

TV DIGITAL | **ANUNCIE** | SAIBA COMO



# Uma **forma digital** de publicidade em TV.

INFORMAÇÃO COMERCIAL Nº 044/24  
DIREÇÃO COMERCIAL | 10 DE JANEIRO DE 2024

# Vivemos a era dourada dos conteúdos

## O digital torna-se mais TV

- Equipamentos OTT
- Streaming
- Importância do investimento em conteúdos



## A TV torna-se cada vez mais digital

- Connected TV
- Streaming
- Importância dos dados / investimento tecnológico

O Paradigma de publicidade em TV evoluiu, criando uma **nova oportunidade e uma nova forma de publicitar.**

Um formato bem conhecido dos anunciantes num novo meio, inovador que combina pela primeira vez as melhores qualidades de targetização digital com a abrangência e universalidade do meio televisivo.



# Uma oportunidade de captar a atenção audiências

Garanta a exposição do seu spot numa posição exclusiva, imediatamente antes do programa de TV favorito da sua audiência começar.

# Uma nova oportunidade de publicar.

01 vantagens

02 formato

03 tv digital

04 campanha

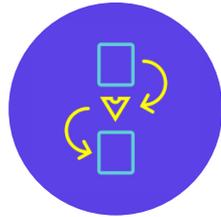


# 01 Vantagens



## + eficiente

Publicidade segmentada, direcionada ao target e contexto relevante. Eficaz na entrega dos seus objetivos de comunicação



## + alcance

Permite alcançar os consumidores que veem televisão através das gravações, já que estes representam a maior parte do universo de clientes de pay TV em Portugal



## + impacto

O spot é apresentado num grande ecrã, numa posição exclusiva, com um único anúncio que não é possível saltar, mesmo antes do programa de TV favorito da sua audiência começar.



## +Segmentação

Por perfil de utilizadores (lar), por localização, por conteúdo e horário. Possibilidade de combinar funcionalidades de targetização.

**100%**  
Viewability

**NON**  
Skippable

**GDPR**  
Compliance

**100%**  
Attention

**BRAND**  
Safe

**98%**  
View rate

## 02 Formato



Formato disponível / associado aos conteúdos:



## Pre-roll: um formato familiar, num meio diferente.

Garanta a exposição do seu spot numa posição exclusiva, imediatamente antes do programa de TV favorito (TVI, TVI FICÇÃO, TVI REALITY E CNN) da sua audiência começar. O **Pre-Roll** é um vídeo até 30 segundos, apresentado antes da visualização de uma gravação selecionada pelo consumidor na Set-top-box do seu serviço de pay-tv. Neste formato não é possível saltar os anúncios, garantindo que estes são vistos até ao fim.

**+3.1 MILHÕES**  
Lares que realizam gravações

Fonte: Dados plataforma Playce para Canais Playce atuais. Dados recolhidos a partir dos operadores MEO, NOS e VODAFONE Agosto 2023 Households com equipamento elegível para pre-roll. Divulgação ANACOM 7/9/23 "Serviço de Distribuição de Sinais por Subscrição"

# 03 TV Digital

**Juntámos o melhor da TV :** Conteúdos de alta qualidade, Brand Safe, engaging e ambiente e cobertura com **o melhor do DIGITAL:** Targeting preciso da audiência, features sofisticadas de segmentação, campanhas otimizadas na performance.

**+70%** **Dos utilizadores acedem a gravações**

\* Fonte: Dados Anacom - Serviço de distribuição de sinais de televisão por subscrição -1.º semestre de 2020 Dados Operadores



Formato disponível nos operadores:



**Pre-roll**



## Gravação automática

O consumidor navega até ao menu de guia TV e seleciona um programa ( TVI, TVI FICÇÃO, TVI REALITY E CNN) disponibilizado nos últimos 7 dias.

## Gravação manual

O consumidor navega até ao menu de gravações pessoais e visualiza o conteúdo ( TVI, TVI FICÇÃO, TVI REALITY E CNN) armazenado.

# 04 Campanha | a Quem? | Segmentação

Direcione campanhas para o público certo. Este formato permite uma maior segmentação por perfil de consumidor dividido por interesses, poder de compra, agregado familiar. A informação única dos Operadores torna possível uma segmentação eficaz, juntando os vários critérios: Histórico de consumo TV, Portfólio de serviços, Despesa em comunicações, Localização, Tipologia de Nif, etc.

Interesses					Despesa*	Círculo familiar		Mercado
 Sporties	 Car lovers	 Techies	 Gamers	 News Enthusiats	 Top spenders 19% consumo não linear 65,3€/mês	 Kids family	 Babies family	 Business
 Looking beautiful	 Keep it fine	 Travelers	 Entertainers	 Moviegoers	 High spenders 17% consumo não linear 41,8€/mês	Habitação		
 Foodies	 Home improvers	 Countrysiders	 Pet lovers	 TV Light viewers	 Standard spenders 14% consumo não linear 21,5€/mês			

**Observação:** Contacte o seu Diretor de Conta para saber mais sobre as características de segmentação.

\*Peso de consumo de TV não linear, calculada a partir da média de horas sobre o universo total de lares com e sem consumo. Média despesa em telecomunicações nos últimos 12 meses para os utilizadores residenciais.

# 04 Campanha | Onde | Segmentação

Mostre as suas campanhas apenas nas zonas geográficas mais estratégicas para o seu negócio. Estão disponíveis várias tipologias de localização, podendo optar por uma grande região do país até uma freguesia específica. Se quiser comunicar a abertura de uma loja em Faro, agora também pode fazê-lo na TV de forma eficiente.

## Região

Norte; Centro;  
Alentejo;  
Algarve; Açores;  
Madeira

## Área Metropolitana

Grande Lisboa;  
Grande Porto

## Distrito

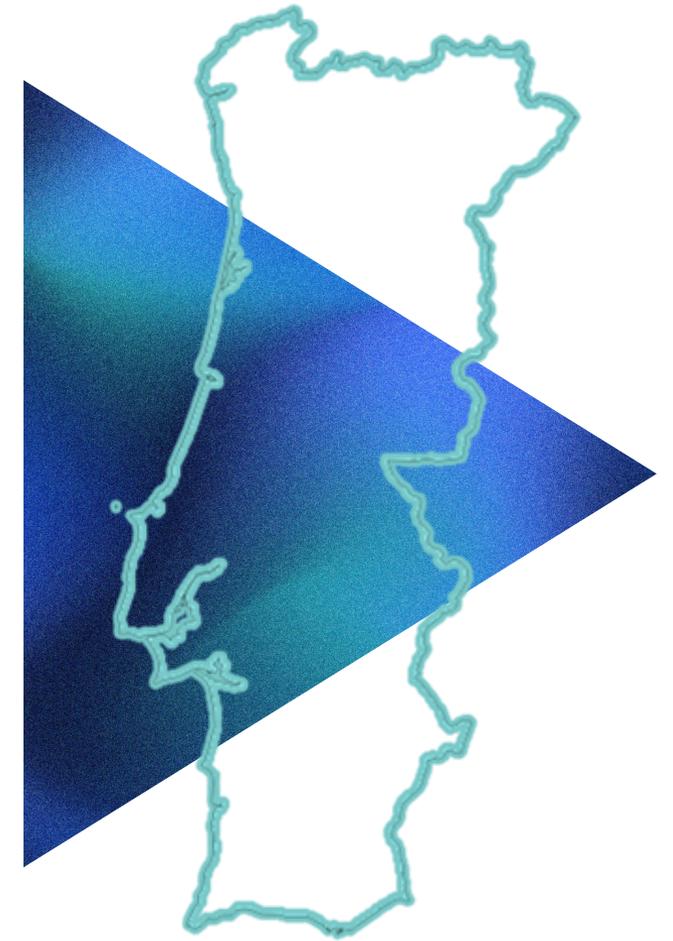
Todos os distritos  
de Portugal  
Continental

## Município

Todos os  
municípios de  
Portugal

## CP-4 / união de freguesias

Todos os da Área  
Metropolitana de  
Lisboa e Porto

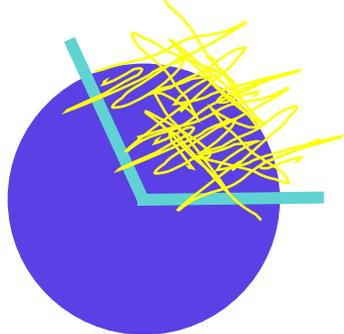


# 04 Campanha | Quando | Segmentação

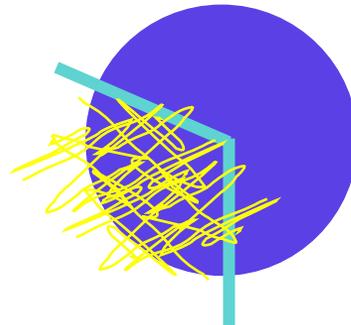
Existem 4 opções distintas para configurar os momentos de apresentação da campanha, podendo selecionar apenas os períodos mais relevantes para o seus objetivos de comunicação.

## 4 PERÍODOS HORÁRIOS

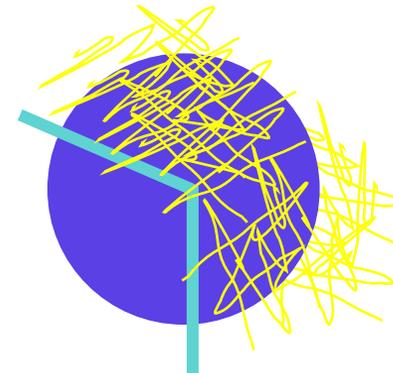
**Almoço**  
11h-15h



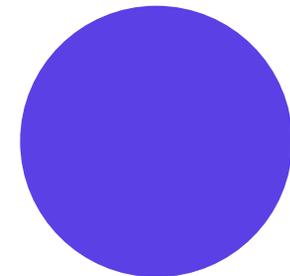
**Jantar**  
18h-22h



**Noite**  
22h-06h



**Sem  
segmentação**  
-



# 04 Campanha | Media Capital

## CAMPANHA | 1.0

PRE-ROLL

**0.10€** cpv

**Visualizações completas relativas a inserções de publicidade na plataforma em campanhas com as seguintes tipologias de segmentação:**

- **GEOGRÁFICA**

**OU**

- **INTERESSES** (segmentos: TV Light Viewers, ou Sporties, ou Foodies, ou Pet Lovers, ou Top Spenders, ou Moviegoers, ou novos segmentos de audiência que venham a ser criados)

## CAMPANHA | 1.1

PRE-ROLL

**0.10€** cpv

**Visualizações completas relativas a inserções de publicidade na plataforma em campanhas com as seguintes tipologias de segmentação:**

- **GEOGRÁFICA**

**E**

- **INTERESSES** (segmentos: TV Light Viewers, ou Sporties, ou Foodies, ou Pet Lovers, ou Top Spenders, ou Moviegoers, Looking Beautiful, Keep It Fine, Techies, Travelers, Car Lovers, Home Improvers, Entertainers, Babies Family, Kids Family, High Spenders, Standard Spenders, Business, Gamers, News Enthusiasts, Countrysiders, Villa, First Floor e Ground Floor)

## CAMPANHA | 2.0

PRE-ROLL

**0.08€** cpv

**Visualizações completas relativas a inserções de publicidade na plataforma em campanhas do seguinte segmento de audiência:**

- **INTERESSES** (segmentos: Looking Beautiful, Keep It Fine, Techies, Travelers, Car Lovers, Home Improvers, Entertainers, Babies Family, Kids Family, High Spenders, Standard Spenders, Business, Gamers, News Enthusiasts, Countrysiders, Villa, First Floor e Ground Floor.)

## CAMPANHA S/SEGMENTAÇÃO

PRE-ROLL

**0.06€** cpv

**Visualizações completas relativas a inserções de publicidade na plataforma em campanhas genéricas** (campanhas sem qualquer tipo de segmentação.)

# 04 Campanha | Packs Lançamento

Packs válidos ao longo do primeiro trimestre de 2024



## PACK 1

PRE-ROLL **500.000** completed views | **20.000 €**

Campanha válida ao longo do primeiro trimestre de 2024. Campanha sem segmentação.

## PACK 2

PRE-ROLL **250.000** completed views | **11.250 €**

Campanha válida ao longo do primeiro trimestre de 2024. Campanha sem segmentação.

## PACK 3

PRE-ROLL **100.000** completed views | **5.000 €**

Campanha válida ao longo do primeiro trimestre de 2024. Campanha sem segmentação.

Para saber mais

# Obrigado.

## Contactos

[WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT](http://WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT)

**TELEFONE:** + 351 214 347 527

**EMAIL:** [comercial.externo@tvi.pt](mailto:comercial.externo@tvi.pt)

## 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. Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI/MCD;