

Verão

INFORMAÇÃO COMERCIAL 61/25
DIREÇÃO COMERCIAL | 16 DE JANEIRO 2025

A *Versa* É UMA

PLATAFORMA DIGITAL

ESPECIALIZADA EM

LIFESTYLE QUE ABRANGE E

COBRE TEMAS NAS ÁREAS

DA **MODA, VIAGENS,**

GASTRONOMIA,

BELEZA OU DESIGN.

Versa

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.

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)*

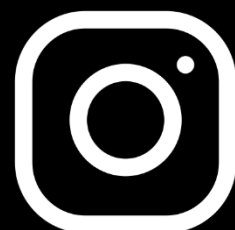
CLIQUE AQUI



Nota: maquete exemplificativa

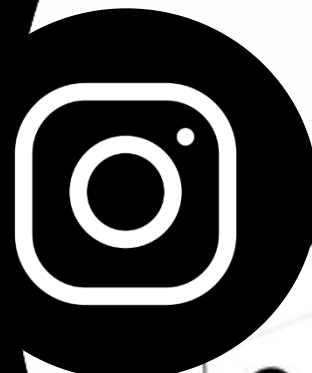
VERSA

redes sociais



+11 mil
seguidores

+113 mil
contas alcançadas



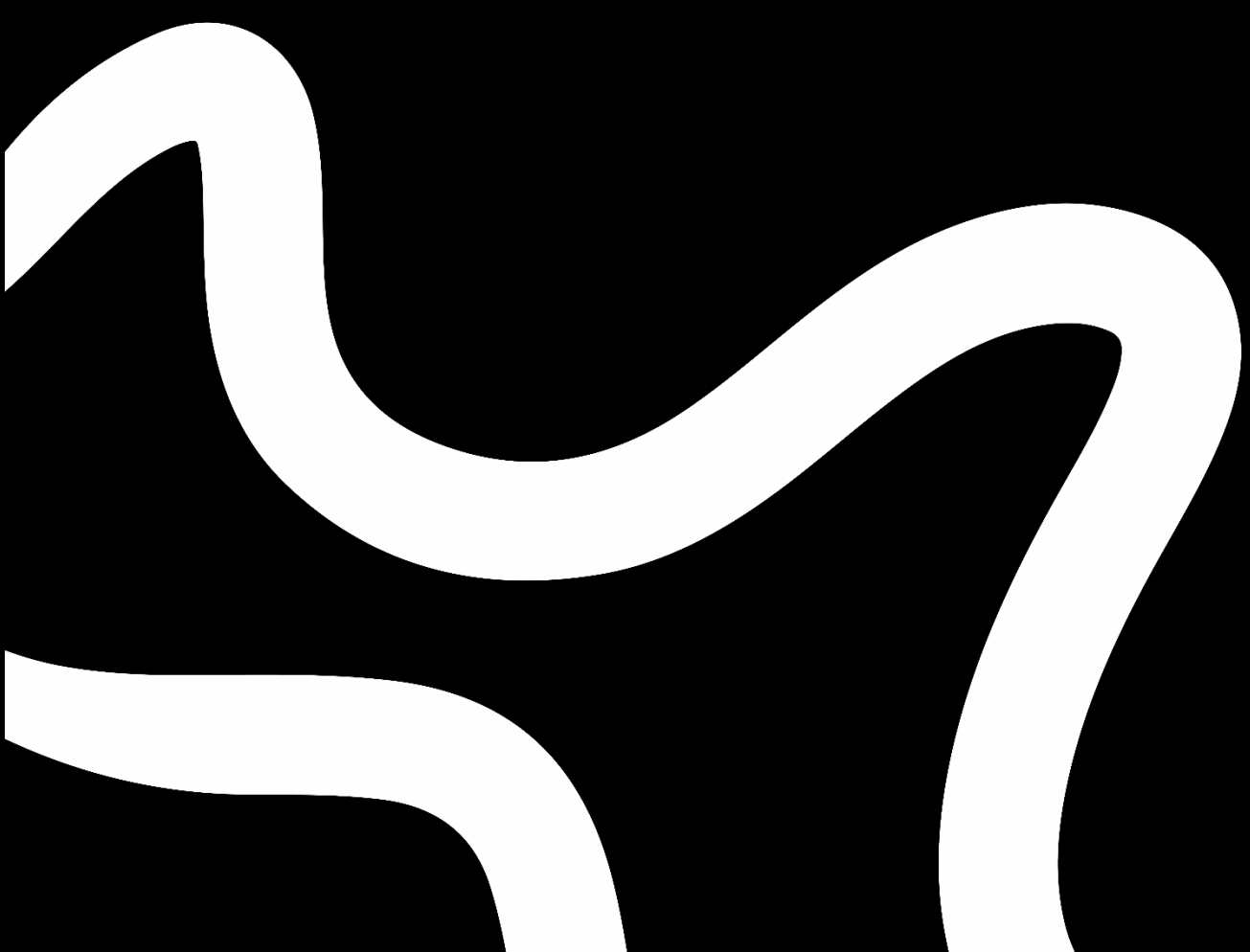
+91 mil
seguidores

+3.4 mil
alcance médio/post

+652 mil
contas alcançadas

COMO PODE COMUNICAR NA

PERSONA



1 | INTEGRAÇÃO DE MARCA
EM CONTEÚDO

2 | 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

2.500€

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

3.000€

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?

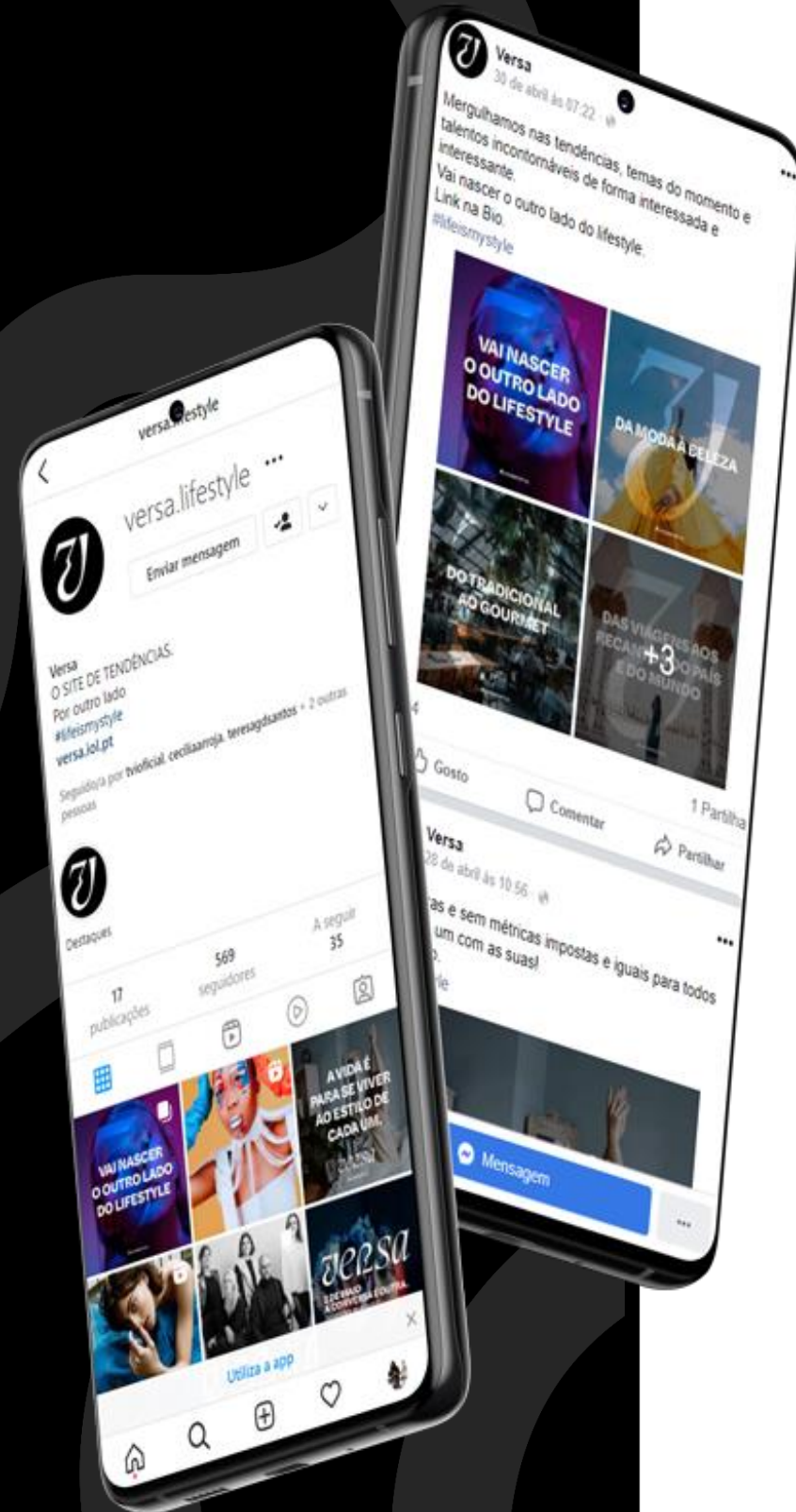
Um native é um formato não invasivo, capaz de envolver o leitor a conhecer o produto, projeto ou marca.

- 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.

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

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

3 825€

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.

VERSA

OUTRAS OPORTUNIDADES

INTEGRAÇÃO DE MARCA EM CONTEÚDO

Podcast & Videocast

INTEGRAÇÃO DE MARCA EM CONTEÚDO

Talk Digital

VIDEOCAST *versa*

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.

Exemplo de projeto na VERSA

CLIQUE PARA CONHECER O PROJETO!



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.