



# INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 024/24

DIREÇÃO COMERCIAL  
26 DE MARÇO DE 2024



# NOVA TEMPORADA

## SINOPSE

A vida na Bela Vida continua igual a si própria: uma confusão pegada. Depois de Bino, Tomé e Nando descobrirem uma mala com um milhão de dólares, e acreditarem que esse dinheiro mudaria as suas vidas para sempre, eis que chega a hora de fazerem contas com El Cacto, que descobre, entretanto, quem ficou na posse daquilo que era seu. E quer o seu dinheiro de volta. Acontece que grande parte desse dinheiro já não existe. E El Cacto faz-lhes um ultimato: o dinheiro ou a vida. E está, novamente, instalado o desespero e o caos na vida destes belavidenses, que estão dispostos a tudo para conseguirem saldar a vida. Até mesmo apostarem todos os bens que lhes restam (negócios e cargos, inclusive) numa noite de jogo e de copos, com o recém-chegado à aldeia, Delfim - um amigo da criação de Bino, que entretanto enriqueceu.

Mas será que esse plano lhe irá correr bem?

Tudo isto durante o regresso da equipa de hóquei em patins da Bela Vida, que terá uma nova impulsionadora: a dona Corcovada, quem mais...?



## PERFIL DE TRANSMISSÃO

PREVISTO

Segunda a Sexta  
Prime-Time

# PORQUÊ APOSTAR NA FESTA É FESTA?

De modo a **responder às necessidades de comunicação** específicas de cada anunciante, e tirando partido das **mais valias da ficção nacional**, é possível a **associação de marcas às novelas da TVI**. São muitos os benefícios em apostar na Festa é Festa, que dispõe de um público fiel e constante, principalmente quando se trata de **integração em conteúdo**, através da qual as marcas integram **a narrativa de uma forma natural** e enquadrada associando-se simultaneamente a atores **com forte empatia com o público**.

**"Festa é Festa"** lidera no seu horário de exibição com 43,3% de share e 6,9% de audiência. Contactam diariamente com este conteúdo quase 900 mil pessoas (adultos).

Possibilidade de **passar atributos e valores de marca** de forma natural e enquadrada na narrativa

**Aumento da notoriedade** das marcas através da associação direta a conteúdos e atores TVI

**Abordagem de temas** específicos de forma **diferenciadora**

Elenco composto por **atores com forte empatia junto do público**



**Visibilidade para produtos e serviços** através de diferentes tipos de integração com influência na decisão de compra

**Público fidelizado** e bastante **recetivo ao conteúdo**

# PATROCÍNIO

O patrocínio do programa engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- **Junto às autopromoções do programa:** cartão de 5" (mínimo 57 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	7	10	5	3	1	26
	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	8	12	6	5	0	31

- **Junto ao programa (no início e no fim):** cartão de 5", com referência em voz off ao anunciante (10 inserções);
- **Nos blocos do programa:** spot com duração opcional (5 inserções);

**INVESTIMENTO DE MEDIA TOTAL** (variável de acordo com a duração do spot e número de semanas contratadas):

	CARTÕES 5"	CARTÕES 5" + SPOTS ATÉ 20"
4 SEMANAS	50 290€	76 210€

Notas:

- Para beneficiarem de exclusividade de categoria de produto, os patrocinadores devem considerar uma sobretaxa 20%, que só poderá ser contratada se o patrocínio não tiver já sido comprado por um concorrente.
- Para patrocínios com duração de spots diferentes, consulte por favor o seu diretor de conta.

# COLOCAÇÃO DE PRODUTO

De acordo com a natureza do programa, e tendo em vista satisfazer as necessidades de comunicação dos anunciantes, temos disponíveis as seguintes oportunidades:

**PRESENCAS ESPECIAIS:** Considera-se uma presença especial sempre que a mesma implique uma alteração de guião. O mesmo princípio aplica-se às alterações de décor. O produto é integrado na cena de acordo com o espírito desta e a sua presença implica alterações nas falas e comportamentos das personagens, podendo influenciar a história. Estas presenças são complementadas por referências diretas ou indiretas, respeitando as limitações legais e contratuais. Cenas desta natureza podem ter lugar em estúdio ou em exterior. O tempo de duração destas presenças será definido caso a caso, sendo a exposição do produto ou marca limitada ao tempo necessário tendo em conta o contexto da ação ou da narrativa do programa, tendo uma duração mínima de 30". As presenças serão ainda partilhadas com 1 post no Instagram da novela.

**PRESENCAS MANIPULADAS COM ALTERAÇÃO DE GUIÃO:** O produto ou marca é integrado no conteúdo ou programa através de situações típicas de consumo e que podem obrigar, ou não, ao seu manuseamento. Esta presença é complementada por referências diretas ou indiretas, respeitando as limitações legais e contratuais, sem influência direta na narrativa do conteúdo ou programa. Duração de 10".

**PRESENCAS PASSIVAS:** O produto ou marca está presente no conteúdo ou programa integrado de forma passiva. A presença passiva não implica manuseamento do produto por parte dos personagens ou apresentadores. (Ex: um sumo numa mesa, um detergente numa bancada de cozinha, uma máquina de café inserida num cenário, stockshots, etc.). Duração de 3".



---

[VEJA](#) A Q U I A L G U N S E X E M P L O S

---

# **COLOCAÇÃO DE PRODUTO**

## **OPORTUNIDADES ESPECÍFICAS**

- Bebidas e Produtos Alimentares
- Produtos para o Lar
- Produtos de beleza/higiene pessoal
- Telecomunicações
- Energia
- Banco/Seguradoras



# EXEMPLOS DE PRESENCAS ESPECIAIS

EDP



LUSIAVES



Clique nas imagens para ver o vídeo.

# EXEMPLOS DE PRESENCAS MANIPULADAS COM ALTERAÇÃO DE GUIÃO

KNORR



LENOR



Clique nas imagens para ver o vídeo.



# EXEMPLOS DE PRESENCAS PASSIVAS

OLÁ



AXE



Clique nas imagens para ver o vídeo.

# COLOCAÇÃO DE PRODUTO

## MARCAS QUE JÁ INTEGRARAM O FESTA É FESTA

Remax  
EDP  
Via Verde  
Prio  
Lenor  
Calzedonia  
Bimi  
Dona Uva  
Censos

Continente  
Olá  
Axe  
Colchões Emma  
Pingo Doce  
Knorr  
Fairy  
Neoblanc  
Pescanova  
Castelões

Lusiaves  
Galp  
Meo  
Sanifica Aria  
Clementoni  
Samsung  
Decisões e Soluções  
Friends of Glass  
Odisseias  
Avianense Chocolates

# COLOCAÇÃO DE PRODUTO

## INVESTIMENTO (EM VALORES UNITÁRIOS):

ESPECIAIS				MANIPULADAS C/ ALT DE GUIÃO		PASSIVAS	
MEDIA TV	PRODUÇÃO TV	MEDIA DIGITAL	PRODUÇÃO DIGITAL	MEDIA TV	PRODUÇÃO TV	MEDIA TV	PRODUÇÃO TV
7 500€	3 000€	750€	750€	3 000€	2 000€	200€	250€

### Notas:

- Os presentes valores estão sujeitos a revisões regulares;
- O valor inclui apenas a intervenção direta de 2 atores e sempre que as mesmas impliquem gravações fora dos décors da novela o valor de produção deverá ser objeto de orçamento suplementar;
- Os investimentos de produção poderão sofrer alteração em consequência das especificidades de cada projeto;
- A exclusividade por categoria de produto pressupõe uma sobretaxa a negociar caso a caso (e válida apenas em termos de Colocação de Produto);
- Eventuais presenças já gravadas e não exibidas, canceladas por indicação do anunciante/agência, serão sempre faturadas pela TVI ao preço de custo que foi objeto de acordo;
- A TVI e a Plural estão disponíveis para analisar soluções de comunicação à medida dos interesses de comunicação de cada anunciante, a integração da marca será analisada caso a caso mediante briefing do anunciante.

# TELEPROMOÇÕES

A escolha deste formato permite ao anunciante passar mensagens de carácter publicitário mantendo a ligação com o programa.

As telepromoções são gravadas com recurso aos décors e atores da novela e exibidas sob a forma de spot em posição preferencial do respetivo bloco.

---

VEJA [AQUI](#) ALGUNS EXEMPLOS

---

**INVESTIMENTO MEDIA** (por inserção de 60''): Valor negociado do anunciante + 100% de sobretaxa

**INVESTIMENTO PRODUÇÃO** (por execução): 15 000€  
(Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel, assim como direitos de imagem dos atores)

**Notas:**

- Os presentes valores estão sujeitos a revisões regulares;
- 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, inclui gravação num décor associado à novela;
- O guião é da responsabilidade da TVI, elaborado mediante briefing detalhado do anunciante;
- As telepromoções estão sujeitas a aprovação editorial por parte da produção do programa;
- Cada telepromoção contempla direitos de exibição para 4 semanas;
- Direitos de imagem dos atores a definir caso a caso.

## **DIGITAL**

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

## **LICENCIAMENTO**

A TVI coloca à disposição do mercado o seu portfólio de marcas, elementos identificativos, caras e conteúdos, adicionando assim valor e um fator distintivo aos produtos e marcas dos nossos clientes. O licenciamento permite também um conjunto de soluções de ativação das marcas dos anunciantes nos seus pontos de venda ou nos canais de comunicação próprios.

*Exemplos em:* <https://www.tvimedia.pt/produtos/solucoes/licenciamento/>

Consulte o seu diretor de conta para condições específicas.

## 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.



**TEMOS TUDO A VER**

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