

# VERSÃO

#LIFEISMYSTYLE

**INFORMAÇÃO COMERCIAL 066/24**  
DIREÇÃO COMERCIAL | 30 JANEIRO 2024



**A VIDA É PARA SE VIVER  
AO ESTILO DE CADA UM.**

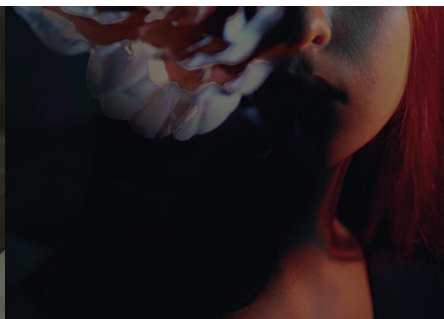
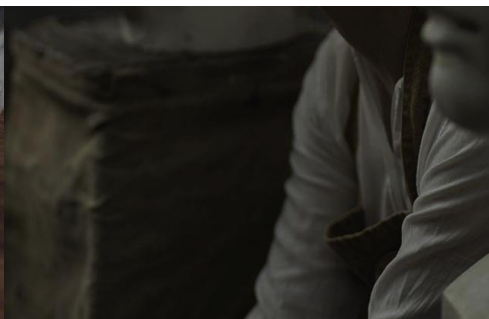
*VERSA*

#LIFEISMYSTYLE



A VERSA É UMA **PLATAFORMA DIGITAL** ESPECIALIZADA EM **LIFESTYLE** QUE ABRANGE E COBRE TEMAS NAS ÁREAS DA **MODA, VIAGENS, GASTRONOMIA, BELEZA OU DESIGN.**

A Versa posiciona-se de forma distinta no seu segmento como "**O Outro Lado do Lifestyle**", assinatura que traduz o trabalho da sua equipa de "**Genuinfluencers**" e enquanto **Cool Hunters**, em Portugal e no mundo, que trazem e contam as novidades, as tendências e as curiosidades de forma genuína e quase imersiva, porque também mergulham nas tendências, temas do momento e talentos incontornáveis de forma interessada e interessante.



#LIFEISMYSTYLE

# versa

#LIFEISMYSTYLE

**IDADE TARGET  
ALARGADO:**  
20-60 anos

**CORE TARGET:**  
25-50 anos

Grande Lisboa  
e grande Porto;

Quadros não  
superiores de  
empresas;

Início de carreira,  
millennials, xennials,  
x e boomers. late z's

## **MULHERES:**

Urbanas; Classes A, B, C;

Que seguem a moda, as tendências,  
que procuram experiências que as  
façam sentir empoderadas;  
Ativas nas redes sociais;  
Influenciáveis; gosta de ir,  
Ser vista e partilhar;  
Sonhadoras; Vidas ativas;  
Mães mas também uma sex in the  
city girl.

## **HOMENS:**

Urbanos; Classes B, C; Fashionistas;

Gostam de ser os primeiros a  
viver uma experiência e a partilhá-la  
nas redes e com amigos;  
Compram para si mas também  
para a mulher/namorada;  
Gosto por viagens e tudo o que  
é novidade; Gostam de estar  
informados;  
Preocupação com wellness.



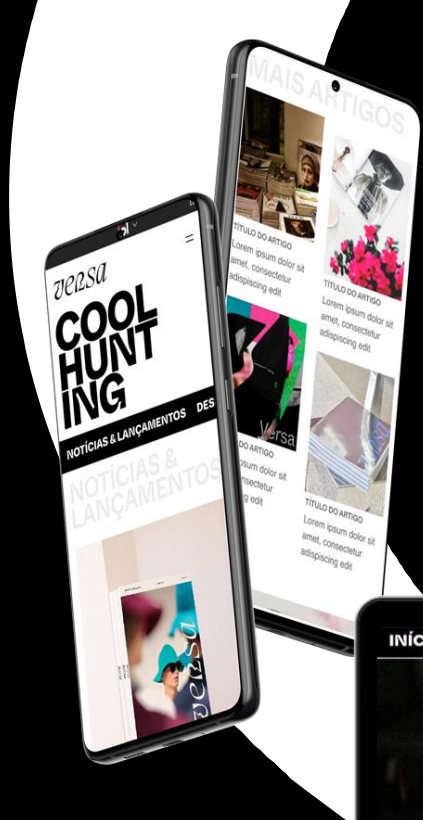


# VERSA | site

## O SITE DE TENDÊNCIAS. O OUTRO LADO DO LIFESTYLE.

#LIFEISMYSTYLE

**RESPONSIVE** Um projeto que expande a sua mensagem através do desktop ou mobile, com soluções criativas e dinâmicas que se adaptam a qualquer ecrã, a sua diversidade de formatos de conteúdos permitam lhe uma verdadeira experiência 360.



# VERSA | rubricas

**COOLHUNTING** *(estilo)*

**NÉCESSAIRE** *(autoestima)*

**DESIGN E ARTES** *(ficar)*

**EVASÃO** *(sair)*

**GOURMET** *(comer e beber)*



Clique aqui e navegue pela VERSA

#LIFEISMYSTYLE

**+4.9 milhões**  
visitas/mês

**+3 milhões**  
utilizadores  
únicos/mês

**+69.9 mil**  
inventário vídeo

**+14.5 milhões**  
pageviews/mês

**96%**  
tráfego mobile

**UNIVERSO**  
*VERSA*



# versa redes sociais

AS NOSSAS REDES À  
DISTÂNCIA DE UM CLICK

#LIFEISMYSTYLE



**+7 mil**  
seguidores

**+192 mil**  
contas alcançadas



**+57.5 mil**  
seguidores

**+9.6 mil**  
alcançe médio/post

**+1.5 milhões**  
contas alcançadas

#LIFEISMYSTYLE



**ESSE JEITO ÚNICO DE SER VERSA VENCE DOIS PRÉMIOS DA MEIOS&PUBLICIDADE 2023**

# versa

# M&P



**PRATA NA SUBCATEGORIA  
EVENTOS B2B, DA  
CATEGORIA INOVAÇÃO**



**BRONZE NA SUBCATEGORIA  
CAMPANHA DIGITAL/REDES  
SOCIAIS, DA CATEGORIA  
AUTOPROMOÇÃO.**



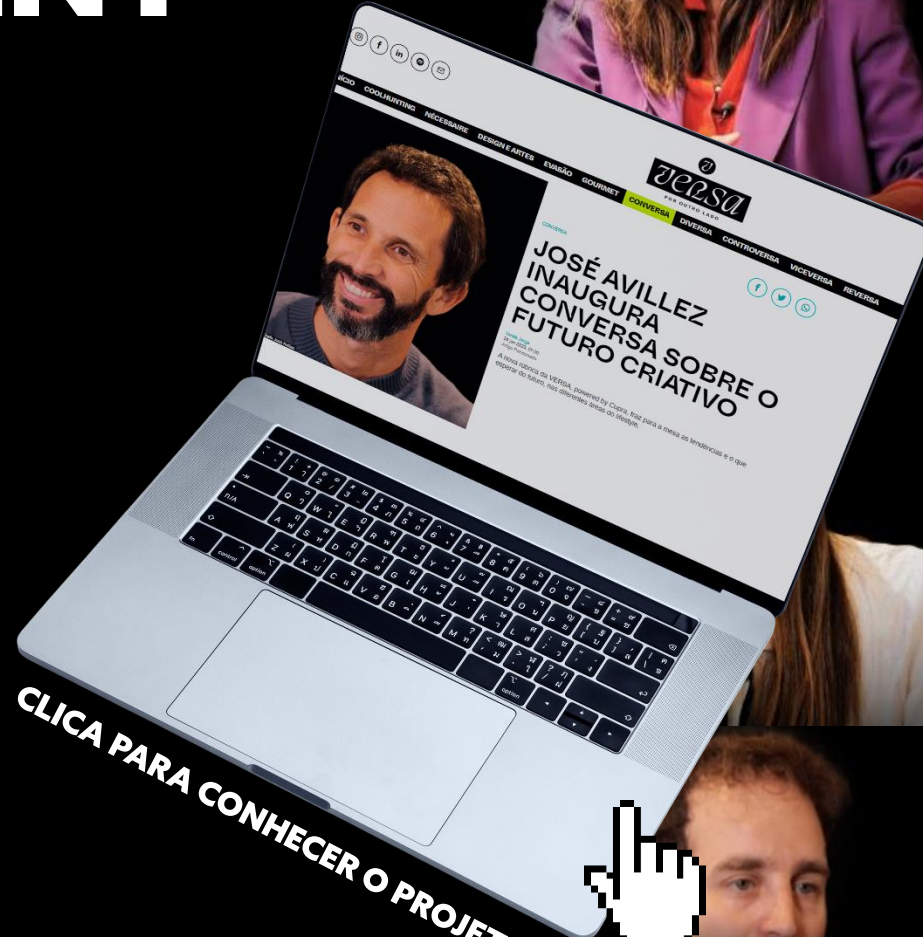
# BRANDED CONTENT



CONVERSA | POWERED BY CUPRA

Se há VERSA, também há conVERSA. E, neste caso, conVERSA sobre o Futuro Criativo. É este o nome da nossa nova rubrica, que a partir desta semana, convida diferentes protagonistas, de diferentes áreas criativas, para uma conversa sobre as tendências que estão a marcar os territórios onde se movem e sobre o que esperar criativamente desse lugar a que se convencionou chamar futuro.

CLICA PARA CONHECER O PROJETO!





ALIE A SUA MARCA À

# VERSA

#LIFEISMYSTYLE

COMO PODE COMUNICAR NA VERSA

**INTEGRAÇÃO DE MARCA  
EM CONTEÚDO**

**CAMPANHA & PATROCÍNIOS  
PACKS**

# VERSA

## Integração de marca em conteúdo

*conteúdo patrocinado*

### NATIVE AD TEXTO

#### **1 ARTIGO TEXTO ESCRITO PELA VERSA**

1 destaque 24h na homepage da VERSA  
1 post no facebook da VERSA  
1 instastory no instagram da VERSA  
1 post no fb da TVI  
partilha nos artigos relacionados e patrocinados

**1.500€**

### NATIVE AD VÍDEO

#### **1 ARTIGO VÍDEO REALIZADO PELA VERSA**

1 destaque 24h na homepage da VERSA  
1 post no facebook da VERSA  
1 instastory no instagram VERSA  
1 post no fb da TVI  
partilha nos artigos relacionados e patrocinados

**2.500€**

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



## 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.



# VERSA

## Integração de marca em conteúdo

*conteúdo exclusivo redes sociais*

### 1 Post facebook + 1 Instagram story VERSA

**Especificações:** Conteúdos Imagem/grafismos/vídeo + copy (materiais do cliente)

### AMPLIFICAÇÃO

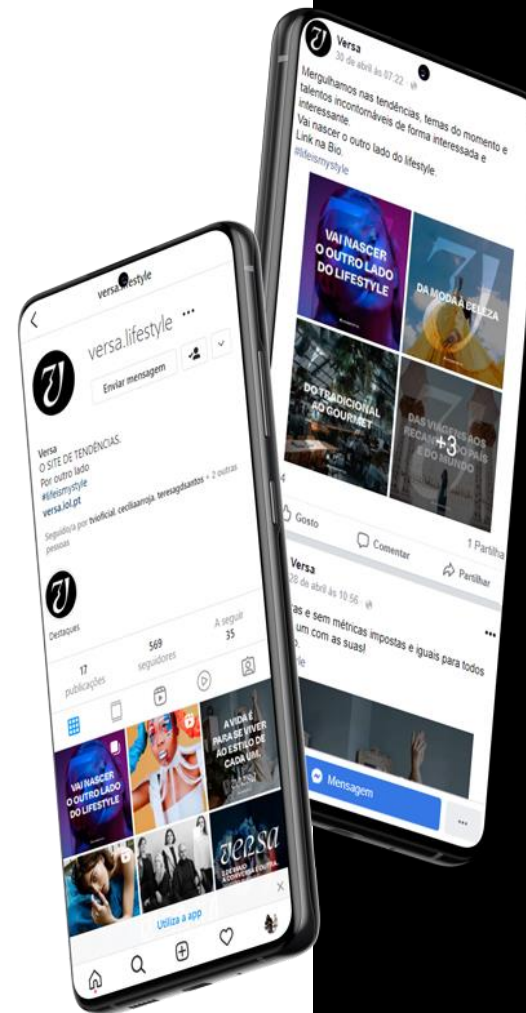
50.000 impressões em socialcard por conteúdo na rede MCD

## 1.225€

**OBSERVAÇÕES:** Conteúdos elaborados após briefing do anunciante.

As imagens e vídeos cedidos pelo cliente estão sujeitos a aprovação da VERSA.

**Todos e quaisquer conteúdos de social media terão que ser aprovados pela Media Capital.**



## A CRIAÇÃO DE CONTEÚDOS EXCLUSIVOS NAS REDES SOCIAIS VERSA, PRESSUPÕE:

- Identificação de "parceria remunerada" e identificação da marca em cada conteúdo.
- Link para a marca/anunciante
- É necessário a criação de um conceito editorial para os diversos conteúdos, com aprovação prévia da Media Capital ( ângulo editorial/conteúdo a rever caso a caso)



# *VERSA* | outras oportunidades

**Integração de marca em conteúdo**

*Podcast & videocast*

**Integração de marca em conteúdo**

*Talk Digital*

## 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, televidas 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.
17. Branderização do stand e hospedeiras de responsabilidade da marca.
18. Integrações Especiais sujeitas a validação por parte da produção do programa.
19. Artigos: Texto elaborado pela equipa editorial após briefing do anunciante. As imagens e vídeos cedidos pelo cliente estão sujeitos a aprovação. O valor de investimento apresentado é referente a Media (50%) e Produção (50% - este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel).

