



tv24

tvficção

tvreality

tviáfrica

tvi
Internacional

tviplayer

mc
MEDIA CAPITAL DIGITAL



INFORMAÇÃO COMERCIAL 066/19 - DIRECÇÃO COMERCIAL – 23 JANEIRO 2018

UMA OPORTUNIDADE PARA ENCONTRAR O AMOR

- ❑ Um primeiro encontro à mesa para conhecer a sua alma gémea. Quem será o próximo a encontrar o amor?
- ❑ Fátima Lopes será a grande anfitriã deste formato que já foi adaptado e emitido em mais de vinte países e já tem mais de mil e quinhentos episódios.
- ❑ Estreia 24 de Janeiro a segunda temporada



**Diário
2ª a 6ª**



**Acesso
19H**



**45 minutos
33 programas**



**760 mil
indivíduos**



**31,7% Share de
Audiência**

Fonte: MMW – Período: 1 de Janeiro a 20 de Janeiro de 2019; Canal Base: Canais Aerial; Tipo de Audiência: Total Dia; Alvos: Adultos



UMA OPORTUNIDADE PARA ENCONTRAR O AMOR

SINOPSE

FIRST DATES é um formato que reúne as mais empolgantes e divertidas emoções na procura do amor: desde a emoção do primeiro olhar - no primeiro encontro - até à dúvida sobre se este poderá ser um grande amor ou não. Um formato a que ninguém ficará indiferente, desde os mais jovens aos mais velhos porque neste programa vivem-se momentos com os quais todos se podem identificar.

Em cada programa, um grupo de pessoas que pretende investir na procura de um amor, vai viver um primeiro encontro num restaurante e no final terão de decidir se pretendem continuar a encontrar-se ou não. Nada é tão excitante e assustador como um primeiro encontro, e as câmaras revelam tudo: desde a primeira impressão até à despedida no fim da noite.

Nenhum espetador ficará indiferente a estas histórias, nem à sequência de momentos onde em nome do amor, cada um dará o seu melhor, à procura do seu par.

FIRST DATES é uma “comédia romântica”, que pretende mostrar emocionantes histórias de amor do mundo moderno e proporcionar o primeiro passo a todos os que estão disponíveis e de coração aberto!



UMA OPORTUNIDADE PARA ENCONTRAR O AMOR

CONCEITO

O set do programa é um restaurante bar onde os participantes acedem viver o seu primeiro encontro à frente das câmaras – que apesar de ocultas são consentidas. A linguagem e o foco da edição visam captar todas as emoções, sinais e reações do casal, sem filtros ou julgamentos, para que se possam acompanhar todos os pormenores da comunicação não verbal, determinante neste tipo de encontros. Cada programa integra vários encontros, com a maior diversidade possível entre cada um dos casais, para que se consiga uma maior abrangência de identificação com o público em casa. Será dado um maior foco às histórias mais emocionantes – seja porque estão a correr muito bem, ou muito mal, privilegiando momentos cómicos e divertidos.

Em paralelo, serão também recolhidos 3 tipos de testemunhos/depoimentos para integrar na edição final

- A apresentação de cada um dos intervenientes onde explicam porque aceitaram participar no encontro e partilham as suas expectativas;
- Os comentários individuais de cada um dos intervenientes depois do encontro;
- Os comentários conjuntos dos intervenientes depois do encontro, onde partilham o que viveram e nos se planeiam ter um segundo encontro ou se, realmente, foi uma experiência que não faz sentido repetir.

As histórias vão-se intercalando umas com as outras e no tempo. Umas terminam mais rápido e outras terão um fio condutor mais longo, o que garante que o público esteja sempre ligado e preso a mais do que uma história.

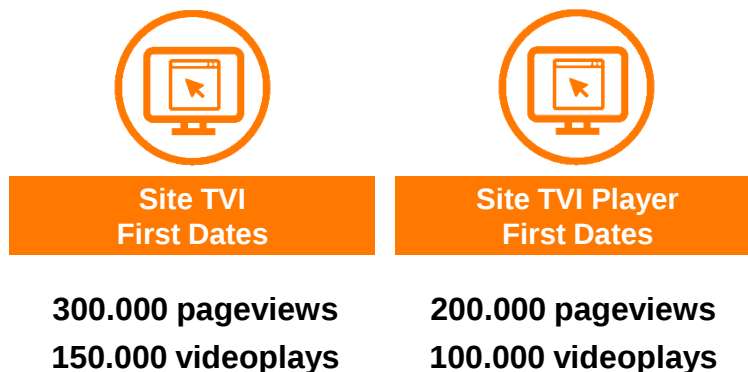


UMA OPORTUNIDADE PARA ENCONTRAR O AMOR

PRESENÇAS DIGITAIS

O programa terá um site próprio, uma área no TVI Player, uma página de Facebook, Twitter e Instagram.

O site tem uma vasta oferta de conteúdos multimédia, nomeadamente, os destaques ao minuto, vídeos e fotos com os melhores momentos do programa, todas as informações sobre os concorrentes e conteúdos extras. Para além disso, os programas estão disponíveis na íntegra no TVI Player, em todos os suportes (site e app).



*Fonte: Google Analytics

UMA OPORTUNIDADE PARA ENCONTRAR O AMOR

SOLUÇÕES COMERCIAIS

PATROCÍNIO

O patrocínio do programa engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- ☐ Junto às autopromoções do programa na TVI: cartão de 5" (20 inserções), com referência em voz off ao anunciante, com a seguinte distribuição:

FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
Nº DE INSERÇÕES	6	10	2	2	0	20

- ☐ Junto ao programa (no início e no fim): Cartão de 5", com referência em voz off ao anunciante (8 inserções);
- ☐ Nos blocos do programa: Spot com duração opcional (4 inserções);
- ☐ Plataformas Digitais: Pre/mid/pos roll com duração opcional (15 000 visualizações);
- ☐ Plataformas Digitais: Billboard (10 000 impressões) + Halfpage (20 000 impressões).

UMA OPORTUNIDADE PARA ENCONTRAR O AMOR

SOLUÇÕES COMERCIAIS

PATROCÍNIO

INVESTIMENTO DE MEDIA TOTAL (variável de acordo com a duração do spot):

Nº DE SEMANAS	CARTÕES + PREROLL (5'') + BILLBOARD + HALFPAGE	CARTÕES (5'') + SPOTS + PREROLL + BILLBOARD + HALFPAGE				
	5''	10''	15''	20''	25''	30''
4	71.940 €	108.550 €	117.610 €	119.140 €	136.870 €	150.140 €
6	102.480 €	154.890 €	167.860 €	170.062 €	195.494 €	214.525 €

Nota: Para beneficiarem de exclusividade de categoria de produto, os patrocinadores devem considerar uma sobretaxa de 20%, que só poderá ser contratada se o patrocínio não tiver já sido comprado por um concorrente.

INVESTIMENTO PRODUÇÃO CARTÕES PATROCÍNIO: 1.500€ (Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel).

UMA OPORTUNIDADE PARA ENCONTRAR O AMOR

SOLUÇÕES COMERCIAIS

TELEPROMOÇÕES

Espaço comercial exibido no decorrer do programa e nas suas plataformas digitais (redes sociais e área no site da TVI ou TVI Player). Estas telepromoções são gravadas utilizando o décor e o apresentador do mesmo.

INVESTIMENTO MEDIA TV (por inserção): Valor negociado do anunciante + 100% de sobretaxa

INVESTIMENTO PRODUÇÃO TV (por execução): 3 500€ (Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel)

INVESTIMENTO PRODUÇÃO DIGITAL (por inserção): 1 500€ (Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel)

Notas:

- Duração de 60" (para as telepromoções com durações diferentes, serão aplicados os índices de conversão em vigor);
- Os investimentos de produção poderão sofrer alterações em consequência das especificidades de cada projeto e incluem apenas direitos de imagem de um apresentador;
- O guião é da responsabilidade da TVI, elaborado mediante briefing detalhado do anunciante que deverá ser enviado com uma semana de antecedência;
- Materiais gráficos deverão ser enviados com uma semana de antecedência;
- Gravação Live on tape. Execução simples e sem edição;
- Cada telepromoção só pode ser exibida uma vez;
- Para mais detalhes sobre telepromoções, consultar a Informação Comercial nº 002/19.

DIGITAL

Mediante briefing e para complementar o patrocínio, permitindo uma maior associação dos anunciantes às plataformas digitais, podem ser desenvolvidos outras presenças através de formatos especiais ou conteúdos personalizados.

INVESTIMENTO MEDIA E PRODUÇÃO: A definir mediante briefing.

UMA OPORTUNIDADE PARA ENCONTRAR O AMOR

SOLUÇÕES COMERCIAIS

LICENCIAMENTO

Caso o anunciante pretenda associar-se aos valores e notoriedade do programa e das suas caras, poderá optar por uma solução de licenciamento.

MODELOS DE LICENCIAMENTO

1. Licenciamento Produto - O anunciante adquire o direito de desenvolver produtos específicos ou inserir em produtos existentes elementos com associação direta da marca propriedade da TVI.
2. Licenciamento Conteúdo - O anunciante adquire o direito de utilização de conteúdo nas suas redes sociais e sites, podendo desenvolver mecânicas promocionais associadas, exclusivamente nestes universos. Exemplo: post com fotografias e/ou clipes de vídeo do programa.
3. Licenciamento Promocional - Possibilidade de utilizar a marca e elementos identificativos da marca e/ou conteúdo do programa no ponto de venda, promoções ou ações de loja com o direito de utilizar brindes exclusivos para associação com os seus produtos ou campanhas. Exemplo: utilização de logos do programa em materiais de Ponto de Venda (posters, stickers, tarjas, etc.); Mailings; Folhetos de Loja; Cupões de desconto.

INVESTIMENTO: A definir caso a caso.

Nota: Modelos de negócio a desenvolver caso a caso mediante briefing de anunciante

OBSERVAÇÕES GERAIS

- a. Condições apresentadas para valor bruto negociado;
- b. Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
- c. Aos valores apresentados, acresce IVA, impostos e taxas legais em vigor;
- d. Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deve ser efetuado antecipadamente de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial Audiovisual (TVI) e Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial da MCD;
- e. A contratação de espaço será feita de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial Audiovisual (TVI) e Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial da MCD;
- f. A proposta é válida por 30 dias (de calendário), findos os quais poderá sofrer alterações, em virtude de mudanças de tabela e/ou grelha de programação. No caso de proposta de Colocação de Produto a validade é apenas de 15 dias (de calendário);
- g. As presentes condições comerciais são confidenciais destinando-se a utilização exclusiva da Agência de Comunicação/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou ao Anunciante objeto das condições. A sua divulgação a terceiros não poderá em quaisquer situações ser efetuada sem prévia autorização por escrito por parte da TVI;
- h. Os investimentos acordados para Colocação de Produto e Custos de Produção devem ser considerados como adicionais face aos investimentos acordados para a compra de media convencional;
- i. Os patrocinadores poderão ocupar posições preferenciais nos blocos do programa. A ocupação deste espaço será feita por ordem cronológica de receção das respetivas ordens de publicidade, salvo se existirem taxas negociadas para a ocupação dessas posições;
- j. Nos cartões de patrocínio, para além da referência à marca, descrição do produto ou serviço e contacto, podem ainda ser aceites outras menções se for feita prova de que as mesmas se encontram registadas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como integradas no logótipo do patrocinador;
- k. Todos os cartões de patrocínio têm que ser submetidos à apreciação prévia da TVI, com uma antecedência mínima de 3 dias úteis em relação à data de arranque da campanha;
- l. A TVI poderá colaborar na produção dos cartões de patrocínio para emissão exclusiva nos seus canais, mediante orçamento caso a caso. As locuções dos cartões de patrocínio são feitas pela TVI;
- m. Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI;
- n. Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (patrocínio e colocação de produto);
- o. Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
- p. Todas as ações de Colocação de Produto referidas neste documento, foram previamente aprovadas pela Direção de Programas/Produtora. Eventuais alterações ao seu conteúdo terão de ser novamente validadas.
- q. Os investimentos realizados ao abrigo da Tabela de Colocação de Produto, Licenciamento, bem como os Custos de Produção, não serão contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual ("Rappel").



A ESTAÇÃO COMERCIAL LÍDER DE PORTUGAL



TVIMEDIA.PT