

SAÚDE

Gengibre, limão e canela: conheça os benefícios de beber este chá três vezes por dia

iol.pt

VÍDEOS

Bebé não parava de chorar durante voo. E os passageiros fizeram isto

Neste bosque encantado do Norte do país cabem todos os sonhos de Natal

PASSEIOS

iol.pt

LIFESTYLE

Concorrente da Primark e da Kiabi chega (finalmente) a Portugal

iol.pt

iol.pt

Tudo o que precisa para começar o dia.



Cão de família salva jovem de 17 anos que sofreu AVC durante a noite

iol.pt

ENTREVISTA

'Margarida' de 'Água' cria uma m...

ANTES E DEPOIS

Lembra-se do Mário do Brother? Veja

iol.pt

DINHEIRO

Quem tem direito ao abono de família?

iol.pt



2024

INFORMAÇÃO COMERCIAL Nº 042/24
DIREÇÃO COMERCIAL JANEIRO DE 2024

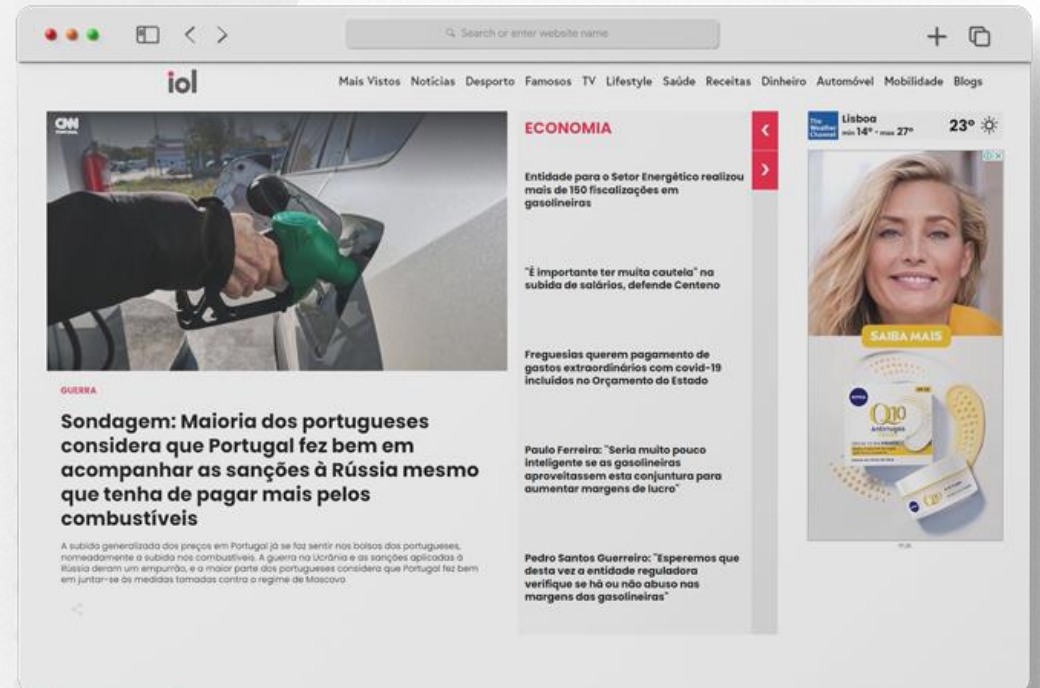
STYLE

PORTAL DIGITAL

O portal IOL, conta com mais de 20 anos de história no consumo de informação online em Portugal, agrega num só lugar o melhor da informação e do entretenimento do grupo Media Capital.

Além das marcas do grupo (TVI, CNN, Mais Futebol, Selfie e Versa), a equipa editorial do IOL desenvolve diariamente conteúdos próprios sobre diversas temáticas como saúde, receitas, dicas domésticas, moda e beleza, parentalidade, animais de estimação e notícias/vídeos virais.

Feito por pessoas e para pessoas, o portal tem curadoria editorial diária e conta ainda com a colaboração de uma rede de parceiros especializados em temáticas como receitas, finanças pessoais, empresas ou desporto.



01

IOL

LEITOR
UNIVERSO DIGITAL
REDES SOCIAIS

02

CONHEÇA O SITE

LAYOUT
SEÇÕES

03

COMO PODE COMUNICAR

INTEGRAÇÃO EM
CONTEÚDO
PATROCÍNIOS
CAMPANHAS

iol.pt

dica iol

Use sempre papel alumínio na máquina

iol.pt

CARTA DE CONDUÇÃO

Cuidado com os prazos de renovação.
Multa chega aos 600 euros

ESTILO

Cristina Ferreira usou vestido b
incrível. Reparou nas botas e b

iol.pt

MODA

Inspiração para casamentos: estes
vestidos de noiva fazem sonhar

dica iol

5 truques para a casa de banho cheirar bem

RECEITA DA SEMANA

Bolo de Chocolate e Avelãs

iol.pt

ANIMAIS

Donos de cães de raças consideradas
perigosas obrigados a seguir estas regras

dica iol

A sua tábua de cozinha está mesmo limpa?

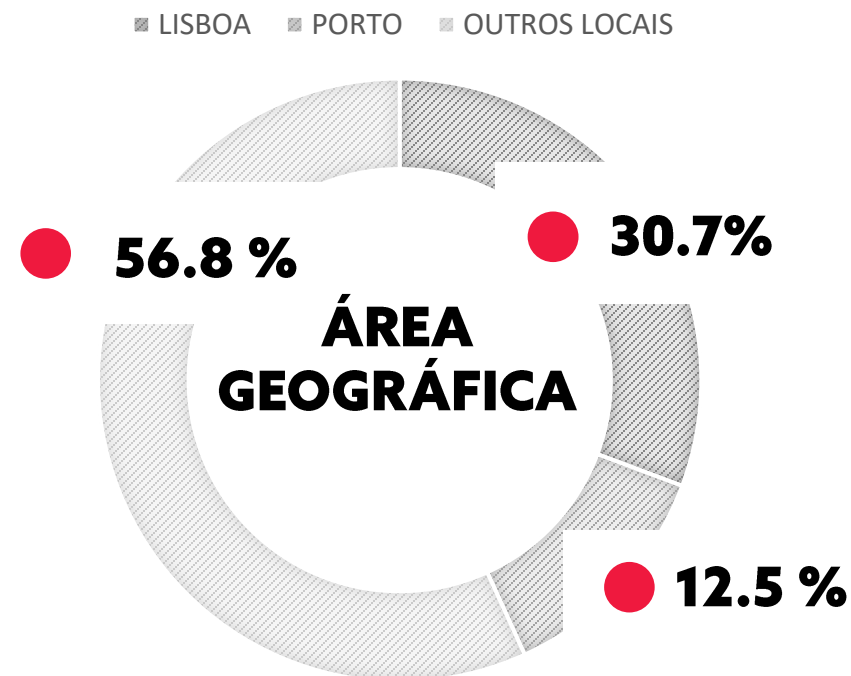
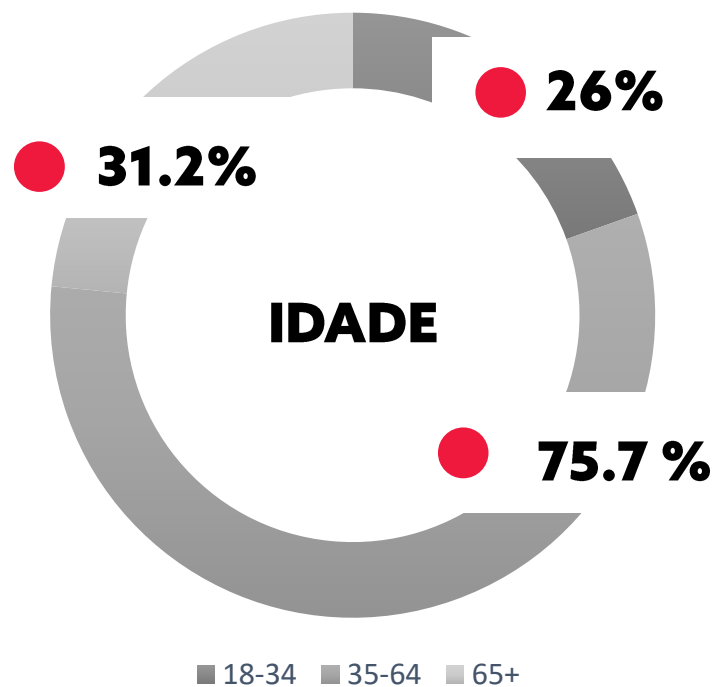
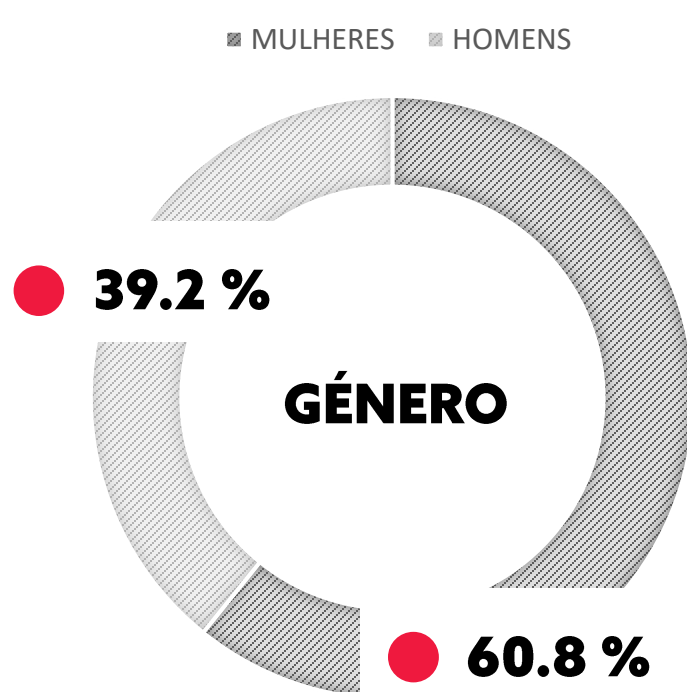
SAÚDE

Gravidade de um ataque de as
ser comparável à de um ataque

eslumbra com vestido
os looks mais marcantes

1 QUEM É O LEITOR DO IOL

Fonte: Dados GA4 (12 meses - 2023)



UNIVERSO DIGITAL

+3 milhões

visitas/mês

+1.5 milhões

utilizadores
únicos / mês

+14 milhões

pageviews/mês

+350 mil

inventário vídeo/mês

66%

viewability vídeo

82%

tráfego Mobile

IOL Integra

TOP 10

do Ranking
Netaudience de
Tráfego no digital

AS NOSSAS REDES, À DISTÂNCIA DE UM CLICK.

Fonte: Facebook Insights - 12 meses -2023



+1.7 mil
Seguidores

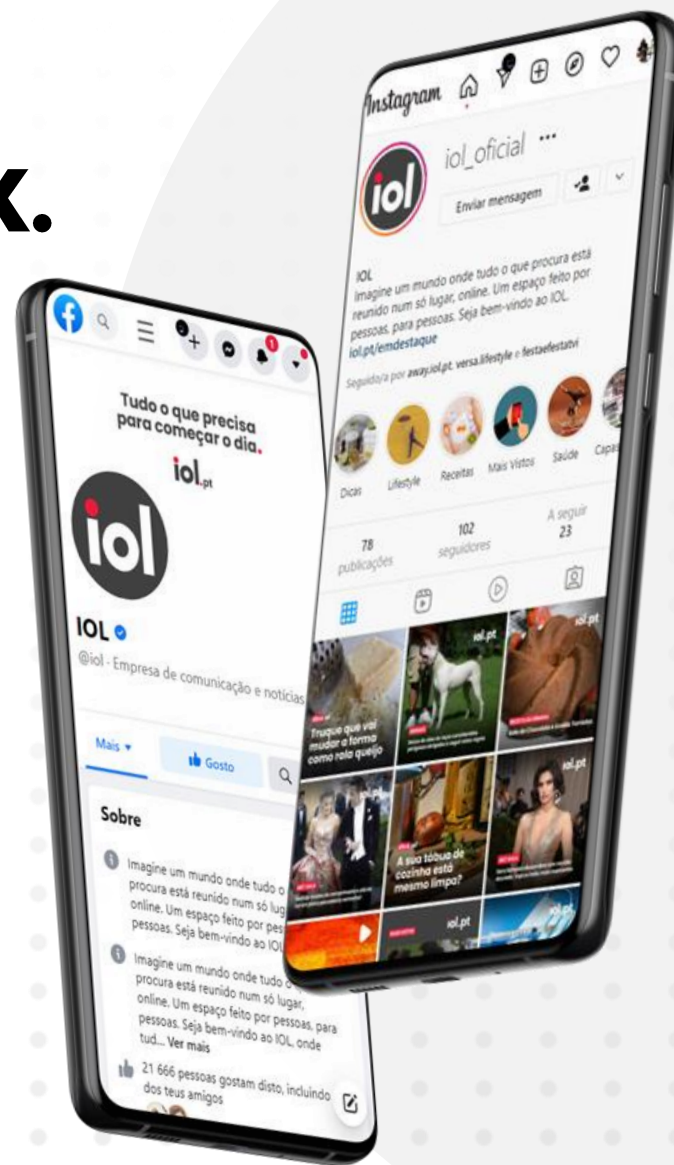
+150 mil
Contas Alcançadas



+64.8 mil
Seguidores

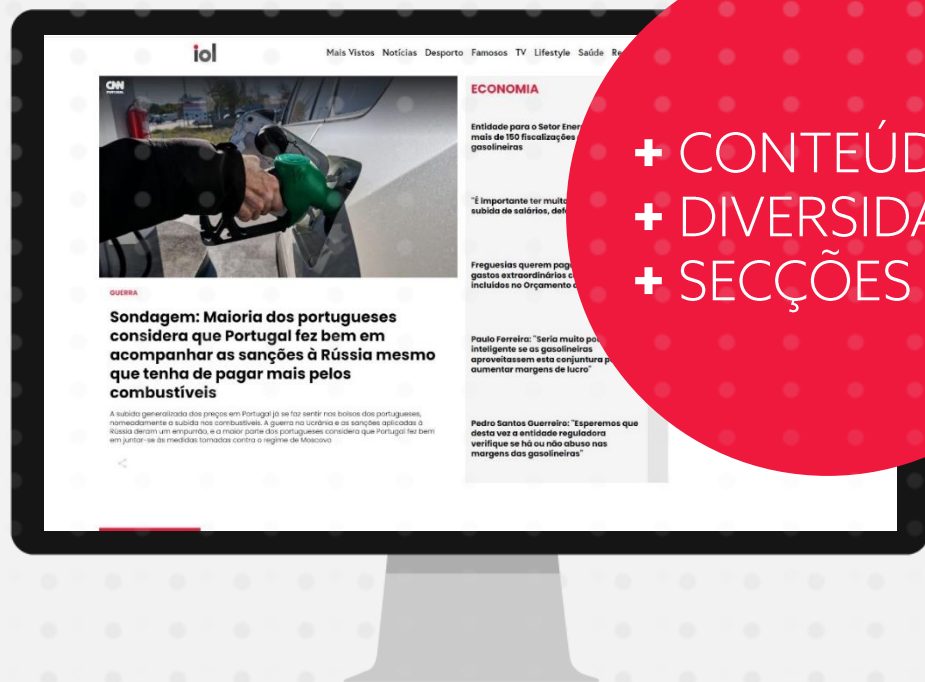
+8.7 milhões
Contas Alcançadas

Tudo o que precisa para começar o dia.



**Siga-nos no
Instagram**

NOVIDADES IOL



Clique aqui e navegue pelo IOL

- Reforço da curadoria editorial
- Mais produção de conteúdos próprios
- Novas secções como dicas domésticas, animais de estimação, antes e depois, finanças pessoais, galerias, lifestyle
- Manchetes direcionadas ao perfil do leitor IOL
- Página mais dinâmica com a criação rápida de novas secções reorganização da homepage

Um portal de sucesso, onde todas as temáticas fazem sentido.

Impacto do aumento de produção de conteúdo e de uma curadoria editorial reforçada

Em **2023**, as visitas e **pageviews** do portal cresceram **90%**



Temos hoje uma **comunidade de utilizadores** ativos muito mais forte, tendo quase **triplicado face a 2022**

O Facebook do **IOL registou um aumento de 75%** de alcance face a 2022 e um **aumento expressivo de mais de 500%** no número de seguidores



Temos **novos parceiros** que enriquecem ainda mais a nossa oferta de conteúdo nas áreas das finanças pessoais, empresas, receitas e lifestyle

A **INTEGRAÇÃO
EM CONTEÚDO**

B **PATROCÍNIOS
CAMPANHAS**

**COMO PODE
COMUNICAR**

A INTEGRAÇÃO DE MARCA EM CONTEÚDO

Conteúdo patrocinado

NATIVE AD TEXTO

1 ARTIGO TEXTO ESCRITO PELO IOL

1 destaque 24h na homepage do IOL
1 post no facebook do IOL
1 instastory no instagram do IOL
1 post no fb da TVI
Partilha nos artigos relacionados
e patrocinados da rede MCD

1.500€

NATIVE AD VÍDEO

1 ARTIGO VÍDEO REALIZADO PELO IOL

1 destaque 24h na homepage do IOL
1 post no facebook do IOL
1 instastory no instagram do IOL
1 post no fb da TVI
Partilha nos artigos relacionados
e patrocinados da rede MCD

2.500€

OBSERVAÇÕES: Texto elaborado pela equipa editorial após briefing do anunciante. As imagens e vídeos cedidos pelo cliente estão sujeitos a aprovação do IOL. O valor de investimento apresentado é referente a Media (50%) e Produção (50% - este valor exclui qualquer margem de intermediação/rapel).

Porquê comunicar em formato native?

Um native é um formato não invasivo, capaz de envolver o leitor a conhecer o produto, projeto ou marca.

- Permite ao anunciante mostrar o seu produto em forma de storytelling, em vez da tradicional publicidade.
- Um formato que envolve o leitor e, ao mesmo tempo, permite ao anunciante dar voz ao que tem de novo.
- Contamos uma história, de forma atrativa, enquanto conduzimos o leitor sem que se perceba – a querer saber mais.

Um native vai muito além de mostrar a marca. Vai trazer resultados ao cliente: um native é mais do que um conteúdo editorial, é um conteúdo com uma ação de promoção agregada, presente na rede MCD.

B PATROCÍNIO DE LANDING PAGE TEMÁTICA

FORMATO EXCLUSIVO IOL

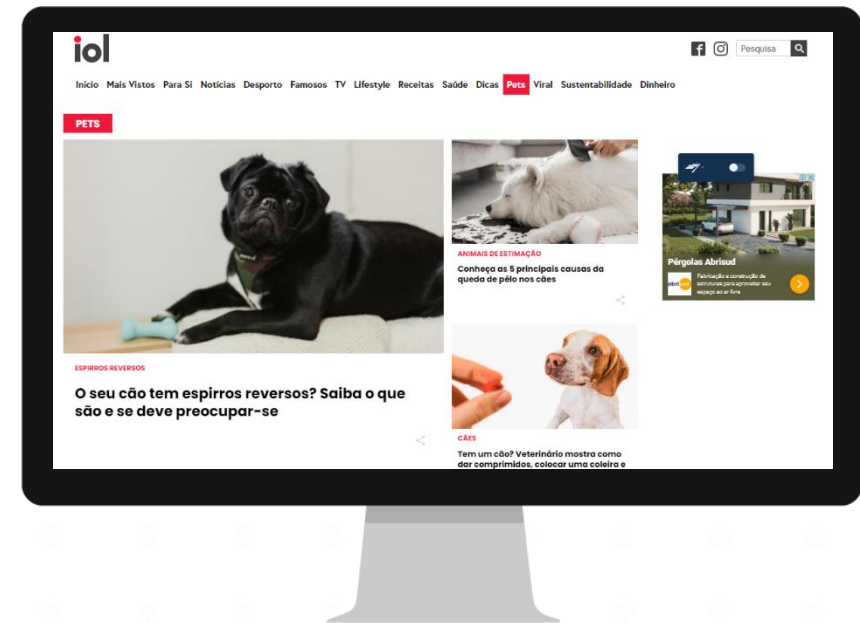
Esta página pode agregar conteúdo de uma temática específica, de toda a rede Media Capital, curado manualmente pela equipa editorial do IOL. Pode ainda agregar ou ser complementada com conteúdo produzido especificamente para a campanha.

Landing page temática IOL, é um formato capaz de envolver o leitor a conhecer o produto, projeto ou marca:

- Permite ao anunciante mostrar o seu produto associado a conteúdo, complementando com a tradicional publicidade.
- Seleccionamos conteúdo sobre uma determinada temática, apresentando-a de forma atrativa.

EXEMPLOS DE LANDING PAGES TEMÁTICAS:

Dicas e truques de limpeza, decoração, bricolage, beleza, shopping, alimentação, fitness, saúde, viagens, eventos culturais, animais de estimação, parentalidade, educação, receitas, etc.



B PATROCÍNIO DE LANDING PAGE TEMÁTICA

FORMATO EXCLUSIVO IOL

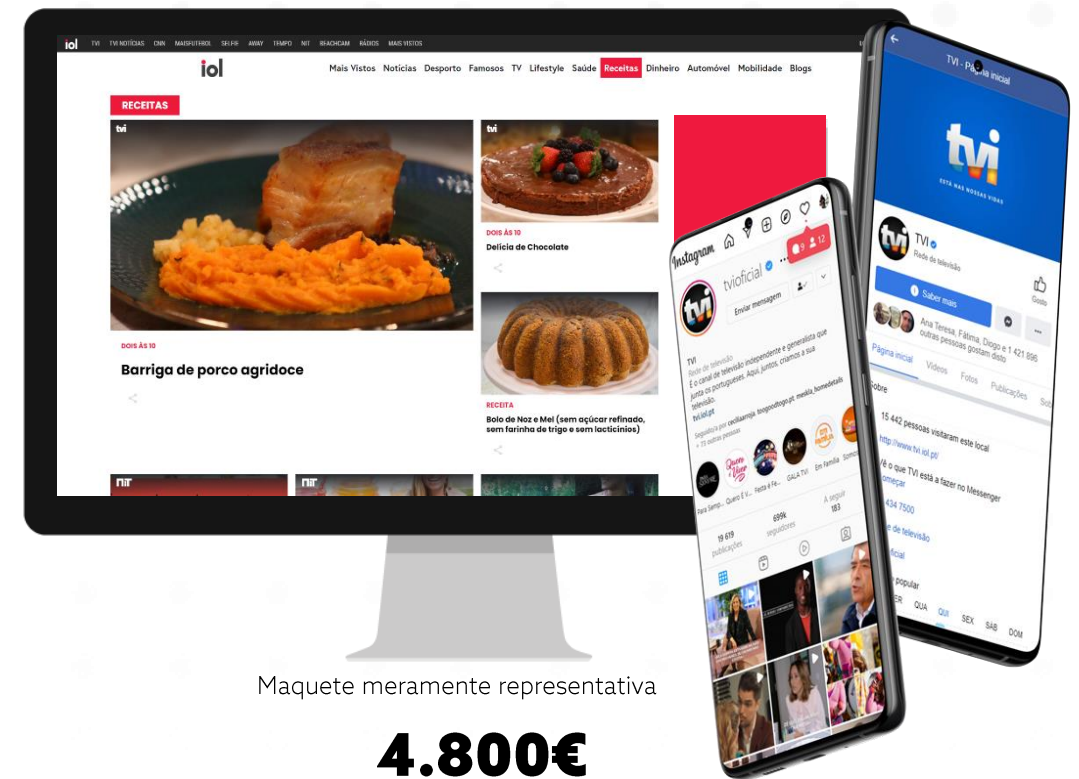
PROPOSTA SEMANAL

AMPLIFICAÇÃO DA LANDING PAGE

- 300.000 impressões em Halfpage na rede MCD
- 300.000 impressões em Mrec/Leaderboard na rede MCD
- Amplificação nos recomendados ao longo da rede MCD
- 1 Post facebook TVI
- 1 IGStory TVI

PRESENÇA DE MARCA NA LANDING PAGE

- Presença de marca na landing page
- Megabillboard exclusivo
- Mrec/Halfpage exclusivo
- Leaderboard exclusivo
- Destaque da Landing Page durante um período limitado de tempo (a definir) após todos os conteúdos públicos.



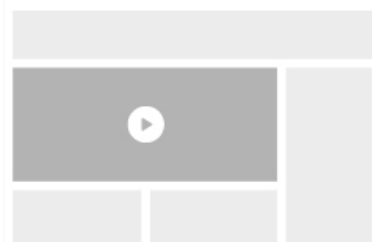
Maquete meramente representativa

4.800€

OBSERVAÇÕES: Curadoria editorial IOL. Valorização para landing page com duração de 1 semana. Projeto poderá ser adaptado, segundo briefing e objetivos de comunicação da marca.

B ANUNCIE NO IOL

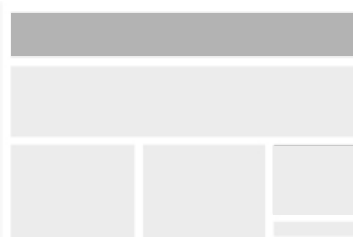
Formatos display & vídeo



PREROLL



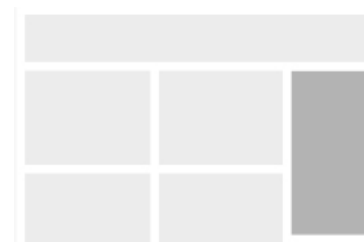
BILLBOARD XL



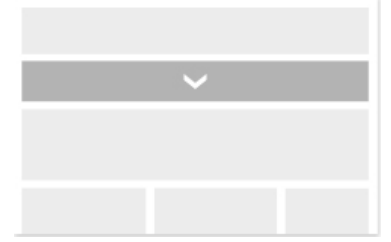
BILLBOARD



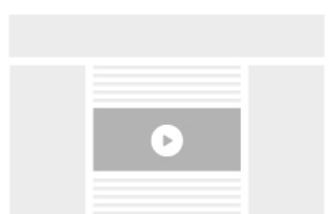
MREC



HALF PAGE



PUSH DOWN



VÍDEO INCONTENT



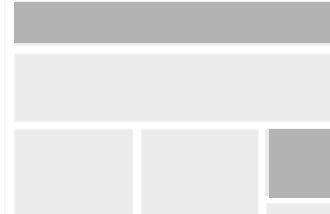
DISPLAY INCONTENT



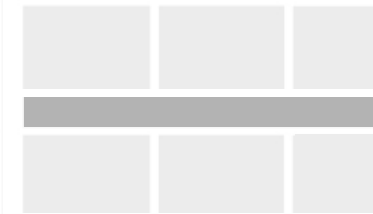
INTRO



SPLASH



TAKE OVER



LEADER BOARD



TICKER

OBSERVAÇÕES:

1. Condições apresentadas para valor bruto negociado;
2. Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
3. Aos valores de investimento acrescem 4% de taxa de exibição e IVA à taxa legal;
4. A contratação de espaço far-se-á de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD em vigor, do conhecimento da Central de Compras/Agência de Publicidade/Anunciante (ou outra que a substitua);
5. Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deverá ser efetuado antecipadamente. de acordo com Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD;
6. A presente proposta e as condições nela contidas têm uma validade de 30 dias (calendário), findo este período não poderão ser consideradas como válidas, estando sujeitas a renegociação. No caso de proposta de colocação de produto a validade é apenas de 15 dias (calendário);
7. As presentes condições comerciais são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Publicidade/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou pelo 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 / MCD;
8. Os investimentos acordados para colocação de produto, produção, licenciamento, televentas e STVA deverão ser considerados como adicionais face aos investimentos para a compra de media convencional, não sendo contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual (rappel);
9. 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;
10. 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;
11. 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;
12. 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 deverão ser feitas pela TVI;
13. Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI/MCD;
14. Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (nomeadamente a publicidade em ecrã fracionado, o patrocínio e a colocação de produto);
15. Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
16. 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.

