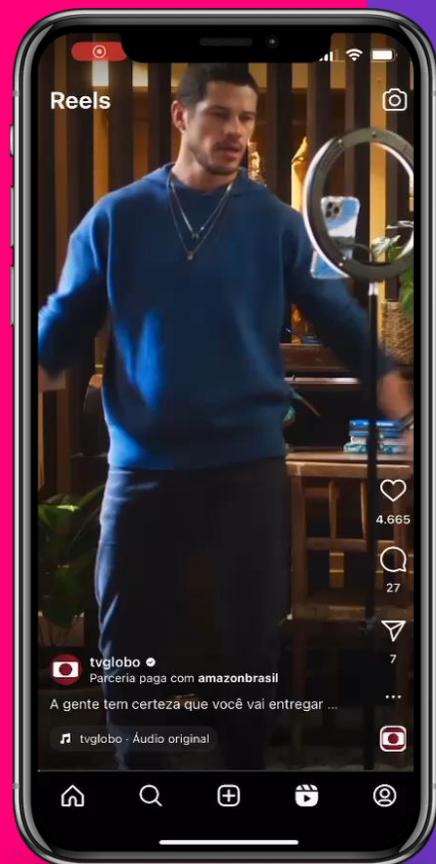
FRANJA GSHOW

Formato premium com os maiores destaques da última semana da novela.

Gshow

BRANDED CONTENT

Conteúdo exclusivo para o público se despedir da novela.



Exemplo recorte da
ação de conteúdo

SE ESTÁ NA ÚLTIMA SEMANA, **ESTÁ NAS REDES SOCIAIS**

Serão vários pontos de contato para impulsionar a associação da marca com a trama em momentos decisivos! Uma cobertura completa nos perfis Globo (@tvglobo e @gshow) das ativações na novela e no portal digital. Todo o conteúdo será repercutido nas redes com recortes, comentários em tempo real e vídeos curtos com os talentos da novela.

PUBLICAÇÕES COM LINK PARA AS MATÉRIAS DO GSHOW

RECORTES DAS AÇÕES DO LINEAR NO PERFIL @TVGLOBO

BASTIDORES COM TALENTOS NO @GSHOW



LICENCIAMENTO DE CAMPANHA

Com o licenciamento, a marca gera conexão, potencializa a campanha e se conecta emocionalmente com o público fã da novela.

Ativos disponíveis:

- Logo da Novela;
- Elementos visuais;
- Colorboard;
- Tipografia;
- Nome dos personagens (menção – sem uso de imagem);
- Nome de bairros, estabelecimentos, entre outros;
- #da Novela e #MarcaNovela (a serem confirmadas posteriormente).

Plataformas:

- Site ou app proprietário do anunciante.
- Redes Sociais proprietárias do anunciante (somente IG, FB e TW) com impulsionamento.
- Tik Tok e Kwai proprietário do anunciante, poderão ser usados com compra de formatos Mídia disponíveis dentro da plataforma ou postagens orgânicas – não incluso uso veiculações nas páginas de Creator/Influenciador.
- Youtube: formatos de mídia Pré-Roll (sob consulta).
- Google Ads (search e display).

**COTA
MELHOR HORA**

Período: 1 semana
Novelas: Fuzuê ou
A Vovó Sumiu

* Verifique os ativos presentes nos termos de licenciamento de cada cota. A marca anunciante deve ser submetida a consulta de validação jurídica antes de confirmar o licenciamento da cota.



Cotas



A MARCA TERÁ DESTAQUE NA NOVELA QUE COMEÇA E TERMINA EM 2024, **A VOVÓ SUMIU!**

Com formatos de conteúdo o cotista vai ter visibilidade na nova novela das 19h, conseguindo se associar aos personagens e entrando nos principais momentos da novela. Com exclusividade de segmento*.

**COTA
ALTO MAR**

**2 COTAS NACIONAIS
R\$ 7.606.841**

AÇÃO DE CONTEÚDO

Muito importante para a contextualização da marca com a novela. Através de ações de conteúdo e visualizações com interação, a marca vai aproveitar os melhores encaixes com as novelas e os personagens. Formato que aproxima emocionalmente a marca com a audiência.

6 INSERÇÕES

AÇÃO ESPECIAL

Além de toda entrega na novela, a marca vai ter uma ação especial no programa Mais Você, que tem alta afinidade com o público e fala sobre a Novela. O ator pode estar no café da manhã com a Ana Maria para debater sobre a novela, e uma matéria especial vai repercutir a Ação.

1 INSERÇÕES

OPORTUNIDADES COMERCIAIS



Propósito Social



Pets



Música



Moda e beleza



Alimento e bebidas



Casa e Decoração



Esportes

*Exclusividade de segmento segundo as regras comerciais e ordem de chegada dos cotistas e patrocinadores.



A MARCA CONTINUA NA PÁGINA TODA DO GSHOW, NAS AÇÕES DE CONTEÚDO E ATÉ NA FESTA DE LANÇAMENTO DA NOVELA “A VOVÓ SUMIU”

O Gshow já está ligado em todas as novidades e oferece uma cobertura completa da nova história, e claro, a sua marca não pode ficar de fora dessa.

Um influenciador* irá trazer os bastidores da festa de lançamento de A Vovó Sumiu, com imagens exclusivas do local, bate-papo com os com atores*, spoiler sobre o enredo e tudo o que está por vir.

Além disso, durante a novela o patrocinador terá a oportunidade de criar conteúdos relacionados às ações da trama, acompanhando até mesmo a ação na Ana Maria, garantindo que a marca esteja envolvida durante todos o período da novela.

HOME DAY GSHOW

Acompanhando **os dias das ações de conteúdo**** na novela a marca terá o espaço exclusivo nas 13 posições da home do Gshow no Desktop e no Mobile.

Possibilidade de entregas criativas e contextualizadas em cada posição, aproximando o usuário com a mídia.

*nomes e cachês do influenciador e atores estão sob definição e será necessário consulta. **escolha da data mediante a ordem de compra.



Exemplo Bastidores no Gshow

SE ESTÁ NA VOVÓ SUMIU, ESTÁ NAS REDES SOCIAIS

Serão vários pontos de contato para impulsionar a associação da marca com a trama em momentos decisivos! Uma cobertura completa nos perfis Globo (@tvglobo e @gshow) das ativações na novela e no portal digital. Todo o conteúdo será repercutido nas redes com recortes, comentários em tempo real e vídeos curtos com os talentos da novela.

PUBLICAÇÕES COM LINK PARA AS MATÉRIAS DO GSHOW

RECORTES DAS AÇÕES DO LINEAR NO PERFIL @TVGLOBO

BASTIDORES COM TALENTOS NO @GSHOW

TALENTO COM ANA MARIA BRAGA NO @TVGLOBO



E NOSSO TIME DE **AD SERVICES** TE AJUDA COM **INFORMAÇÕES** **E INSIGHTS** VALIOSOS

A Globo oferece serviços que ajudam a gerar aprendizados, otimizando negócios e resultados.



E no módulo “Marcas Históricas” o patrocinador contará com o **Globo Tracking²** que fará a avaliação das ações de conteúdo que fazem parte do módulo.
Patrocínio anual, Cota Melhor Hora e Cota Juntos.

O patrocinador contará com o serviço de **Share of Mind¹** em 2 ondas. A primeira onda será realizada logo após a comercialização da cota e as demais serão definidas posteriormente.

Apenas na cota Patrocínio Anual.



¹ A realização dos Serviços Share of Mind e Globo Tracking deve estar atrelado às entregas das Novelas.

² Para a realização do Globo Tracking, o time comercial da Globo precisa receber as informações para o uso do Serviço em até 5 dias úteis antes da ação.

³ Para a realização do Share of Mind, o time comercial da Globo precisa receber todas as informações necessárias até um mês antes do início da entrega.



GLOBO TRACKING

PESQUISA ONLINE QUE CONVIDA OS CONSUMIDORES GLOBO PARA AVALIAREM AS AÇÕES NO CONTEÚDO

Pesquisa quantitativa online, que acontece logo após a exibição da ação na novela, aplicada por um questionário estruturado, considerando o filtro dos consumidores regulares e frequentes do programa/conteúdo.

Condições Globo Tracking:

- Avaliaremos as 3 ações de conteúdo do anunciante que optar por incluir a cota Marcas Históricas, independente se ele se aplica ao Share of Mind ou não.

PRINCIPAIS OUTPUTS



ENTENDIMENTO DA MENSAGEM / AÇÃO



FAVORABILIDADE DA MARCA



ATRIBUTOS DE MARCA



INTENÇÃO DE COMPRA



Cotas



FAME

Se uma marca vem facilmente à cabeça, ela é uma boa escolha.

FEELING

Se eu me sinto bem em relação a uma marca, ela é uma boa escolha.

FLUENCY

Se eu reconheço uma marca rapidamente, ela é uma boa escolha.

SHARE OF MIND

LEITURA E ANÁLISE DA MEDIDA DE RETENÇÃO DE UMA DETERMINADA MARCA OU PRODUTO, NA MEMÓRIA DOS CONSUMIDORES

O estudo de Share of Mind foca na avaliação do awareness espontâneo, conexão emocional, associação de atributos e presença da marca na mente das pessoas.

Condições Share of Mind:

Serviço incluso considerando 28 semanas de comercialização do patrocínio, caso contrário, não será possível realizar o estudo.

O anunciante ter comprado pelo menos 1 ou mais módulos extras, devido o volume de entregáveis necessários para um estudo coeso.



OPORTUNIDADE LICENCIAMENTO

Associação a conceitos, valores e ideias que o ativo GLOBO carrega seja nos seus **PRODUTOS** ou na sua **CAMPANHA**.

O licenciamento entra em cena para que a trama faça parte da jornada da marca e permite que o anunciante ative seus produtos com a identidade visual das novelas, além de gerar conexão e potencializar as suas campanhas por meio de ativações nas suas plataformas digitais.

O patrocinador poderá desenvolver um produto com o conceito criativo da novela das 19h e disponibilizar para venda como **EDIÇÃO ESPECIAL** durante o período do programa. Ou tematizar a mecânica de uma **PROMOÇÃO** Compre & Ganhe/Concorra adicionando um brinde da novela II.

Ou ativar **EXPERIÊNCIAS TEMÁTICAS** usando a marca. Como por exemplo uma exposição mostrando a evolução das músicas com o cenário da Mancini Music de A Vovó Sumiu.

PARA O LICENCIAMENTO DE PRODUTO IMPORTANTE:

1. Esta oportunidade tem um valor adicional à cota de patrocínio, variável sobre venda do produto
2. Pagamento do direito autoral: taxa média de 10% royalties sobre venda líquida para varejistas
3. Esta negociação dá direito ao patrocinador usar os assets da marca da Novela para comunicar o produto especificamente em diversas plataformas do anunciante



SIMULAÇÃO DE PRODUTO, IMAGEM MERAMENTE ILUSTRATIVA





OPORTUNIDADE ATIVAÇÃO

COLETIVA DE IMPRENSA | FESTA DE LANÇAMENTO

PRODUÇÃO GLOBO

Backdrop com as marcas patrocinadoras.
Convidados Vips da marca

PRODUÇÃO DA MARCA, GLOBO DISPONIBILIZA ESPAÇO

Brindes branded para os convidados presentes
no evento.
Influenciador da marca para cobrir a coletiva de
imprensa/evento.*

INVESTIMENTO R\$ 180.000



A inserção das marcas nos espaços de ativação não garante a veiculação das mesmas nos veículos de imprensa ou publicações dos influenciadores convidados mencionando, mostrando ou citando as marcas promovidas.

Essa oportunidade só pode ser comprada em conjunto com a cota de patrocínio anual, cota juntos e cota alto mar.

*Entrega exclusiva para quem adquirir a oportunidade junto com a cota alto mar.



OPORTUNIDADE

VEA REGIONAL

Entrega segmentada nos mercados locais, sem abrir mão de frequência e integração com nossas novelas.



[CLIQUE PARA ASSISTIR A UM EXEMPLO DO FORMATO.](#)

O anunciante poderá se associar à Novela I por meio da vinheta 'Você Está Assistindo' nos mercados escolhidos, criando uma forte associação local com as tramas. O VEA está disponível para todos os mercados locais, em versões com material de 5" ou 10".

1 COTA LOCAL

ENTREGA: Vinheta 'Você Está Assistindo' Novela II (Seg a Sab)

(Período mínimo: 3 Meses)

O valor da cota varia de acordo com a praça.

Para mais detalhes, entrar em contato com o atendimento comercial.

* Cota disponível para anunciantes não concorrentes dos patrocinadores nacionais. O VEA poderá ter minutagem total em 15" ou 10", considerando a cabeça do programa em 5" e a vinheta da Marca em 10" ou 5", conforme disponibilidade do Anunciante.



ON AIR

RESUMO DAS ENTREGAS

Período de exibição	PATROCÍNIO ANUAL				COTA MELHOR HORA	COTA JUNTOS	COTA ALTO MAR	COTA REGIONAL
	Jan - Dez	1 semana	Jan - Dez	Mar - Set				
Vinheta Patrocinada abertura	●							
Vinheta Patrocinada encerramento	●							
Comercial patrocinador encerramento	●							
Ação de conteúdo Plena	●	●	●	●				
Mobiliário Urbano (Stockshot)	●							
Chamada determinada	●							
Patrocínio Globoplay	●							
Pause Ads Globoplay	●							
Globo DAI Globoplay	●							
Patrocínio editoria Novela 2 Gshow	●							
Mídia Performance no Digital	●							
Maratona Globoplay	●							
Primeiríssima simulcast	●	●						
Patrocínio Podcast Papo de Novela	●							
Visualização com interação		●	●	●				
Comercial estendido			●					
Comercial posicionado e determinado			●					
Chamada Contextualizada		●						
Squeeze em L		●						
Comercial no IP	●	●						
Ação de conteúdo especial no MAVO				●				
Home day no Gshow	●	●	●	●				
Branded contente no Gshow	●	●	●					
Bastidores Festa de Lançamento				●				
Ad Services	●	●	●					
Vinheta você está assistindo								●

O time de Sales Excellence Globo está à disposição para customizações nas entregas comerciais, desde que não alterem a estrutura base da cota.



Cotas



detalhamento das entregas

PATROCÍNIO ANUAL

TV GLOBO - NACIONAL

NOVELA II - N19H / N19S

Vinheta Patrocinada Abertura 3" (Segunda a Sexta)	262
Vinheta Patrocinada Encerramento 3" (terça e quinta).....	105
Comercial Patrocinador 10" (terça e quinta)	105
Vinheta Patrocinada Abertura 3" (Sábado)	52
Ação Plena.....	5
Mobiliário Urbano (stockshots)	3

NOVELA II - NOVR

Vinheta Patrocinada Abertura 3" (Segunda a Sexta)	262
Vinheta Patrocinada Abertura 3" (Sábado).....	52

MAIS VOCÊ - MAVO

Chamada determinada (Segundas no MAVO)	53
--	----

CANAL VIVA

Chamada patrocinada (Rotativo)	480
--------------------------------------	-----

TOTAL: 1379 INSERÇÕES



detalhamento das entregas

PATROCÍNIO ANUAL

GLOBOPLAY

- Trechos VOD: Pre-roll em vídeo até 180" com skip
- Íntegra: Maratona dos 06 capítulos aberto da primeira semana para não assinantes
- Trilho Patrocinado
- Mídia Divulgação – Ros Gshow – Dglobo (Native Ads/ Retângulo, Billboard e Maxiboard) e Ros Globoplay – (Vglobo) Pre-roll de 30" até 180" com skip)
- Promo Day – conteúdo de bastidores da novela
- Push notification levando para Maratona e Promo Day
- Primeiríssima acompanhando o primeiro capítulo da novela
- Globo Dai
- Pause Ads

GSHOW/RECEITAS

- Editoria Novela I: Dglobo (Materia_Topo_Materia_Topo_M/Home1_HomeM)
 - Editoria Novela I: Dglobo (Retângulo 1 ou banner meia página + Retângulo superior + Billboard)
 - Editoria Novela I: (Vglobo) Pre-roll de 30" até 180" com skip
 - Agenda Gshow
 - Diária Home Day no primeiro capítulo da novela
- CONTEÚDO:**
Branded Content* no Gshow customizada para a marca com 05 matérias em vídeo
Branded Content* no Receitas customizada para a marca com 05 matérias em vídeo

MÍDIA PERFORMANCE DE ACORDO COM O TERRITÓRIO DO CLIENTE

- Display e Vídeo

GLOBO.COM

- Home Globo.com – Franja Gshow na primeira semana da novela



detalhamento das entregas

PATROCÍNIO ANUAL

REDES SOCIAIS

Maratona Globoplay

@globoplay collab @creators: 02 vídeos curtos com creators

@creators: 01 vídeo curto + 03 stories com cada creator (IG / TKTK - 02 creators)

Portal Gshow

@gshow: posts link reverberando 05 matérias com vídeos (IG / FB / TT / TKTK)

Portal Receitas

@receitas em collab com @gshow: posts link reverberando 05 matérias com vídeos (IG / FB / TT / TKTK)

Recortes em TVG

@tvglobo: recortes de 02 ações (IG / FB / TT / TKTK)

Bastidores com talento em Gshow

@gshow: 01 vídeo curto + 03 stories com talento (IG / FB / TT / TKTK)

Tour com 2 creators em Gshow

@gshow collab @creators: 02 vídeos curtos + 01 carrossel em collab com @tvglobo (IG / FB / TT / TKTK) | 06 stories nas redes dos creators

TOTAL: 98 PUBLICAÇÕES. ESTIMATIVA DE AUDIÊNCIA: 11,7 MILHÕES DE IMPACTOS



detalhamento das entregas

PATROCÍNIO ANUAL

GEXPERIENCE

A VOVÓ SUMIU – MARÇO A SETEMBRO 2024

Extensão de marca no espaço da novela no Gex 1

CONTA COMIGO– SETEMBO A DEZEMBRO 2024

Extensão de marca no espaço da novela no Gex 1



detalhamento das entregas

COTA JUNTOS

TV GLOBO - NACIONAL

NOVELA II - N19H / N19S

Ação Plena.....	5
Visualização com interação.....	3
Comercial Conteúdo estendido.....	1
Comercial posicionado determinado	2

GSHOW

Branded Content* no Gshow customizada para a marca com 05 matérias (03 matérias em vídeos + 01 matéria foto e texto + 01 quizz)
- Diária Home Day acompanhando o dia das ações.

REDES SOCIAIS

Portal Gshow

@gshow: posts link reverberando 05 matérias, sendo 03 delas com vídeos (IG / FB / TT / TKTK)

Recortes em TVG

@tvglobos: recortes de 02 ações (IG / FB / TT / TKTK)

Vou de Tati em Gshow

@gshow em collab com @tvglobos e @tati: 01 vídeo curto + 01 carrossel + 03 stories com talento *Ref: Tati Machado (IG / FB / TT / TKTK)

TOTAL: 37 PUBLICAÇÕES. ESTIMATIVA DE AUDIÊNCIA: 5,8 MILHÕES DE IMPACTOS



detalhamento das entregas

COTA MELHOR HORA

TV GLOBO - NACIONAL

NOVELA II - N19H / N19S

Ação Plena.....	2
Visualização com interação.....	2
Comercial no IP.....	1
Squeeze em L slogan e QR code	1
Chamada Contextualizada (rotativo).....	5

GSHOW

- Branded Content Gshow customizada para a marca com 06 conteúdos (04 matérias em vídeo + 01 matéria fotos e texto + 01 quizz)
- Diária Home Day no último capítulo da novela

GLOBO.COM

- Franja Globo.com acompanhando a última semana da novela

REDES SOCIAIS

Portal Gshow

@gshow: posts link reverberando 04 matérias, sendo 02 com vídeos (IG / FB / TT / TKTK)

Recortes em TVG

@tvglobo: recortes de 02 ações (IG / FB / TT / TKTK)

Bastidores com talento em Gshow

@gshow: 01 vídeo curto + 03 stories com talento (IG / FB / TT / TKTK)

TOTAL: 31 PUBLICAÇÕES. ESTIMATIVA DE AUDIÊNCIA: 5,6 MILHÕES DE IMPACTOS

GLOBOPLAY

- Primeiríssima acompanhando o último capítulo da novela



detalhamento das entregas

COTA ALTO MAR

TV GLOBO - NACIONAL

NOVELA II - N19H / N19S

Ação Plena..... 2

Visualização com interação..... 2

MAIS VOCÊ- MAVO

Ação Especial 1

GSHOW

Branded Content* no Gshow customizada para a marca com 05 matérias (03 matérias em vídeos + 01 matéria foto e texto + 01 quizz)
- Diária Home Day acompanhando o dia das ações.

REDES SOCIAIS

Portal Gshow

@gshow: posts link reverberando 05 matérias, sendo 03 com vídeos (IG / FB / TT / TKTK)

Bastidores com talento em TVG

@gshow: 01 vídeo curto + 03 stories com talento (IG / FB / TT / TKTK)

Recortes em TVG

@tvglob: recortes de 02 ações (IG / FB / TT / TKTK)

TOTAL: 36 PUBLICAÇÕES. ESTIMATIVA DE AUDIÊNCIA: 7 MILHÕES DE IMPACTOS

GLOBOPLAY



detalhamento das entregas

VOCÊ ESTÁ ASSISTINDO

TV GLOBO – LOCAL

4 SEMANAS

ENTREGA NO INTERVALO COMERCIAL – NOVELA II

Vinheta Você Está Assistindo (Segunda a Sexta)..... 20

Vinheta Você Está Assistindo (Sábado)..... 4

*Apenas o módulo Você Está Assistindo pode ser comercializado separado do patrocínio, respeitando o bloqueio de segmento do patrocinador nacional.



INVESTIMENTO

PATROCÍNIO ANUAL

tvglobo

R\$ 98.366.072

VIVA

R\$ 774.000

gshow globo.com
globoplay

R\$ 15.268.052



R\$ 1.202.797

gexperience

R\$ 72.835

MERCADO: NACIONAL

Nº DE COTAS: 2

R\$ 115.683.757

D&C: R\$ 1.133.162
Licenciamento: R\$ 1.028.000
Custo de produção e cachê orçados à parte.



¹Os valores Digitais possuem entregáveis que não podem receber desconto e já estão com valores finais no cálculo.

²O valor total de Redes Sociais é negociado, sem possibilidade de desconto adicional.





INVESTIMENTO

COTAS EXTRAS

COTA JUNTOS

TV GLOBO
11 inserções

DIGITAL
Gshow, Globoplay

REDES SOCIAIS
5.8 MM de impactos

R\$ 10M
milhões*

D&C: R\$ 1.173.876
Licenciamento: R\$ 172.190
Custo de produção e cachê
orçados à parte

2 cotas

COTA MELHOR HORA

TV GLOBO
11 inserções

DIGITAL
Gshow, Globo.com,
Globoplay

REDES SOCIAIS
5.6 MM de impactos

R\$ 7M
milhões*

Di&C: R\$ 578.567
Licenciamento: R\$ 61.680
Custo de produção e cachê
orçados à parte

1 cota para Fuzuê
1 cota para A Vovó Sumiu

COTA ALTO MAR

TV GLOBO
7 inserções

DIGITAL
Gshow, Globoplay

REDES SOCIAIS
7 MM de impactos

R\$ 7M
milhões*

D&C: R\$ 1.031.446
Custo de produção e cachê
orçados à parte

2 cotas





INVESTIMENTO

VEA REGIONAL

PREÇO REFERENTE AO PERÍODO DE 4 SEMANAS

SUDESTE

SP1	2.162.592	FRI	37.323
SJC	95.388	FLU	29.538
TAU	56.301	RES	50.982
BAU	117.885	VIT	117.477
SJR	115.761	ES2	21.690
SOR	121.698	COL	15.996
ITP	42.246	CAC	25.203
CAM	365.367	BH	434.313
RIB	168.507	JF	58.158
SCA	87.507	FAB	31.932
MOC	52.530	MTC	30.636
SAN	161.493	VAR	55.260
PRP	50.199	UBE	77.556
RJ	1.094.208	UBA	26.502
CAB	42.873	ITU	13.176
		AXA	36.804

SUL

RS1	406.872	FOZ	40.701
CXS	48.765	CAV	36.528
SMA	29.205	PR3	26.334
PEL	29.160	GAV	22.323
PFO	29.409	PGR	38.331
STR	19.269	SC1	116.022
STC	28.824	BLU	70.398
CAL	13.836	CHA	21.093
BAG	12.816	JOI	55.437
URU	14.274	CRI	35.541
ERE	12.816	JOA	17.742
RGE	12.615		
CUR	342.069		
MAR	84.231		
LON	90.753		

NORDESTE

PE1	279.867	JP	52.008
CRR	32.031	CPG	27.873
PET	16.530	NAT	91.401
SAL	292.494	NA2	24.945
FEI	40.212	MAC	73.794
ITA	34.677	TER	50.181
VDC	34.872	FNO	5.811
JUA	16.530	SER	65.997
BAR	21.726		
CE1	193.056		
CE2	26.832		
MA1	72.090		
IMP	14.331		
BAS	3.900		
CDO	10.542		

CENTRO OESTE

DF	227.835
GO1	176.217
GO2	25.068
RVD	20.463
LZA	17.487
IBI	13.188
CAT	12.114
PRT	5.949
JAT	7.545
MS1	100.122
MS2	10.284
POR	32.613
MT	84.993
ROD	22.089
SNO	17.247
TGS	9.057

NORTE

BEL	143.211	ITC	2.409
TAP	14.499	PIN	2.448
MAB	5.583	RON	31.662
RDC	3.972	JIP	4.893
PAM	4.197	COA	3.360
ALT	3.585	VLH	2.316
PUP	3.612	ARI	5.178
CAS	9.864	ACR	14.730
PAL	23.397	CZS	2.124
GUR	12.825	ROR	14.487
INA	15.324	ROL	1.422
AMP	19.044		
MAN	118.437		
MUR	2.514		
COI	3.810		
HUM	6.387		



ESQUEMA **COMERCIAL**

DIA	SEGUNDA A SEXTA
PERÍODO	1/1/24 a 31/12/24*
HORÁRIO	19h40**
DURAÇÃO	40***
SIGLA	N19H/ N19S
PREÇO DE 30"	CONFORME LISTA DE PREÇO
COEFICIENTE PARA 15"	0,75
GÊNERO	DRAMATURGIA

* Chamadas poderão ser exibidas antes do primeiro episódio do programa. ** Horário básico de grade, sujeito a alteração sem aviso prévio. *** Duração prevista. Os valores a serem faturados aos anunciantes correspondem àqueles aplicáveis no momento da exibição e poderão ser necessárias alterações de preços ao longo do período de exibição do programa.





OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

TV GLOBO

Preço fixo com base na Lista de Preços de Janeiro 2024;

O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas até 31 de dezembro de 2023, independente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações.

As cotas de conteúdo possuem prioridade de renovação para os atuais cotistas de conteúdo da trama em andamento (Fuzuê) até a data que começam as gravações da próxima trama.

A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (top de 5 segundos, cota de participação, ações no conteúdo etc.) ligadas ao projeto. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes dos patrocinadores deste projeto, desde que as cotas de patrocínio tenham sido adquiridas até o prazo de comercialização descrito no plano.

O Patrocinador BRF tem prioridade de renovação até dia 30/11/2023 (16h, horário de Brasília).

Prazo de comercialização: 31/12/2023 (16, horário de Brasília).

Dias e horários de exibição do programa estão sujeitos a alteração.

As entregas de conteúdo que fazem parte do plano comercial podem ser comercializadas até o dia 31 de dezembro de 2023. Para comercialização após essa data, é necessário um alinhamento em função dos prazos de produção e calendário das tramas.

A viabilidade comercial dos módulos será avaliada, pela Globo, de acordo com o perfil de cada anunciante.

A aquisição mínima estabelecida para compra/renovação seguirá da seguinte forma:

- Programas diários (seg/sex, seg/sáb ou seg/dom): mínimo 4 semanas, sem prioridade de renovação. Obs.: para comercialização a partir de 8 semanas, prioridade de renovação de 28 dias antes do término do contrato;

Não existe posicionamento especial para exibição dos comerciais que fazem parte dos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.

As caracterizações dos patrocínios (abertura, encerramento, vinheta de passagem, chamadas) da programação de linha deverão seguir as seguintes orientações:

- Vídeo:

- Duração de 3", 5" ou 7" de imagens com movimento.

- Não serão permitidas imagens de atores com movimentos labiais.

- O material não poderá apresentar mais do que uma marca/produto.

- Caso o programa seja patrocinado por uma linha de produtos, as imagens não poderão dar destaque a nenhum produto particularmente; a ênfase deve ser apenas na linha de produtos.

- Áudio*:

- 3": máximo de 4 palavras .

- 5": máximo de 10 palavras.

- 7": máximo de 12 palavras.

- Identificação do patrocinador ou marca no início do texto.

- Se mais de uma palavra for usada para designar uma marca ou produto, serão contabilizadas individualmente.

- Caso o texto apresente números ou siglas, estes serão computados por elementos, isoladamente.

- Se o programa for patrocinado por linha de produtos, poderá haver menção apenas da linha de produtos.

*A validação é feita com cronômetro.



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

TV GLOBO

Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.

Poderão ser exibidas chamadas sem assinatura do patrocinador, em função de necessidades estratégicas e promocionais do programa;

Os patrocinadores poderão fazer ofertas e promoções, tanto em áudio quanto em vídeo, nas vinhetas caracterizadas (abertura, encerramento, chamada, passagem, bloco, etc.). A duração deve ser igual ou superior a 5", desde que respeitada a seguintes condições:

- Áudio: Locução com citação do valor da oferta e/ ou menção específica da promoção.

- Vídeo: Possibilidade de mostrar explicitamente preço/oferta na tela, (informação vazada sobre fundo original do material, sem tarja ou fundo específico).

Cabe ao patrocinador arcar com os custos de envio dos seus materiais através dos players homologados pela Globo. Para mais informações consulte a Lista de Preços.

O patrocínio do programa não bloqueia a venda de comerciais avulsos nos intervalos, inclusive para concorrentes, exceto quando informado. OU

O patrocínio do programa bloqueia a venda de posições premium (break exclusivo, comercial em primeiríssima posição) para concorrentes.

O programa pode ter ações no conteúdo e/ou projetos especiais comercializados, na TV e/ou no Digital, que não bloqueiam o patrocínio.

A comercialização dos módulos extras apresentados no projeto poderá ser feita para incremento da entrega do patrocínio ou separadamente para anunciantes terceiros, desde que não sejam concorrentes do patrocinador anual.

Para customizações das entregas apresentadas neste documento, favor direcionar briefing para o time de Vendas Globo.

Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia TV Aberta, TV por Assinatura, Licenciamento, Gexperience, Festa de Lançamento, Digital e Social.

O plano de veiculação segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos, Lista de Preços e Código de Ética e Conduta do Grupo Globo.

O formato de Vinheta Você Está Assistindo está disponível para 100% dos mercados locais Globo e é composto por um material de 5" do programa + 5" ou 10" do anunciante (sem alteração de preço do formato). O formato será exibido diariamente no período contratado pelo anunciante e não pode ser comercializado para concorrentes do patrocinador anual da Novela II.

O formato Você Está Assistindo possui 1 cota por praça e pode ser comercializado pelo período mínimo de 4 semanas.

No formato VEA, o material do anunciante deve ser enviado finalizado (sem áudio) para a Globo, que fará a finalização do mesmo com inclusão de trilha e locução;

Formato sem custo de produção, com possibilidade de trocas quinzenais.

As produções referentes às vendas feitas pelas afiliadas Globo, serão feitas pelos times de produção comercial das mesmas, seguindo a cabeça do programa e guide line enviados pela Produção Comercial Globo.



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

TV GLOBO

Os detalhes das entregas de conteúdo serão definidos em reunião de briefing entre agência, anunciante e TV Globo, e deverão ter a aprovação da direção artística da novela.

O preço dos direitos autorais e conexos representa 15% do preço das ações no conteúdo mais a cobertura das ações na Globo.com, caso existam. Sobre esse preço não haverá negociação e não incidirá remuneração de agências, agenciadores ou corretores autônomos.

Os custos de produção das ações no conteúdo serão orçados à parte e sobre eles não haverá negociação e não incidirá remuneração de agências, agenciadores ou corretores autônomos.

Os custos de produção são responsabilidade do anunciante, e podem sofrer alterações após reunião de briefing com a direção artística da novela.

Caso os prazos acordados em ata após reunião de briefing não sejam cumpridos, as entregas poderão sofrer alterações de formato/data, visando a segurança dos fluxos necessários para a exibição.

A Globo se reserva o direito de trocar os talentos envolvidos nas tramas, sem aviso prévio, de maneira temporária ou definitiva, por quaisquer que sejam os motivos. Não serão permitidas alterações de data em função do talento, visto que a ação no conteúdo é caracterizada pelo programa e faixa horária correspondentes, salvo exceções previamente negociadas.

A ação será considerada bem sucedida sempre que a comunicação principal do anunciante for entregue.

A direção da novela tem liberdade para definir abordagem, produtos, lugares e personagens utilizados no conteúdo das tramas, assim como o posicionamento das ações comercializadas em função destes conteúdos, que não necessariamente são exibidos colados a eles. As ações comercializadas não interferem no conteúdo.

Qualquer mudança conceitual e estrutural no formato criativo do projeto deverá ser redesenhado, reconsultado e precificado.

Este projeto está sujeito a bloqueio mediante contratos pessoais dos talentos envolvidos.

Os talentos envolvidos podem ter contratos pessoais com marcas concorrentes dos anunciantes que estarão nas ações no conteúdo das novelas.

Não é garantido o uso ou consumo do produto por parte dos talentos envolvidos na ação.

As ações no conteúdo não são vendidas atreladas à duração da mensagem.

As ações que inicialmente foram desenvolvidas sem cunho promocional não poderão ser transformadas em ações promocionais.

A disponibilidade de espaço deverá ser consultada.

Reconhece expressamente o Autorizador que a Globo, na qualidade de detentora dos direitos patrimoniais de autor sobre o Programa e tendo em vista a autorização efetuada neste Termo, poderá, a seu exclusivo critério, livremente dele dispor bem como seus extratos trechos ou partes, dando-lhe qualquer utilização econômica, sem que ao Autorizador caiba qualquer remuneração ou compensação, podendo, exemplificativamente fixá-lo em qualquer tipo de suporte material, exibi-lo através de projeção em tela em casas de frequência coletiva ou em locais públicos, com ou sem ingresso pago, transmiti-lo via rádio e/ou via televisão de qualquer espécie (televisão aberta ou televisão por assinatura), através de todas as formas de transporte de sinal existentes, exemplificativamente UHF, VHF, cabo, MMDS, IPTV, fibra ótica e satélite, bem como independentemente da modalidade de comercialização empregada, incluindo “pay tv”, “pay per view”, “near vídeo on demand” ou “vídeo on demand”, independentemente das características e atributos do sistema de distribuição, abrangendo plataformas analógicas ou digitais, com atributos de interatividade, ou não; podendo ainda disseminar e/ou distribuir o Programa através da Internet e/ou outras mídias móveis, bem como ceder os direitos autorais sobre o Programa a terceiros, para qualquer espécie de utilização ou, ainda, dar-lhe qualquer outra utilização que proporcione à Globo alguma espécie de vantagem econômica;

Nenhuma das utilizações previstas no presente termo ou ainda qualquer outra que pretenda a Globo dar ao programa na qual será inserido o material tem limitação de tempo ou de número de vezes, podendo ocorrer no Brasil ou no exterior.



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS VIVA

OBSERVAÇÕES GERAIS

Lista de Preços: Janeiro 2024.

2. O plano de inserções segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos e Listas de Preços da Rede Globo.
3. Poderão ser desenvolvidas oportunidades comerciais adicionais.
4. Cada cota deverá ser comercializada por uma categoria de produto.
5. Não poderão ser comercializadas propostas de merchandising para clientes de categorias de produto iguais aos dos patrocinadores.
7. Chamadas: além das chamadas definidas nos planos comerciais, poderão ser exibidas chamadas sem assinatura do patrocinador, em função de necessidades estratégicas e promocionais dos programas.
8. O acerto de contas se dará individualmente, por veículo, no final do projeto pelo total de inserções ou propriedades, e não por item, isoladamente.
9. Ações e custos de licenciamento não estão inclusos no plano de patrocínio.
10. O cliente de patrocínio de cada faixa de Novela bloqueia apenas concorrentes de patrocínio nesta Novela específica. Permanecem assim as demais faixas desbloqueadas para vendas aos concorrentes.

VIVA

1. O total de inserções depende do período contratado.
2. As chamadas deste programa serão entregues na quantidade especificada neste plano.
3. Cotas de patrocínio em exibição têm prioridade sobre as vendidas antecipadamente.
4. Cotas de patrocínio têm prioridade sobre as contendo somente vinhetas ou formatos diferenciados.
5. Falhas das inserções bonificadas serão sempre compensadas e não poderão ser abatidas de fatura.
6. Prazo de vendas: 10 dias úteis antes do início das veiculações



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS DIGITAL

***VALOR DO ESPECIAL PUBLICITÁRIO É BRUTO NEGOCIADO E NÃO É POSSIVEL APLICAÇÃO DE DESCONTO**

****INVESTIMENTO GLOBO DAI É BRUTO NEGOCIADO E NÃO É POSSÍVEL APLICAÇÃO DE DESCONTO.**

PREÇO

•O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas no período de **30 de junho/23 a 31 de dezembro/23**, independentemente da data de exibição.

•Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alteração de preços do 13º mês em diante. (utilizar essa observação somente para planos de programas que apresentem exibição superiores a 12 meses)

•Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas.

PAGAMENTO (para produtos com pagamento de direitos de transmissão pela Globo)

•O pagamento deverá ser antecipado, à vista ou parcelado, e efetivado na totalidade antes da primeira veiculação.

PAGAMENTO (para outros produtos)

•O pagamento deverá ser feito até o dia 15 do mês subsequente ao de veiculação

A Globo se reserva ao direito de aumentar o número de cotas disponíveis e/ou oportunidades extras, de acordo com os seus interesses comerciais, podendo ser oferecidas para outros anunciantes;

A Globo se reserva o direito de proceder alterações na estrutura do conteúdo dos sites, e, eventualmente, substituições nos formatos originalmente previstos no plano comercial. Em nenhum caso haverá prejuízo na entrega comercial para o anunciante;

Compromissos de Entrega

A entrega do projeto será feita de acordo com o plano de mídia comercializado e poderá sofrer alteração em virtude da disponibilidade, sem comprometer a entrega;

O acerto de contas acontecerá ao final do projeto. Caso a entrega comercial não se dê por completo, a Globo fará a entrega faltante mediante disponibilidade;

O inventário excedente ao contratado poderá ser utilizado por outros anunciantes, incluindo

concorrentes;

A entrega determinada em posições específicas, caso não possa ser cumprida por limitações de inventário, será realizada em outras posições, assegurando que o patrocinador não será prejudicado;

O volume de mídia não entregue por falta de peça do anunciante ou pausa de campanha será faturado sem crédito, seguindo a divisão mensal de entrega do plano de mídia comercializado.

O talento escolhido será determinado dentro do valor de Direitos & Conexos apresentado na proposta.

Para a produção de vídeos o prazo é de até 30 dias. Considerar direitos de imagem dos talentos para VIU poder utilizar nas redes sociais



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS DIGITAL

PRIMEIRISSIMA SIMULCAST

-Entrega da primeira impressão de publicidade no dia para o usuário*

Frequência 1 por device por dia por usuário

Desconto comercial limite **30%**

*Não há comprometimento com número de impressões, a proposta é entregar a impressão no dia;

*Caso a entrega realizada seja maior que a proposta, não haverá custo extra.

DAI

Lista de Preços Janeiro 2023. **Os valores são brutos e não podem ser negociados.** As cotas estão atreladas ao pacote de serviços de pesquisa sem custos extras.

Os volumes de impressões são estimativas e podem sofrer alterações durante o processo de entrega conforme disponibilidade de inventário. Caso o cliente queira incluir Brand Lift é necessário no mínimo 3.000.000 de impressões determinadas por mês.

A campanha do DAI começará junto com outras entregas do plano e serão distribuídas ao longo de todo o tempo do plano de patrocínio. Caso o anunciante queira replanejar a mídia para períodos específicos do projeto, deverá ser alinhado em reunião de Briefing.

O anunciante deverá enviar o(s) criativo(s) com até 15 dias antes do começo da exibição do programa. Caso o anunciante não envie a peça será faturado sem crédito.

O anunciante poderá trocar criativos livremente ao longo da campanha, sempre respeitando o prazo de 1 semana de antecedência para envio à OPEC. Pesquisas de Brand Lift demandam veiculação mínima do criativo por 30 dias

O pacote de impressões incluso na cota está baseado no CPM de 30". Caso o anunciante alterar a duração para as secundagens de 6", 15", 20" e 30" os custos serão modificados de forma proporcional.

A exibição do material será feita no simulcast (agora na tv) da grade TVGLOBO no GLOBOPLAY em tv conectada, mobile e desktop para assinantes e não assinantes.

A segmentação deverá ser apontada pelo anunciante, alinhada em reunião de briefing e estará sujeita a disponibilidade de inventário, caso não seja suficiente o cliente deverá combinar segmentações.

Do pacote total de impressões 70% será entregue no segmentação escolhida sujeita a disponibilidade de inventário em toda grade TVG e 30% entregue no programa de patrocínio.

Não será permitido aplicar desconto comercial na entrega de DAI

PAUSE ADS

* Para toda a venda (Nacional e Regional) deve ser validada a disponibilidade de inventário. *A entrega primária é condicionada ao modelo sem segmentação, com uma comunicação abrangente que atinja a todos os públicos.

* Existe a possibilidade de cadastrarmos criativos com uma comunicação específica para públicos diferentes, com a condição de que haja ao menos um direcionado para a entrega primária

*Lista de Preços Julho 2023.

*Possibilidade de até 30% de desconto na entrega de Pause Ads

*O período da entrega comercial precisa acontecer dentro da janela 01/07/2023 até 31/12/2023.

SPECS

Dimensões: 996x640 pixels.

Formato: PNG.

Cor principal: Apenas uma, mediante desejo do anunciante. Caso seja escolhida, deve vir em RGB com código hexadecimal.

Restrições: A arte não deve ter fundo (de qualquer forma), sendo transparente para mesclar com o conteúdo do vídeo que está sendo consumido.

SLA: 02 dias úteis – enviar as peças para o atendimento de Opec Digital.

MÍDIA PERFORMANCE

- A visibilidade de produtos com um ou mais targets não será reportada na proposta;

- Disponibilidade de espaço sujeita à consulta;

- A produção dos materiais é de responsabilidade do cliente/agência;

- Preços sujeitos a reajuste de acordo com a data de veiculação;

- Inventários e estimativas de entrega calculados com base em histórico de audiência;

- Após a aprovação do plano de mídia e criação do plano tático, o buyer deve enviar o form pelo link para a OPEC criar os deals

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfDr7waQxqYs6ppxuYr-Pzc4IOLinltkuUbjj1z14AA08gy6g/viewform>

- Forma de pagamento: 15 D.F.M.;

- Validade da proposta: 30 dias.

AGENDA GSHOW

- A reserva da data é referente e associada ao dia da ação da marca e pode ser feita diretamente com OPEC.



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS DIGITAL

PODCAST

PATROCÍNIOS

1. O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1º de julho de 2022 a 31 de dezembro de 2022, independentemente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações
2. A entrega dos patrocinadores é estimada baseada em análise histórica de audiência, portanto o volume de entrega pode variar de acordo com a audiência do podcast no período do projeto.
3. Para especificações de material e prazos de implementação, consulte a Equipe de Operações Comerciais através do e-mail: operacoes-digital-mercado@g.globo.
4. Após o recebimento de todo o material necessário para o desenvolvimento do projeto, o prazo de implementação da mídia anunciante será de 7 dias úteis.
5. Os anunciantes de podcast tem direito a uma troca de texto por mês no criativo de mid-roll (mídia de patrocínio), sem ônus adicional. Outras substituições, só poderão ser feitas sob consulta à área de produção. Sendo possível, a troca incidirá em custo adicional para o anunciante; valor sob consulta.
6. O custo de produção é líquido e sobre não haverá negociação, nem incidirá remuneração de agências, agenciadores ou corretores autônomos.
7. As renovações dos patrocínios deverão ser informadas até 30 dias antes da última veiculação contratada. Após este prazo, deixa de existir a prioridade, ficando a cota disponível para negociação com outro cliente.
8. A aquisição mínima estabelecida para compra/renovação não poderá ser inferior a três meses.
9. Caso o plano não tenha uma data previamente definida, após a venda e envio da PI o cliente tem 07 dias pra envio do briefing preenchido, caso o prazo não seja respeitado o inventário será liberado para venda

MÍDIA DE APOIO

1. O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1º de julho de 2022 a 31 de dezembro de 2022, independentemente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações
2. A entrega é estimada baseada em análise histórica de audiência, portanto o volume de entrega pode variar de acordo com a audiência do site no período do projeto;
3. Para especificações de material e prazos de implementação, consulte a Equipe de Operações Comerciais através do e-mail: opec.internet@tv Globo.com.br;
4. Caso a mídia seja produzida via Globo, após o recebimento de todo o material necessário para o desenvolvimento do projeto, o prazo de implementação do conteúdo do anunciante será de 7 dias úteis;
5. O custo de produção é líquido e sobre não haverá negociação, nem incidirá remuneração de agências, agenciadores ou corretores autônomos.

MERCHAN

O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1º de julho de 2022 a 31 de dezembro de 2022, independentemente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações

Antes da compra é necessário checar disponibilidade para o segmento (se não há bloqueio) e disponibilidade de inventário.

Contratante:

spot

Opção 1: CLIENTE ENVIA TEXTO PRONTO E A REDAÇÃO APENAS LOCALIZA NO TOM DE VOZ DO PODCAST, E APROVA O TEXTO FINAL ANTES DE SER GRAVADO;

OP2: REDAÇÃO ESCREVE E APROVA O TEXTO FINAL ANTES DE SER GRAVADO;

Condições:

- Após aprovação do texto, o spot é gravado e publicado;
- Não há refação após a gravação e/ou publicação;
- O contratante tem acesso a peça final no ar;
- Não enviamos para aprovação prévia.

O contratante não tem acesso ao tema que será abordado no episódio com antecedência

FLUXO COMERCIAL: Antes da venda, a Globo valida a consulta com o responsável do podcast.

FLUXO DE PRODUÇÃO:

- 1 - Envio do PI
- 2 - Envio do briefing
- 3 - Podcast cria texto
- 6 - Cliente aprova o texto
- 7 - Spot vai ao ar na data fechada

PRAZO DE EXECUÇÃO:

- > Temos que receber o briefing 8 dias úteis antes da data da veiculação;
- D01 - recebimento do briefing
- D02/D03 - criação do texto e aprovação interna
- D04 - aprovação do cliente
- D05 - ajustes
- D06/07/08 - gravação e veiculação



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS DIGITAL

PODCAST

EPISÓDIO TEMÁTICO

O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1º de julho de 2022 a 31 de dezembro de 2022, independentemente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações

Antes da compra é necessário checar disponibilidade para o segmento (se não há bloqueio) e disponibilidade de inventário.

- Contratante não aprova o episódio/áudio antes da publicação

• Cliente sugere o tema do episódio que será aprovado junto a redação antes da contratação.

É aprovado com o cliente:

• Pré roteiro em bullets points e a abordagem que será dada ao tema;

Premissas:

• Contratante não sugere alteração após aprovação do pré roteiro;

- Os programas não são excluídos ou ajustados depois de irem ao ar;
- O conteúdo do episódio é editorial, por esse motivo não há menção a marca ou produtos na discussão do programa. O conteúdo de marca é feito através do merch;
- Convidado(s) do contratante está(ão) sujeito(s) à aprovação junto a editoria do podcast;
- O episódio temático será sempre extra no feed (data será combinado com anunciante)
- É necessário deixar claro no briefing quais são os do's e don'ts da marca
- Não há aplicação do logo do cliente na capa do episódio.

PRAZO DE EXECUÇÃO E FLUXO:

-> Precisamos de 18 dias úteis após recebimento do briefing

D01 - recebimento do briefing

D06 - entrega do pré roteiro em bullets points

D07/08 - aprovação do cliente

D09/10/11 - desenvolvimento de pauta

D12/13/14/15 - pré-produção, gravação e veiculação

OBS: Dentro dos episódios temáticos também oferecemos um spot até 60 segundos lido na voz dos apresentadores.



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS VIU

GERAIS

- O VALOR É BRUTO (COM COMISSIONAMENTO DE AGÊNCIA) E NÃO PODE SER NEGOCIADO;
- PROPOSTA VÁLIDA POR ATÉ 30 DIAS ÚTEIS DA DATA DE RECEBIMENTO. CASO O PROJETO SEJA FECHADO APÓS ESSE PERÍODO DEVERÁ SER REAVALIADO PELO TIME DE PLANEJAMENTO VIU;
- ENTREGAS COMERCIAIS FEITAS DENTRO DE CONTEÚDO PRECISAM ESTAR ALINHADAS COM A LINGUAGEM/CONTEXTO DO PRODUTO GLOBO/CREATOR E ESTÃO SUJEITAS À APROVAÇÃO DA DIREÇÃO ARTÍSTICA GLOBO;
- QUALQUER TIPO DE ALTERAÇÃO NO ESCOPO DEVE SER DEFINIDO ANTES DO FECHAMENTO, CASO EXISTAM ALTERAÇÕES APÓS A APROVAÇÃO, OS CUSTOS E PRAZOS SERÃO REVISTOS;
- OS PROJETOS VIU SÃO COMPOSTOS POR UMA QUANTIDADE DEFINIDA DE ATIVAÇÕES DESENHADAS NO PLANEJAMENTO DO PLANO E UM COMPROMETIMENTO MÍNIMO DE AUDIÊNCIA (COM EXCEÇÃO DOS PROJETOS APENAS COM CREATORS).
- OS PROJETOS VIU TEM UMA ESTIMATIVA MÍNIMA DE AUDIÊNCIA (EM VIEWS E IMPRESSÕES). O TOTAL DE IMPACTOS REPRESENTA A SOMA DAS VISUALIZAÇÕES E IMPRESSÕES ESTIMADAS NO PROJETO;
- CONSIDERAMOS APENAS UMA MÉTRICA POR ATIVAÇÃO: PARA VÍDEO CONSIDERAMOS VIEWS; PARA FOTOS/IMAGENS CONSIDERAMOS IMPRESSÕES. ESSA DEFINIÇÃO DEPENDE DA ESTRATÉGIA DO PROJETO E NÃO HÁ SOBREPOSIÇÃO;
- CASO O ANUNCIANTE DESEJE RECEBER DADOS DE AUDIÊNCIA ABERTOS, ISSO DEVERÁ SER NEGOCIADO PREVIAMENTE E OS KPIS INFORMADOS ANTES DO FECHAMENTO. DESSA FORMA, AVALIAREMOS A MELHOR MANEIRA DE COMPARTILHAR OS RESULTADOS APÓS O ENCERRAMENTO DAS ENTREGAS.
- O CLIENTE PODERÁ COMPARTILHAR OS CONTEÚDOS PUBLICADOS APENAS A PARTIR DE RECURSOS OFICIAIS DAS PLATAFORMAS (COMO RETWEETS, REPOST DE STORIES E COMPARTILHAMENTOS NO FACEBOOK) E SEM IMPULSIONAMENTO. EM PROJETOS COM TALENTOS GLOBO, CONFIRMAR PREVIAMENTE SE HÁ LIBERAÇÃO DO DIREITO DE USO DE IMAGEM DOS ARTISTAS PARA O COMPARTILHAMENTO;
- NÃO É PERMITIDO BAIXAR O CONTEÚDO E PUBLICAR DE FORMA NATIVA. CASO O CLIENTE TENHA INTERESSE EM MATERIAIS PARA AS REDES DA MARCA, PODERÁ SOLICITAR UM ORÇAMENTO PARA LICENCIAMENTO DE CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS;
- EVENTUAIS CUSTOS EXTRAS PARA ATENDER PEDIDOS DO CLIENTE QUE NÃO TENHAM SIDO PREVISTOS NO PLANEJAMENTO, OU QUALQUER MUDANÇA DE PRODUÇÃO APÓS A VENDA DA PROPOSTA, SERÃO COBRADOS VIA AP DE PRODUÇÃO DO CLIENTE (EX: LOCAÇÃO, FIGURINO ESPECÍFICO, ALTERAÇÃO DE TALENTO, CENOGRAFIA, QUANTIDADE DE PEÇAS);
- A MARCA É RESPONSÁVEL PELO ENVIO DE PRODUTOS E ACESSÓRIOS USADOS NAS AÇÕES COM PRODUCT PLACEMENT;
- O INÍCIO DA PRÉ-PRODUÇÃO DO PROJETO FECHADO SE DÁ A PARTIR DO RECEBIMENTO DO DOCUMENTO DE BRIEFING PREENCHIDO ADEQUADAMENTE PELO CLIENTE. O PRAZO DE DESENVOLVIMENTO DEVE SER CONFIRMADO COM A PRODUÇÃO;
- O NÃO CUMPRIMENTO DOS PRAZOS ESTABELECIDOS PARA O CLIENTE DENTRO DO CRONOGRAMA DE PRODUÇÃO, PODERÁ INVIALIBILIZAR A DATA FINAL DE ENTREGA/PUBLICAÇÃO;
- A PREVISÃO DE ENVIO DO RELATÓRIO DE PÓS VENDA É DE 7 DIAS* ÚTEIS APÓS A FINALIZAÇÃO DE TODAS AS POSTAGENS DO PROJETO. O CLIENTE PODERÁ ACOMPANHAR OS RESULTADOS PARCIAIS NO DASHBOARD COMPARTILHADO PELO TIME DE ENTREGAS VIU; *DESDE QUE OS CREATORS ENVIEM OS DADOS DENTRO DO PRAZO ESTABELECIDO

PARA PROPOSTAS COM CREATORS:

- OS NOMES DOS CREATORS CONTIDOS NA PROPOSTA SÃO REFERÊNCIA DE PERFIL E PERFORMANCE. A DEFINIÇÃO ACONTECE APÓS A VENDA;
- A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS REDES DOS CREATORS É REALIZADA PELOS PRÓPRIOS, COM DIRECIONAMENTO DA VIU;
- O CACHÊ DOS CREATORS NÃO CONTEMPLA EXCLUSIVIDADE, A MENOS QUE ISSO ESTEJA ESPECIFICADO NO ENVIO DA PROPOSTA;
- CASO HAJA EXCLUSIVIDADE, ELA ABRANGE UM ÚNICO SEGMENTO DE MERCADO. PARA INCLUIR MAIS SEGMENTOS, FICA SUJEITA A DISPONIBILIDADE DO CREATOR, E PASSÍVEL DE ALTERAÇÃO DE CACHÊ
- CASTING E CREATORS SERÃO CONSULTADOS CASO A CASO APÓS FECHAMENTO PARA GARANTIRMOS QUE NÃO EXISTAM IMPEDITIVOS DELES COM A MARCA E ESTÃO SUJEITOS A DISPONIBILIDADE E AOS REQUISITOS DE CONTRATAÇÃO DO GRUPO GLOBO;



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS VIU

PARA PROPOSTAS COM TALENTOS GLOBO:

- TALENTOS QUE ESTEJAM EM GRAVAÇÃO DE DRAMATURGIA (NOVELAS, SÉRIES ETC), NÃO PARTICIPAM DE PROJETO COM DIÁRIA DE GRAVAÇÃO. CASO SEJA UMA PREMISSE DO CLIENTE, IREMOS VERIFICAR A POSSIBILIDADE DE EXCEÇÃO;
- A PRODUÇÃO E CAPTAÇÃO DE CONTEÚDO COM TALENTOS PARA OS PERFIS GLOBO, É DE RESPONSABILIDADE VIU;
- O TALENTO DEVERÁ SER CONSULTADO PREVIAMENTE, APÓS O FECHAMENTO DO PROJETO PARA CHECAGEM DE DISPONIBILIDADE E AUSÊNCIA DE BLOQUEIO NO SEGMENTO. CASO O TALENTO SUGERIDO NÃO POSSA SEGUIR COM A DEMANDA, SERÃO INDICADOS OUTROS TALENTOS OU CREATORS DISPONÍVEIS PARA A MARCA;

PARA ENTREGA EM SOCIAL INTEGRADAS À AÇÕES NA TV OU DIGITAL GLOBO

- CASO OCORRAM ALTERAÇÕES NA QUANTIDADE DE ENTREGA DE TV OU DIGITAL, AS ATIVAÇÕES DE DESDOBRAMENTO EM SOCIAL PRECISARÃO SER REVISADAS;
- AS ATIVAÇÕES DE AÇÕES INTEGRADAS COM O LINEAR SÃO DEFINIDAS LEVANDO EM CONSIDERAÇÃO A ESTRATÉGIA DOS PERFIS GLOBO. O CONTEÚDO NÃO É PRÉ APROVADO PELO CLIENTE;



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS VIU

OBSERVAÇÕES COTA PATROCINIO:

PERÍODO MÍNIMO DE 10 DIAS ÚTEIS PARA PRÉ-PRODUÇÃO DO PROJETO. A ETAPA DE PRÉ-PRODUÇÃO COMEÇA A CONTAR A PARTIR DA DEFINIÇÃO DOS CREATORS/TALENTOS COM APROVAÇÃO DA MARCA, APÓS O ENVIO DO BRIEFING PREENCHIDO ADEQUADAMENTE PELO CLIENTE.

O(S) CACHÊ(S) DOS CREATORS/TALENTO(S) SUGERIDOS NO PLANO FORAM ESTIMADOS E ESTÃO CONSIDERADOS NO VALOR TOTAL DA PROPOSTA. SERÃO VALIDADOS APÓS O FECHAMENTO;
OS TALENTOS GLOBO QUE PARTICIPARÃO DA AÇÃO SERÃO SUGERIDOS POR VIU. CASO O CLIENTE OPTE POR UM TALENTO ESPECÍFICO, O VALOR DO PLANO PODERÁ SOFRER ALTERAÇÃO;
SERÁ NECESSÁRIA A CONSULTA AO TALENTO PARA CHECAGEM DE DISPONIBILIDADE DE AGENDA E AUSÊNCIA DE BLOQUEIO NO SEGMENTO. CASO O TALENTO SUGERIDO NÃO POSSA SEGUIR COM A DEMANDA, SERÃO INDICADOS OUTROS TALENTOS DISPONÍVEIS PARA A MARCA;
OS CREATORS PARTICIPANTES DAS ATIVIDADES NOS ESTÚDIOS GLOBO E NAS FESTAS DE ESTREIA DAS NOVELAS DEVERÃO MORAR NO RIO DE JANEIRO;

OBSERVAÇÕES COTA JUNTOS:

PERÍODO MÍNIMO DE 10 DIAS ÚTEIS PARA PRÉ-PRODUÇÃO DO PROJETO. A ETAPA DE PRÉ-PRODUÇÃO COMEÇA A CONTAR A PARTIR DA DEFINIÇÃO DOS CREATORS/TALENTOS COM APROVAÇÃO DA MARCA, APÓS O ENVIO DO BRIEFING PREENCHIDO ADEQUADAMENTE PELO CLIENTE.

O(S) CACHÊ(S) DOS CREATORS/TALENTO(S) SUGERIDOS NO PLANO FORAM ESTIMADOS E ESTÃO CONSIDERADOS NO VALOR TOTAL DA PROPOSTA. SERÃO VALIDADOS APÓS O FECHAMENTO;
OS TALENTOS GLOBO QUE PARTICIPARÃO DAS AÇÕES SERÃO SUGERIDOS POR VIU. CASO O CLIENTE OPTE POR UM TALENTO ESPECÍFICO, O VALOR DO PLANO PODERÁ SOFRER ALTERAÇÃO;
SERÁ NECESSÁRIA A CONSULTA AOS TALENTOS PARA CHECAGEM DE DISPONIBILIDADE DE AGENDA E AUSÊNCIA DE BLOQUEIO NO SEGMENTO. CASO OS TALENTOS SUGERIDO NÃO POSSAM SEGUIR COM A DEMANDA, SERÃO INDICADOS OUTROS TALENTOS DISPONÍVEIS PARA A MARCA;

OBSERVAÇÕES COTA FINAL:

PERÍODO MÍNIMO DE 10 DIAS ÚTEIS PARA PRÉ-PRODUÇÃO DO PROJETO. A ETAPA DE PRÉ-PRODUÇÃO COMEÇA A CONTAR A PARTIR DA DEFINIÇÃO DOS CREATORS/TALENTOS COM APROVAÇÃO DA MARCA, APÓS O ENVIO DO BRIEFING PREENCHIDO ADEQUADAMENTE PELO CLIENTE.

O(S) CACHÊ(S) DOS CREATORS/TALENTO(S) SUGERIDOS NO PLANO FORAM ESTIMADOS E ESTÃO CONSIDERADOS NO VALOR TOTAL DA PROPOSTA. SERÃO VALIDADOS APÓS O FECHAMENTO;
OS TALENTOS GLOBO QUE PARTICIPARÃO DAS AÇÕES SERÃO SUGERIDOS POR VIU. CASO O CLIENTE OPTE POR UM TALENTO ESPECÍFICO, O VALOR DO PLANO PODERÁ SOFRER ALTERAÇÃO;
SERÁ NECESSÁRIA A CONSULTA AOS TALENTOS PARA CHECAGEM DE DISPONIBILIDADE DE AGENDA E AUSÊNCIA DE BLOQUEIO NO SEGMENTO. CASO OS TALENTOS SUGERIDO NÃO POSSAM SEGUIR COM A DEMANDA, SERÃO INDICADOS OUTROS TALENTOS DISPONÍVEIS PARA A MARCA;

OBSERVAÇÕES COTA VOVÓ:

PERÍODO MÍNIMO DE 10 DIAS ÚTEIS PARA PRÉ-PRODUÇÃO DO PROJETO. A ETAPA DE PRÉ-PRODUÇÃO COMEÇA A CONTAR A PARTIR DA DEFINIÇÃO DOS CREATORS/TALENTOS COM APROVAÇÃO DA MARCA, APÓS O ENVIO DO BRIEFING PREENCHIDO ADEQUADAMENTE PELO CLIENTE.

O(S) CACHÊ(S) DOS CREATORS/TALENTO(S) SUGERIDOS NO PLANO FORAM ESTIMADOS E ESTÃO CONSIDERADOS NO VALOR TOTAL DA PROPOSTA. SERÃO VALIDADOS APÓS O FECHAMENTO;
OS TALENTOS GLOBO QUE PARTICIPARÃO DAS AÇÕES SERÃO SUGERIDOS POR VIU. CASO O CLIENTE OPTE POR UM TALENTO ESPECÍFICO, O VALOR DO PLANO PODERÁ SOFRER ALTERAÇÃO;
SERÁ NECESSÁRIA A CONSULTA AOS TALENTOS PARA CHECAGEM DE DISPONIBILIDADE DE AGENDA E AUSÊNCIA DE BLOQUEIO NO SEGMENTO. CASO OS TALENTOS SUGERIDO NÃO POSSAM SEGUIR COM A DEMANDA, SERÃO INDICADOS OUTROS TALENTOS DISPONÍVEIS PARA A MARCA;



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS LICENCIAMENTO

Proposta licenciamento de campanha:

- O licenciamento é das marcas NOVELA FUZUÊ, NOVELA A VOVÓ SUMIU E CONTA COMIGO, para uso na comunicação do patrocinador/cotista..
- A licença é válida para território brasileiro, não pode fazer alusão aos programas em outros países.
- O licenciamento é válido no período descrito no slide de cada.
- Estes parâmetros de licenciamento foram desenvolvidos especialmente para este projeto, qualquer outra associação deve ser reconsultada.
- Essa proposta não pode ser comprada de forma avulsa, ela é complementar ao projeto de conteúdo já previamente desenhado.
- Após o término do Licenciamento, todos os materiais ativos nas plataformas descritas nos slides de cada cota deverão ser excluídos/ deletadas.

Premissas gerais de uso:

- Todas as peças de comunicação produzidas devem utilizar os ATIVOS da Novela em questão, de modo a qualificar, trazer atributos e caracterizar o produto da marca e não poderão impactar na dinâmica das novelas ou personagens.
- Ao utilizar dos elementos gráficos da novela como marca, ícones, fundos ou elementos gráficos, sempre incluir o copyright ©Globo-Novela Fuzuê. ©Globo-Novela A Vovó Sumiu e ©Globo-Novela Conta Comigo.
- O anunciante não pode alterar nenhum ATIVO entregue.
- A produção de peças de comunicação é de responsabilidade do anunciante/agência.
- Esta proposta não inclui licenciamento de produto e nem comunicação de dizer “produto oficial do programa”.
- A marca fica responsável por seguir todas as regulamentações de cada meio/plataforma para ativação, com seus respectivos disclaimers, não ficando nenhuma responsabilidade jurídica pelo lado da Globo.
- Caso o anunciante sofra retaliação ou for atacada pelo público nas redes sociais, pode se posicionar como marca, mas sem nenhuma relação direta ou indireta com o ativo.
- O anunciante não pode fazer associação com ativos do Grupo Globo que não sejam das novelas em questão. Isso inclui a logomarca da Globo, citação da Globo e se posicionar em qualquer assunto envolvendo a Globo.
- O anunciante não pode tirar prints/fotos de qualquer ecossistema envolvendo imagens da novela e/ou de apresentadores, atores ou atrizes e postar em suas redes sociais ou qualquer outro meio.
- O anunciante não pode filmar/captar a novela por meio do celular ou qualquer outra tecnologia o sinal da TV ABERTA E GLOBOPLAY para postar nas redes trechos/ fotos estáticas do programa.
- O licenciamento não prevê Direitos Musicais. Fica, portanto, proibido replicar músicas, bem como filmar e reproduzir momentos que tocam músicas.
- O direito de licença adquirido é exclusivo ao cliente, não pode ser repassado a outros anunciantes ou influenciadores.
-

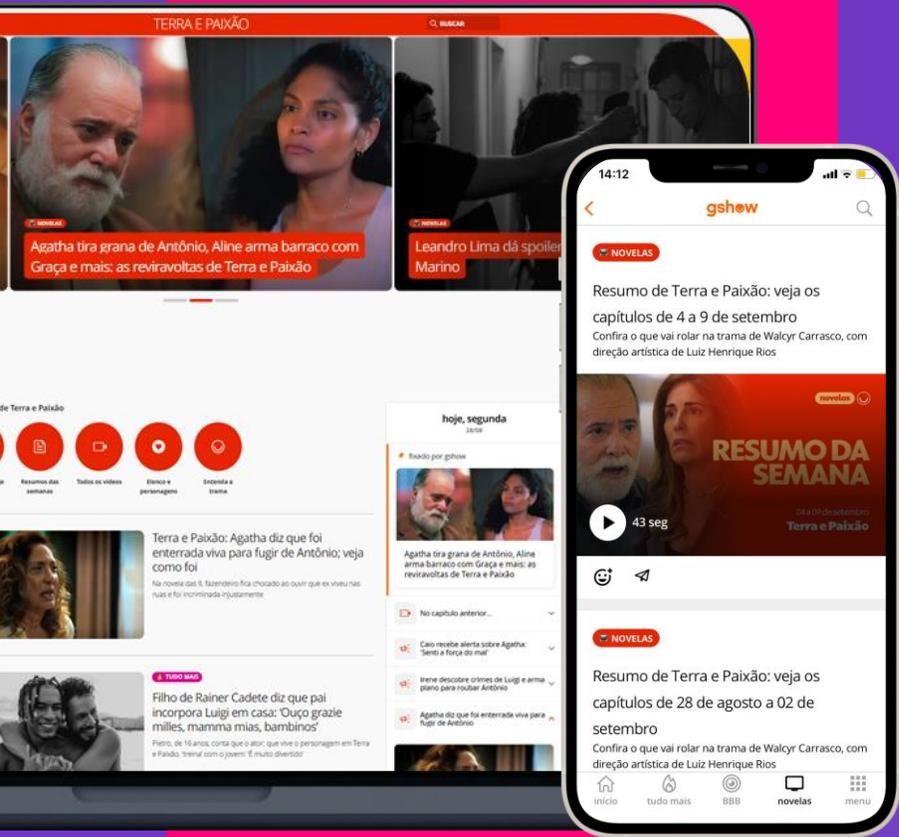
APROVAÇÕES

- devem submeter a aprovação as peças de comunicação finais da campanha antes de irem ao ar.

The background features a series of overlapping, semi-transparent circles in shades of purple and blue. On the left side, there is a prominent graphic consisting of a red circle containing a white camera icon, which is itself centered within a larger purple circle.

Anexos

FORMATOS DIGITAIS



NO GSHOW, A ASSOCIAÇÃO COM A MARCA COMEÇA ANTES MESMO DA NOVELA COMEÇAR!

Quer ficar por dentro de tudo que rolou na novela? O Gshow é o lugar perfeito!

A marca estará presente na 2º maior editoria do Gshow. Patrocinando conteúdos exclusivos antes do início da novela, resumo semanais, spoiler dos próximos capítulos e acesso aos bastidores.

São conteúdo diários e o patrocinador estará presente em todas as páginas relacionadas à novela III.



CONTINUA NO PRIMEIRO CAPÍTULO NO GLOBOPLAY COM A PRIMEIRÍSSIMA

Através de um pré-roll (até 180" com skip) clicável, o anunciante terá o primeiro impacto do dia de cada usuário no Simulcast Globoplay **em dias estratégicos em que temos maior audiência.**

O anunciante terá presença garantida em dias de **lançamento da novela e último capítulo** impactando o usuário, reforçando sua associação e presença em dias estratégicos.

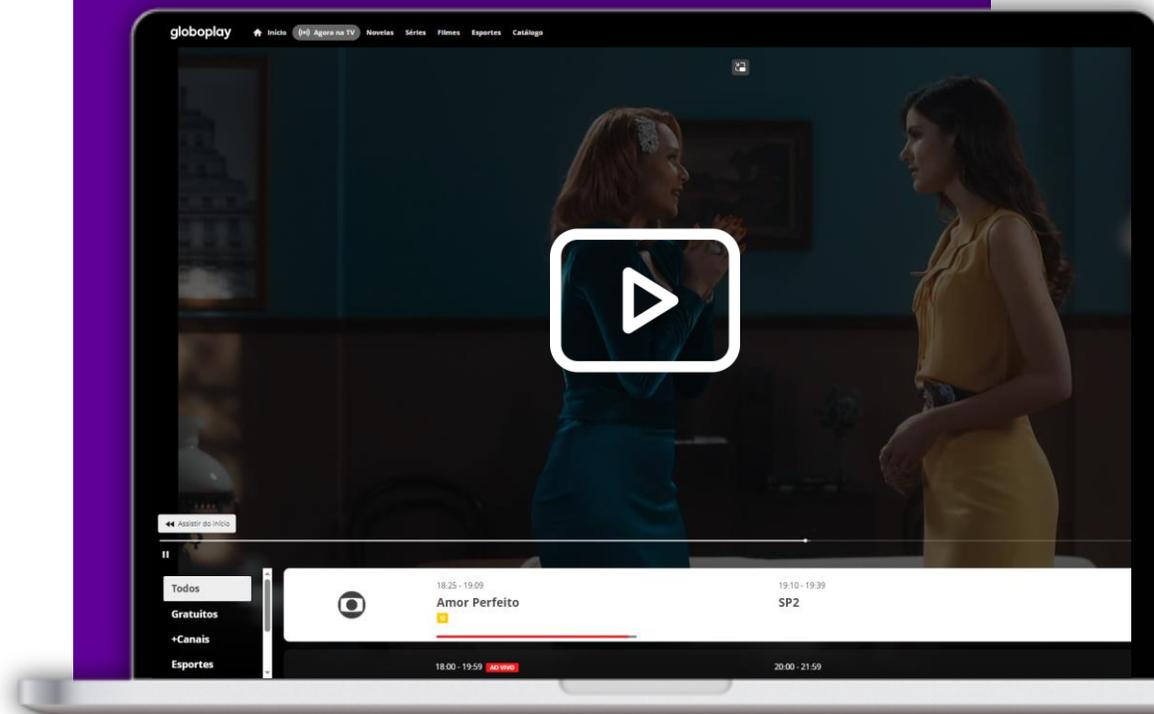


IMAGEM ILUSTRATIVA



SE ESTENDE NA **GLOBO.COM**

FRANJA GSHOW

A **Franja Gshow** é um campo especial da home de Globo.com só de conteúdos do Gshow e que durante a semana de lançamento e de capítulos finais ficará ativa com conteúdos da Novela III. A marca garante placement de logo no componente se atrelando ao conteúdo na globo.com na primeira e na última semana da novela.

62% DAS SESSÕES VISUALIZAM O COMPONENTE



Franja Gshow



DESKTOP

MOBILE

TODAS AS POSIÇÕES

E TERMINA NA PÁGINA TODA DO GSHOW

HOME DAY GSHOW

O espaço será exclusivo para a marca nos primeiros capítulos da novela* nas 13 posições da home no Desktop e no Mobile.

Possibilidade de entregas criativas e contextualizadas em cada posição, aproximando o usuário com a mídia.

*escolha da data mediante a ordem de compra.

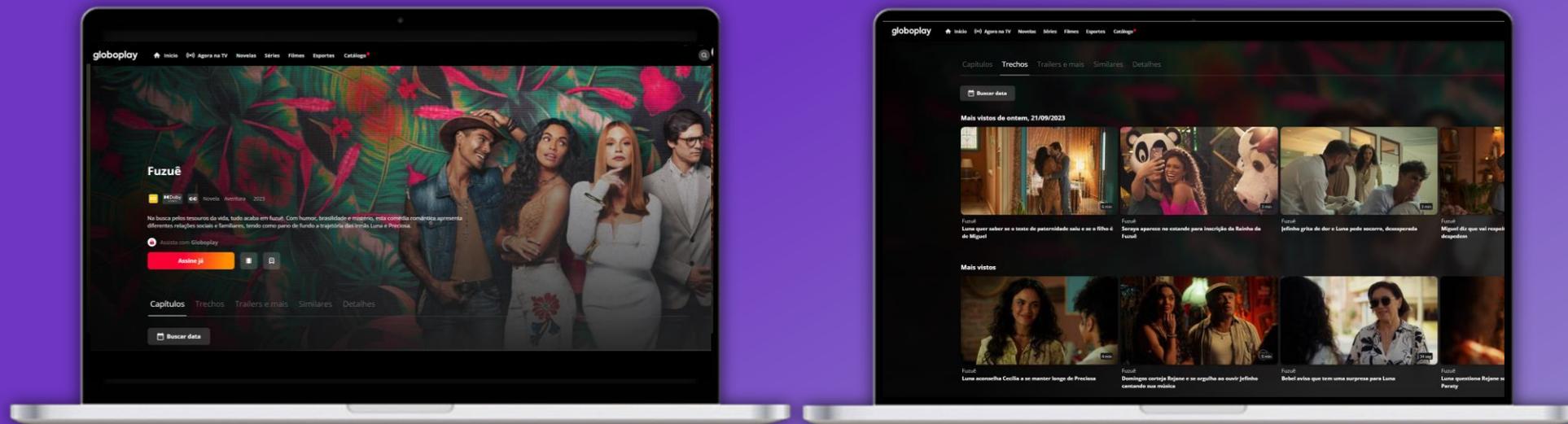




O PATROCÍNIO DA NOVELA TRANSBORDA PARA O GLOBOPLAY

Em todo capítulo da novela, após ir ao ar na TV GLOBO, **os trechos das principais cenas e dos momentos mais importantes** estarão no Globoplay, aberto para não assinantes.

Durante **todo o período** do patrocínio, o anunciante estará presente no **trechos da Novela II** no formato de pré-roll.



Página no Globoplay de Fuzuê.

*Por conta do BBB, não será possível incluir esse formato na estreia de Renascer, apenas no último capítulo de Terra e Paixão e Renascer e no primeiro de Mania de Você.





E A MARCA IRÁ PROMOVER UMA **MARATONA EXCLUSIVA**

Ampliando ainda mais o contato da marca com as novelas, ela irá oferecer uma maratona dos **06 primeiros capítulos por 07 dias** para logados free, patrocinada pelo anunciante e com o **pré-roll da campanha** durante o período.

Além disso, a presença do patrocinador estará destacada na home do Globoplay por meio de um **trilho patrocinado**, e contará com uma estratégia de divulgação também no digital.



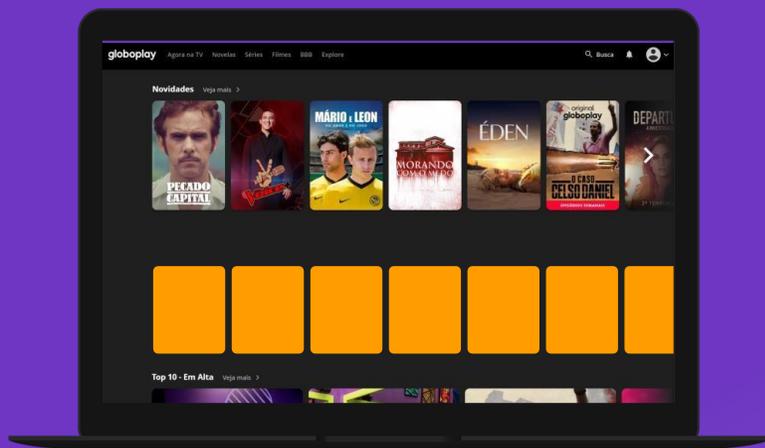
*os patrocinadores irão dividir o pré roll e o trilho das maratonas. O primeiro cotista terá prioridade nas estratégias de divulgação.





CONTA TAMBÉM COM A DIVULGAÇÃO NOS FORMATOS DO GLOBOPLAY

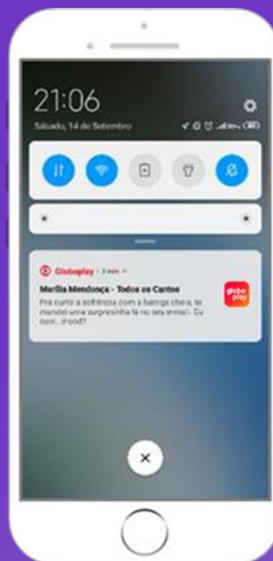
Para reforçar a divulgação e a presença da marca dentro do patrocínio, vamos criar uma jornada completa com formatos que impactam os usuários da plataforma e do universo globo.



PRÉ-ROLL NO ROS GLOBOPLAY

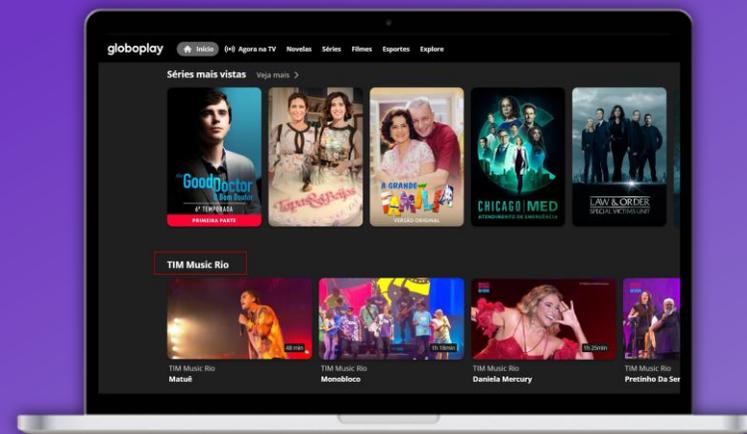
Pre-roll de divulgação de até 30" em conteúdos liberados chamando para maratona (com skip)

Página no Globoplay de Fuzuê.



PUSH NOTIFICATION

Assinatura da marca em push no app Globoplay



TRILHO PATROCINADO

Trilho patrocinado fica na home do Globoplay dando mais destaque à maratona e fazer uma associação do anunciante com o conteúdo.

*Por conta do BBB, não será possível incluir esse formato na estreia de Renascer, apenas no último capítulo de Terra e Paixão e Renascer e no primeiro de Mania de Você.





BASTIDORES NO GLOBOPLAY

Conteúdo de bastidores, entrevista com o autor e diretor das novas novelas, além dos atores trazendo curiosidades sobre a história e o que vem por aí.

Esse conteúdo estará no ar na **semana que estreia a novela** em um trilho especial na home do Globoplay. Além de ter um pré-roll* dando destaque para o anunciante dentro do conteúdo, **a marca contará com mídia de divulgação.**

* os patrocinadores irão dividir o pré roll e o trilho do promo day. O primeiro cotista terá prioridade nas estratégias de divulgação.





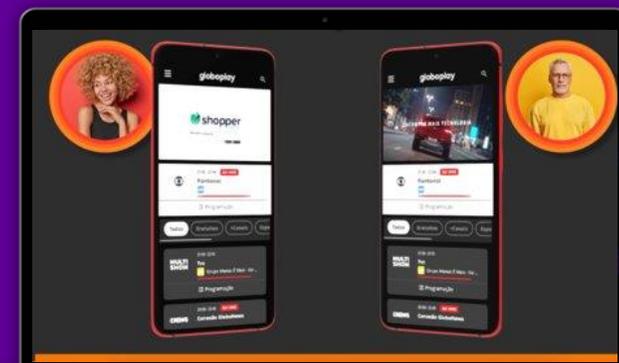
DESTACAMOS A ASSOCIAÇÃO COM A NOVELA NOS **FORMATOS PREMIUM** **DO GLOBOPLAY**

DAI PATROCÍNIO

Formato premium que impacta diferentes usuários que estão assistindo a um mesmo conteúdo da programação ao vivo do Globoplay com criativos diferentes e segmentados. Visando **contextualizar** a campanha do anunciante no patrocínio adquirido e garantindo mais **assertividade**, **30% da mídia de DAI** do patrocinador será com entrega garantida na **faixa horária de Novela III**.

PAUSE ADS

O formato não intrusivo em que o anúncio só aparece quando o conteúdo é pausado, sem interromper a experiência do usuário. Gerando contextualização e garantindo mais assertividade, a marca terá a entrega do Pause Ads segmentada e customizada pelo target e interesses do anunciante, além da entrega garantida em Novela I.



*Não é permitido desconto comercial na entrega de DAI.





UM QUADRO EXCLUSIVO DE CONTEÚDO PATROCINADO

A marca terá um quadro exclusivo* no Gshow e no Receitas trazendo o dia a dia, segredos e dicas do elenco da novela.

Para esse conteúdo, planejamos criar 05 vídeos exclusivos para cada canal, com a intenção de criar uma conexão entre o conteúdo do Gshow e o focado em gastronomia no Receitas.

SUGESTÃO DE CONTEÚDOS:

Um dia de gravação com ator/atriz do elenco

Bastidores da cena do conteúdo da marca

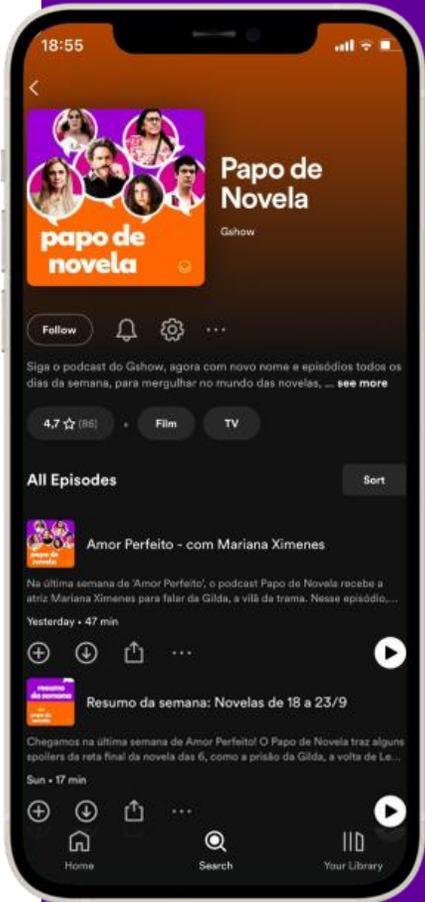
Talento compartilha sua rotina de alimentação

Receitas relacionadas a novela

Elenco traz receitas com os produtos da marca

*conteúdos sugeridos e será definido junto com o briefing da marca.





PATROCÍNIO: PODCAST PAPO DE NOVELA

O podcast complementa a entrega da marca dentro do território por ser um formato que promove praticidade e alcança o consumidor em diversos momentos do dia que outras mídias não conseguem.

O Papo de Novela é para quem quer mergulhar no mundo das novelas, conferir entrevistas exclusivas com atores e atrizes, além de ficar por dentro de bastidores e curiosidades de sucessos da dramaturgia.

A marca estará presente dentro do novo podcast através dos **seguintes formatos**:

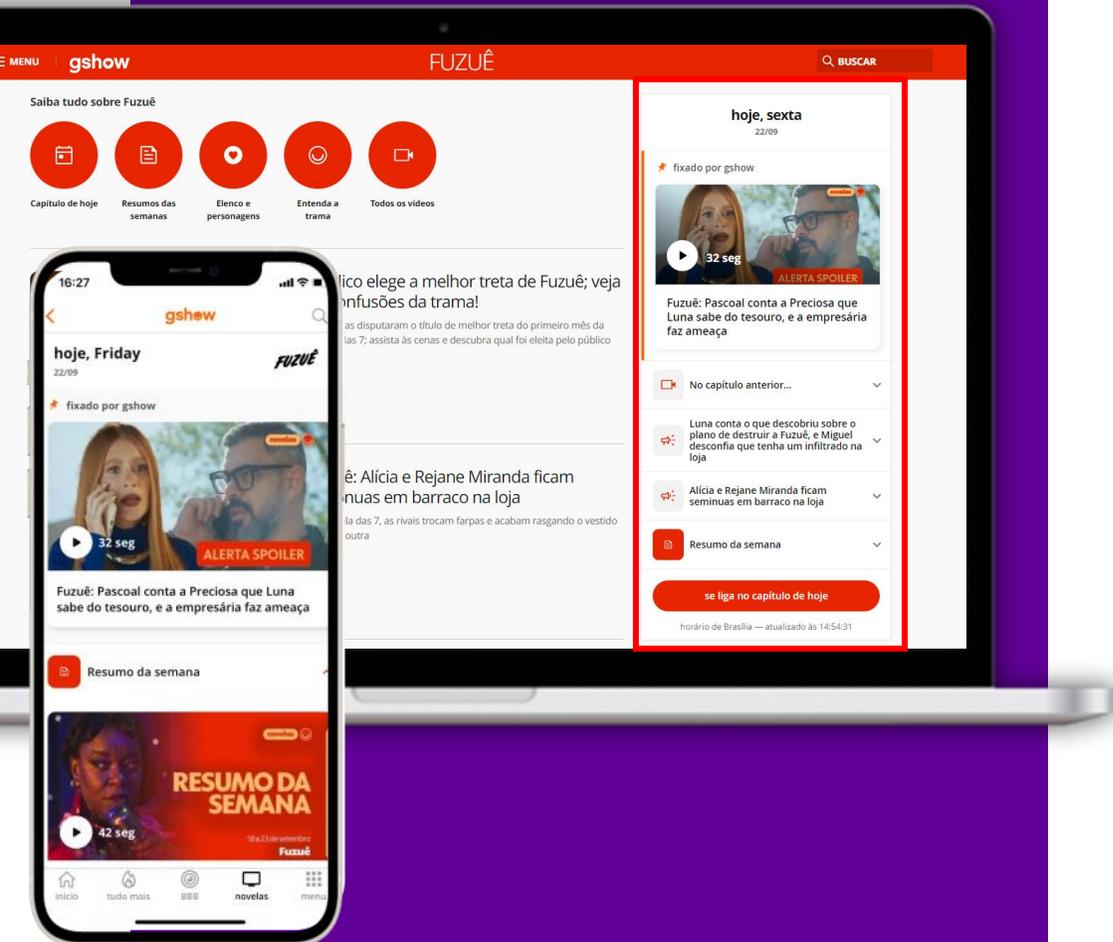
Pre-roll

Mid-roll

Oferecimento

Merchan de 60"

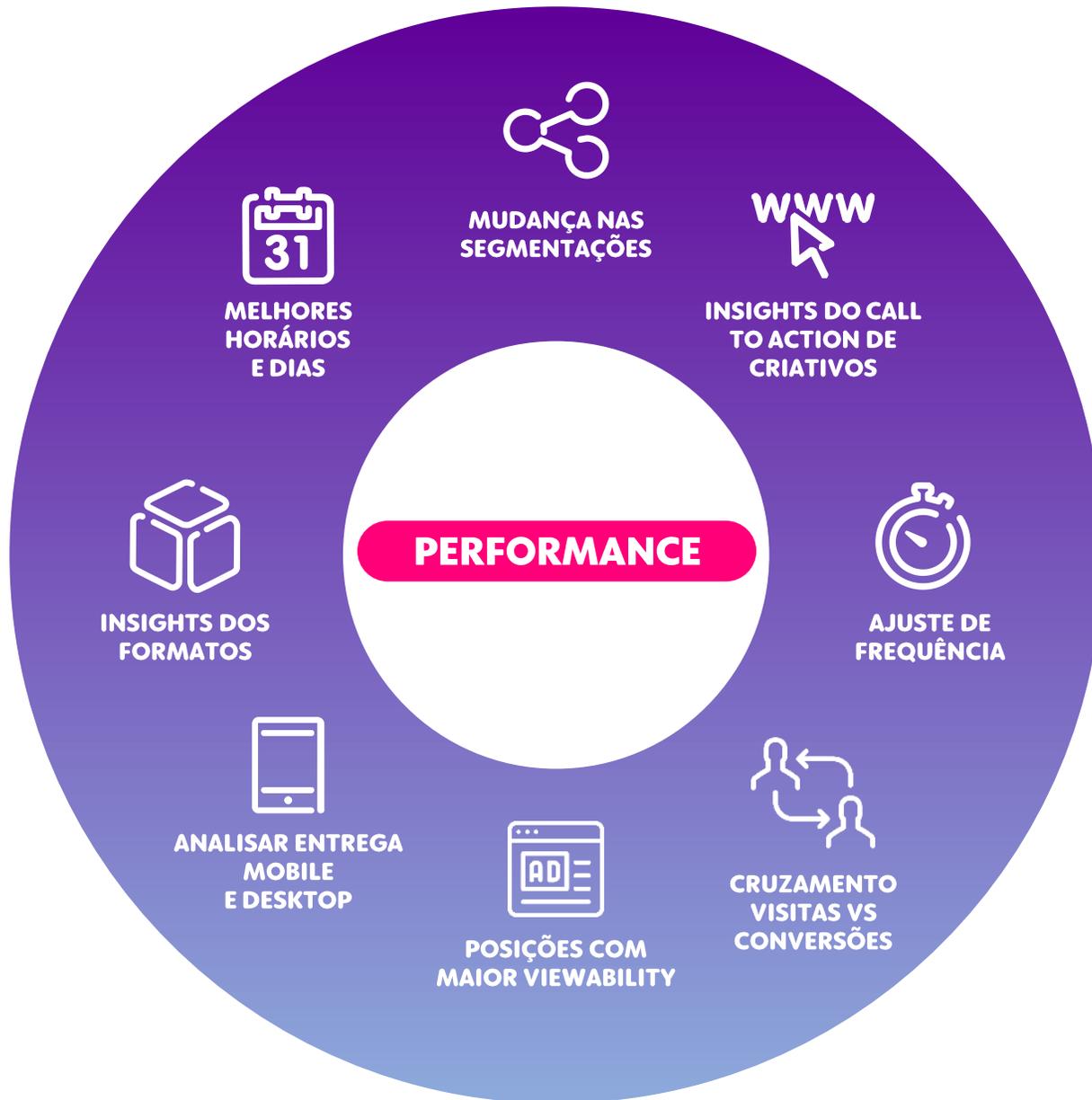
Episódio Temático



ACOMPANHANDO O “RESUMO DA SEMANA”

Acompanhando o “Resumo da Semana” nos breaks da TV, além da marca estar presente em todos os formatos da editoria, ela terá destaque todas as segundas-feiras na programação do Gshow por meio do formato *Agenda*.

A *Agenda* fica na home de Novela II e traz todos os detalhes do que vem por aí. A marca estará atrelada com o logo do anunciante.



MÍDIA INTELIGENTE **SEGMENTADA PARA O TERRITÓRIO DA MARCA**

O KPI do cliente como principal objetivo, focando no territórios da marca durante todo o período do patrocínio.

Seja em vídeo ou display, o anunciante estará presente em todas as plataformas Globo, de acordo com a sua estratégia.



SIMULCAST

globoplay

Formatos* dos planos de patrocínio e cotas extras serão exibidos no globoplay ao vivo, trazendo ainda mais relevância para o anunciante.

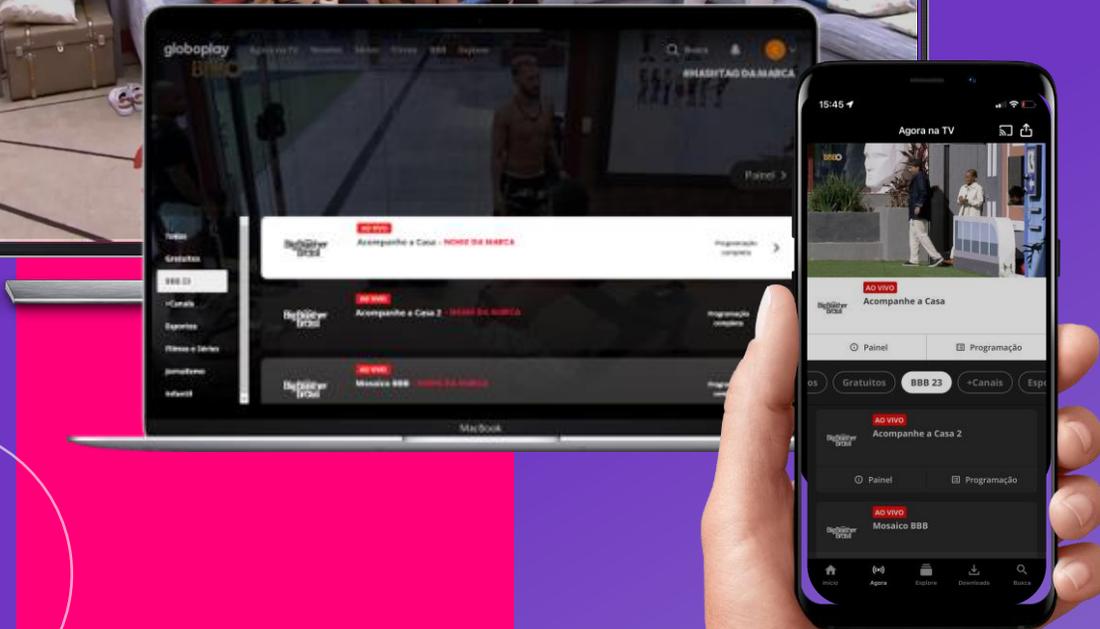
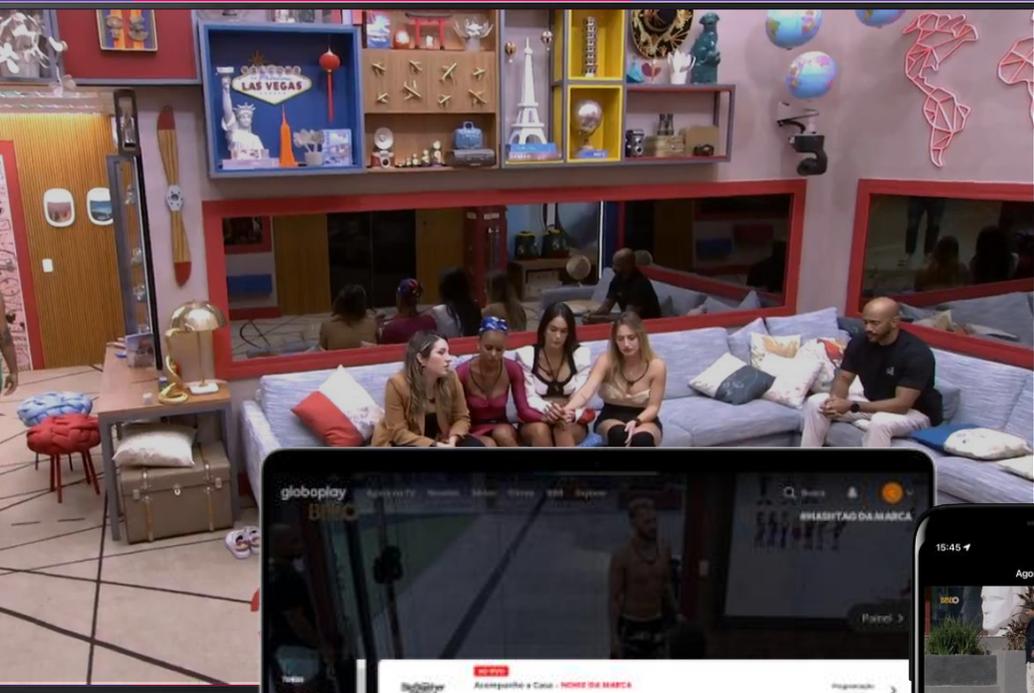
+ AUDIÊNCIA COMPLEMENTAR

+ ALCANCE MULTIPLATAFORMA

+ EXPOSIÇÃO e FREQUÊNCIA

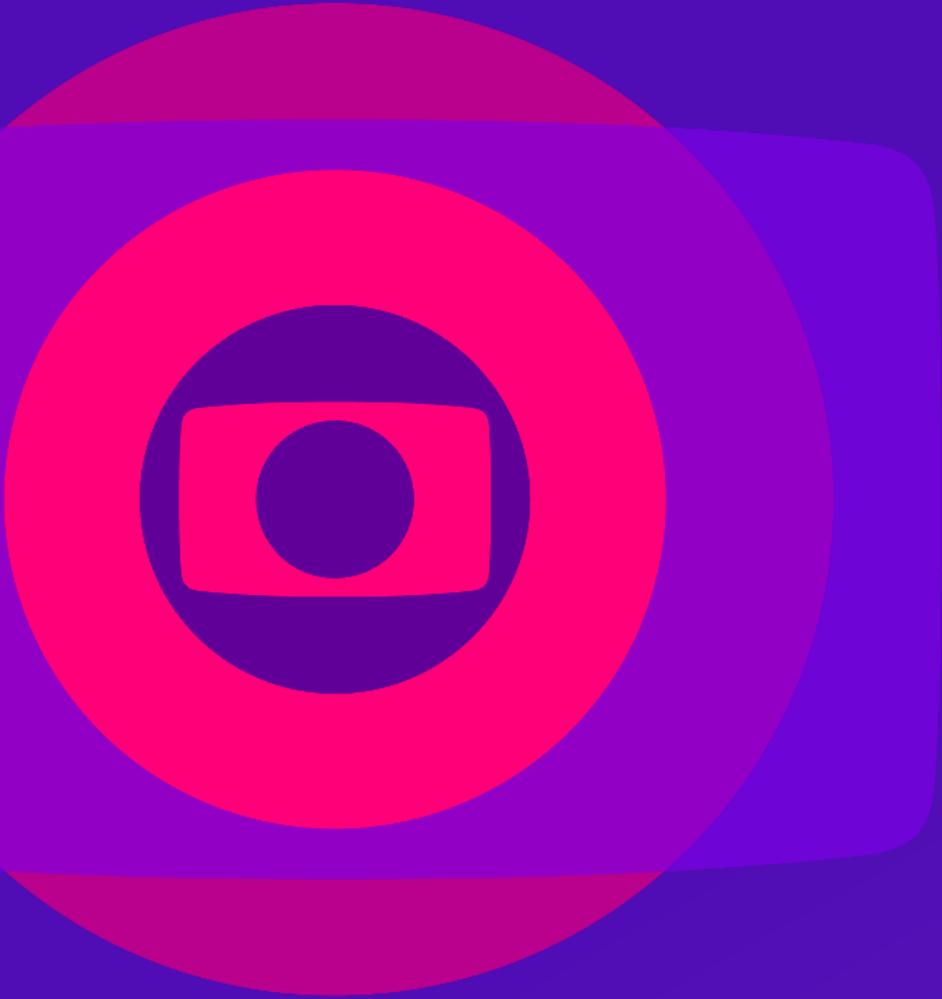
+ PRESENÇA EM TODOS OS PONTOS DE CONTATO COM CONSUMIDOR

+ CAMPANHA INTEGRADA A OUTROS FORMATOS



*Checar os formatos que são exibidos no simulcast no detalhamento do plano comercial.





Anexos
FORMATOS
REDES SOCIAIS



SOCIAL GLOBO

OS ASSETS DA SUA MARCA
NOS PERFIS GLOBO



Exemplo recorte da
ação de conteúdo



amazon prime

Recortes @TVGlobo

Tenha sua ação de conteúdo reverberada nas redes sociais durante a cobertura em tempo real da programação pelos perfis da TV Globo! Na legenda, mencionamos a marca patrocinadora e estimulamos a interação da audiência com comentários sobre a cena.

Benefícios:

- Essencial para estratégia multiplataforma;
- Calda longa à ação de conteúdo;
- Rentabilidade;
- Amplo alcance;
- Foco nos KPIs de impacto e impressões;
- Apropriação direta dos ativos Globo



SOCIAL GLOBO + CREATORS



Exemplo Bastidores no Gshow

gshow



FANTa

Talentos Globo e creators

Influenciadores serão porta-vozes da sua marca em conteúdos customizados nos perfis da Globo nas redes sociais. Podemos contar histórias contextualizadas com as novelas usando o elenco e influenciadores como forma de repercutir a associação da marca com a novela.

Benefícios:

- Aproximação com a audiência;
- Ampliação da narrativa em social com união dos perfis Globo + creators;
- Nos perfis dos creators, foco em cliques no link do cliente;
- Foco nos KPIs de impacto e impressões;
- Apropriação direta dos ativos Globo



Conteúdo com talento:
Travessia x Vivo



Vou de Tati:
Amor Perfeito x L'Oreal



Conteúdo com talento:
Travessia x Eudora

SOCIAL GLOBO + CREATORS

Sugestões criativas:

- Take over dos influenciadores na pré-estreia das novelas em @gshow e @tvglobo;
- Vou de Tati no Gshow (Tati machado + elenco da novela) no @gshow;
- Tour dos creators pelas Cidades Cenográficas no @gshow;
- Bastidores da ação no @gshow;
- Minha cena favorita (elenco da novela) na @tvglobo;
- Transição de personagem na @tvglobo;
- Comentando comentários na @tvglobo

SOCIAL BOOST

OS ESPECIAIS PUBLICITÁRIOS DA FAMÍLIA G
ALAVANCADOS NOS PERFIS GLOBO



gshow



vivo

Trechos, posts links e Maratona Globoplay

As matérias e os vídeos customizados do Gshow promovidos pelo patrocinador também serão divulgadas nas redes sociais. Contamos com posts links e recortes dos melhores momentos dos vídeos disponíveis no portal.

Também temos influenciadores divulgando a Maratona Globoplay promovida pelo patrocinador.

Benefícios:

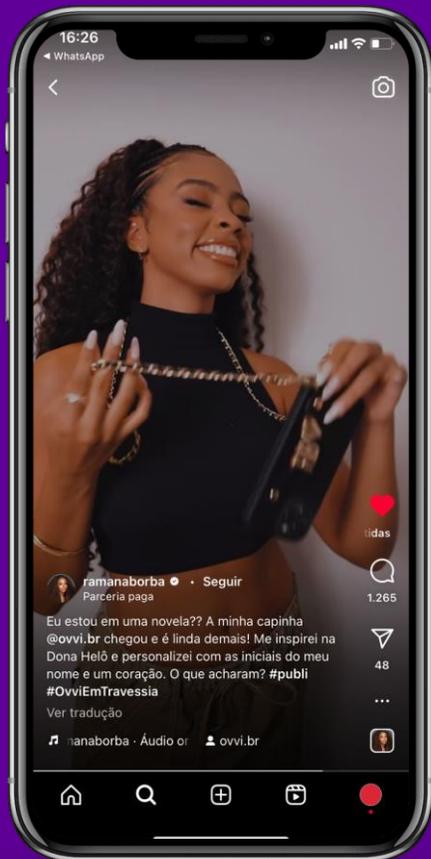
- Conversão da audiência para o conteúdo pago no site;
- Inclui estimativas e garantia de resultados;
- Calda longa ao conteúdo

Gshow + Vivo



SOCIAL BUZZ

FORÇA DA AUDIÊNCIA DOS INFLUENCERS UNIDA À SUA MARCA E ATIVOS GLOBO



Ramana Borba em Travessia



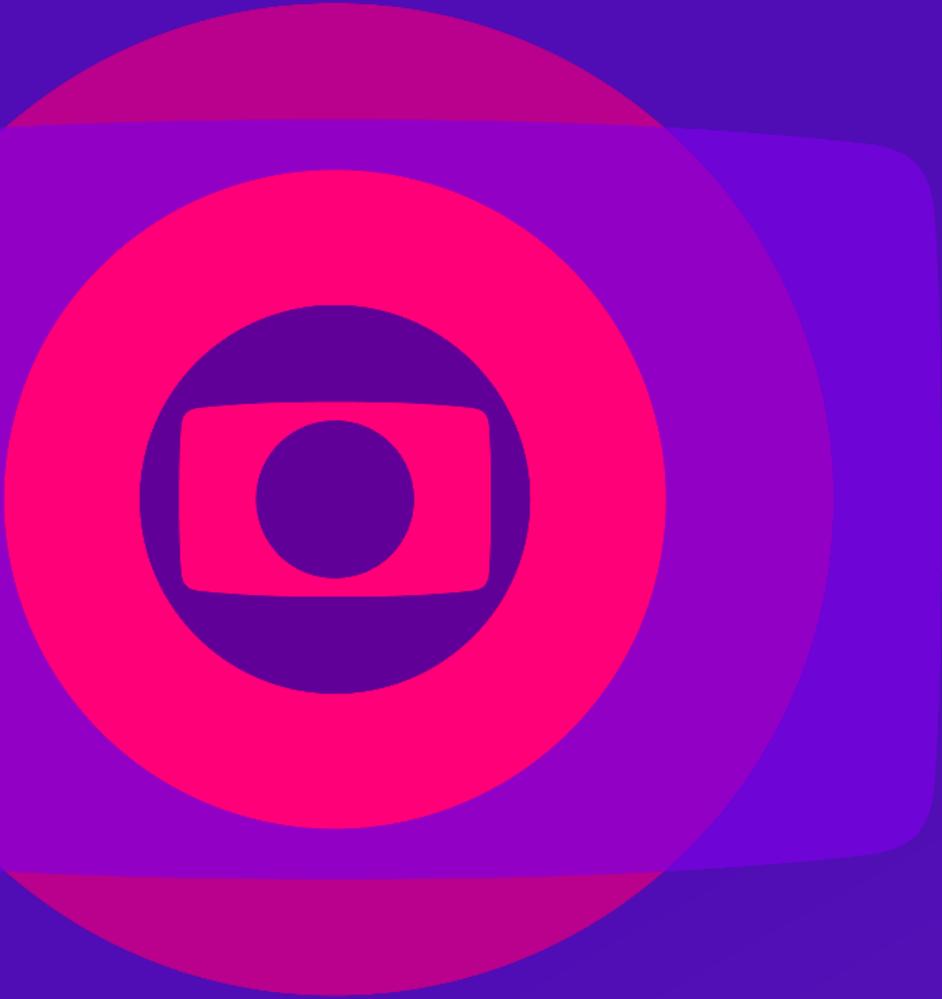
vivo

Combo buzz com influenciadores

Sua marca vai contar com a força da audiência de influenciadores unida aos ativos Globo para promover uma mensagem atrelada às novelas. Vamos contar histórias envolvendo personagens e acontecimentos da trama. Escopo independente ou atrelado a outros produtos.

Benefícios:

- Curadoria do influenciador a partir do briefing da marca e necessidades do cliente, podendo ser nomes regionais;
- Liberação dos ativos Globo;
- Maior alcance

A stylized camera icon composed of concentric circles and a central lens-like shape, rendered in shades of red and purple. It is positioned on the left side of the slide.

Anexos **CONTEÚDOS EXTRAS**



FRIDA



Arlette Salles

CATARINA



Arlette Salles



Renato Goes



Voltar



SEGMENTOS



Propósito Social



Pets



Moda e beleza

OPORTUNIDADES

VÊNUS – PROPÓSITO SOCIAL/DIVERSIDADE

Competente, Vênus foi a única neta que herdou de Frida (a vovó sumida) o gosto pelo trabalho. Trabalhou em organizações sociais e criou a Fundação Todos Humanos, que ajuda jovens em situação de vulnerabilidade a se inserirem no mercado. Marcas com propósito social e ações de fomento à inclusão e diversidade podem apoiar a fundação de Vênus através de oficinas, cursos e outros incentivos.

ANDRÔMEDA – BELEZA, MODA, SERVIÇOS E PET

Consumo é com ela mesma! Criada como princesa, Andrômeda é a neta supervaidosa de Frida. A gata só quer saber de comprar e lacrar nas redes sociais – um prato cheio para os seguimentos de beleza, moda e serviços (telefonia/apps), já que ela quer ser cantora e tenta ser influencer para seus milhares de seguidores. Sem contar com o universo Pet, pois Andrômeda é apaixonada por animais. Sua cachorrinha, Britney, é tratada como se fosse gente: faz massagem, tratamentos dermatológicos, acupuntura, shiatsu e tem até mapa astral!



Voltar



SEGMENTOS



Esportes



Música

OPORTUNIDADES

PLUTÃO – ESPORTES

O território de Esporte ganhará espaço com este atleta que sonha em ser campeão brasileiro de Skate. Gente boa, bonito e simpático, Plutão foi incentivado pela avó Frida a se dedicar aos esportes. Independente, ele faz bicos como professor para pagar treinadores e participar de competições. Além do consumo de produtos esportivos pelo personagem, que tal alguma marca patrociná-lo em sua jornada?

A MANCINI MUSIC – MÚSICA E SERVIÇOS

Frida e o marido trabalharam duro e a pequena empresa se transformou numa grande companhia internacional de música, a Mancini Music, com sede em Miami. Comandada por Hans, sobrinho de Frida, a gravadora pode explorar o território de música por meios de plataformas musicais de streaming e outros serviços.



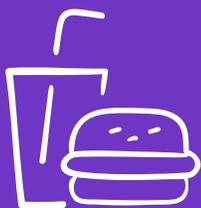
Voltar



SEGMENTOS



Casa e Decoração



Alimento e bebidas

OPORTUNIDADES

O CASARÃO DOS NETOS – CASA/CONSTRUÇÃO/DECORAÇÃO E BENS DE CONSUMO

Em dado momento da trama, os cinco netos de Frida recebem um testamento deixado pela avó. E nele há uma missão: abandonar suas casas, entregar seus carros e passar a morar, juntos, em um casarão caindo aos pedaços da Zona Leste de SP! Vênus, Andrômeda, Júpiter, Plutão e Electra logo percebem que precisam reformar o lugar e conseguem a ajuda de Chicão, o melhor mestre de obras da vizinhança. De materiais de construção a eletrodomésticos, passando pela decoração, diversas marcas do universo CASA vão poder participar da transformação da nova morada dos irmãos.

A GALERIA MANCINI – BEBIDAS/ALIMENTOS

A missão dos cinco netos de Frida não para por aí! Outro local que eles deverão revitalizar é a Galeria Mancini – uma antiga galeria comercial que Frida e o falecido marido usavam no passado para promover talentos, receber convidados e fechar negócios. Ou seja, o “berço” da gravadora Mancini Music. Na reforma, os irmãos constroem uma cafeteria, um restaurante descolado e um barzinho/balada flashback com karaokê e música ao vivo. Cenários perfeitos para os territórios de bebidas e alimentos! A inauguração da nova galeria é um sucesso e o lugar lota diariamente.



COMERCIAL NO IP NA ÚLTIMA SEMANA DA **NOVELA II.**

O comercial no IP entra antes da novela começar, o talento que estará em alguma das ações da marca na novela, pode participar sem caracterização. Ele se prepara para assistir e lembra o público que a última semana está cheia de emoções na novela além de grandes novidades da marca.



[Clique e veja o exemplo.](#)

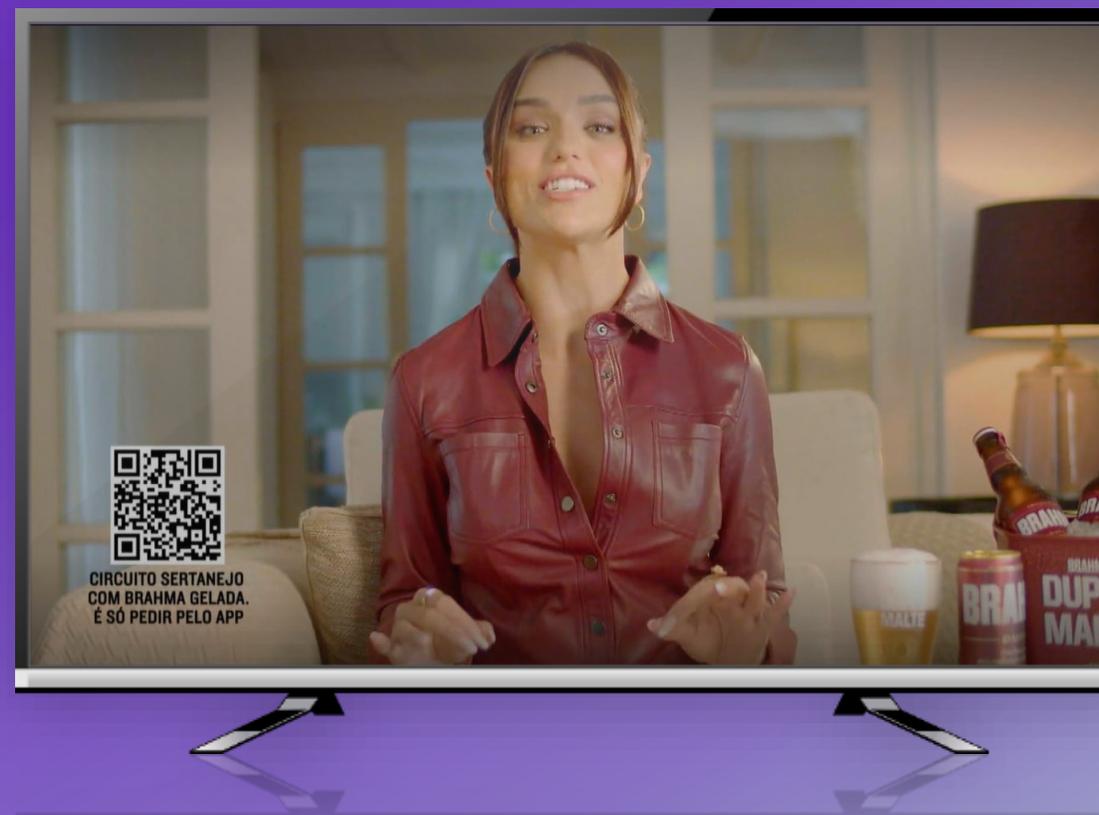
* A data de veiculação será definida em conjunto com a direção do programa. Custo de produção, e cachê de talentos envolvidos, serão orçados à parte. A participação de talentos está sujeita à consulta, aprovação e bloqueio de seus parceiros comerciais. Essa entrega comercial necessita de licenciamento já incluso na cota Consulte volumetria de entrega no Esquema comercial do plano comercial.





CHAMADA CONTEXTUALIZADA NA ÚLTIMA SEMANA DA **NOVELA II.**

Todos os dias da última semana da novela, uma chamada contextualizada vai chamar o público para assistir a novela e fazer o speech da marca, avisando que o anunciante está presente em todos os dias da semana mais incrível da novela. As chamadas serão exibidas no Vale a Pena ver de novo.



A participação de talentos está sujeita à consulta, aprovação e bloqueio de seus parceiros comerciais. **Custo de produção, e cachê de talentos envolvidos, serão orçados à parte. A participação de talentos está sujeita à consulta, aprovação e bloqueio de seus parceiros comerciais. Essa entrega comercial necessita de licenciamento já incluso no plano. Consulte volumetria de entrega no Esquema comercial do plano comercial.

SQUEEZE EM L NA ÚLTIMA SEMANA DA **NOVELA II.**

O squeeze em L entra no encerramento da novela e pode convidar o público para acessar um ambiente digital através do QR code.



NOVELA II 2024

Plano Comercial

 tvglobo globoplay gshow globo.com *VIVA* ViU[®]