



INFORMAÇÃO COMERCIAL 129/24

DIREÇÃO COMERCIAL

27 DE MARÇO 2024

A woman with long, wavy brown hair is sitting on the roof of a dark-colored car. She is wearing a blue denim jacket over a black top, blue jeans, and white sneakers. Her hair is blowing in the wind. The background is a lush green forest with tall trees under a clear blue sky. The car is parked on a grassy area.

A MOBILIDADE QUE
MEXE CONNOSCO

A AWAY é para ti.
vamos começar a
viagem juntos!

The logo for 'AWAY magazine' features the word 'AWAY' in a bold, white, sans-serif font. The letter 'A' is highlighted with a yellow-to-white gradient. To the right of 'AWAY', the word 'magazine' is written in a smaller, white, lowercase sans-serif font, oriented vertically.

AWAY magazine

REVISTA DIGITAL SOBRE
MOBILIDADE, EXPERIÊNCIAS E
LIFESTYLE

away.iol.pt

**Reune mobilidade,
viagens, experiências e lifestyle,
com uma perspetiva sustentável.**

Um instante de evasão e um caminho de futuro.

O nome da nossa revista é tão evocativo como o conceito que lhe dá origem. Uma palavra simples, mas poderosa, porque cria imediatamente, no imaginário, um duplo significado. A necessidade de ir mais longe e a ligação à sustentabilidade leva-nos a um caminho mais equilibrado e saudável que todos ambicionamos no futuro.

AWAY magazine

Em cada conteúdo,
uma nova descoberta



A Revista Digital que te leva a descobrir novos caminhos

A **AWAY** não é uma mera revista de viagens, tecnologia ou de mobilidade. É, acima de tudo, um estado de espírito, uma maneira única de olhar para novas experiências, estejam elas onde estiverem.

Para nunca nos conformarmos e irmos sempre ao encontro da próxima descoberta!

A **AWAY** foca-se num estilo de vida mais saudável e sustentável. Interessa-se por novas formas de mobilidade, sejam ecológicas, exclusivas ou até o simples trajeto diário e por isso, pretende comunicá-las. **Se há um caminho a descobrir a AWAY vai levar-te até lá.**

Na **AWAY** há espaço para todo tipo de novidades de mobilidade, com testes a veículos elétricos, híbridos ou de qualquer forma de locomoção que evite as emissões nocivas de gases. Sol, ar, terra, mar, conta com a **AWAY** para saber como tornar o planeta mais sustentável.

Com a **AWAY** a viagem do ponto A ao ponto B não importa se é feita no carro mais caro e luxuoso do planeta ou se é realizada numa bicicleta silenciosa, o mais importante é ensinar cada pessoa a descobrir como desfrutar da sua própria viagem. Cada experiência pronta a descobrir, a **AWAY** vai levar-te até lá. Veículos elétricos, bicicletas, comboios ou barcos. Se pode mover-te e mudar o quotidiano para melhor, proporcionado momentos de evasão e bem-estar, contarás com a **AWAY** nessa jornada.



Ser AWAY magazine é...



É ter uma consciência mais **ecológica** ou estar disposto a perceber as vantagens de **mudar os hábitos** de mobilidade e de consumo energético.



Viver em **idades** cosmopolitas, mas procurar sempre que pode, a **evasão** e locais para respirar e estar com a natureza. Ansear por cidades mais amigas dos cidadãos, com vias para todos e locais de repouso.



Ser curioso, procurar emoção, quer descobrir novos caminhos e experiências.

Para viver o estilo **AWAY** não precisa de ter etiqueta de extrato social, é na harmonia e respeito mútuo que irá demonstrar o seu carácter emocional e descontraído.



Ter interesse pela **tecnologia** que o possa auxiliar no dia-a-dia, quer perceber o que a tecnologia lhe pode dar para o **futuro**.



AWAY magazine

O que a distingue

Descobre o longe que se faz perto.

The logo for WWAY magazine, featuring the letters 'W', 'W', 'A', and 'Y' in a stylized, white, sans-serif font. The 'W' and 'A' are connected, and the 'Y' is separate. The word 'magazine' is written in a smaller, lowercase, white, sans-serif font to the right of the 'Y'.

WWAY magazine

Muito mais que uma revista Digital

Conceito 360°

An icon consisting of three slanted parallel lines followed by the number '1', representing digital presence.

/// 1

DIGITAL
Site
Redes

An icon consisting of three slanted parallel lines followed by the number '2', representing brand identity.

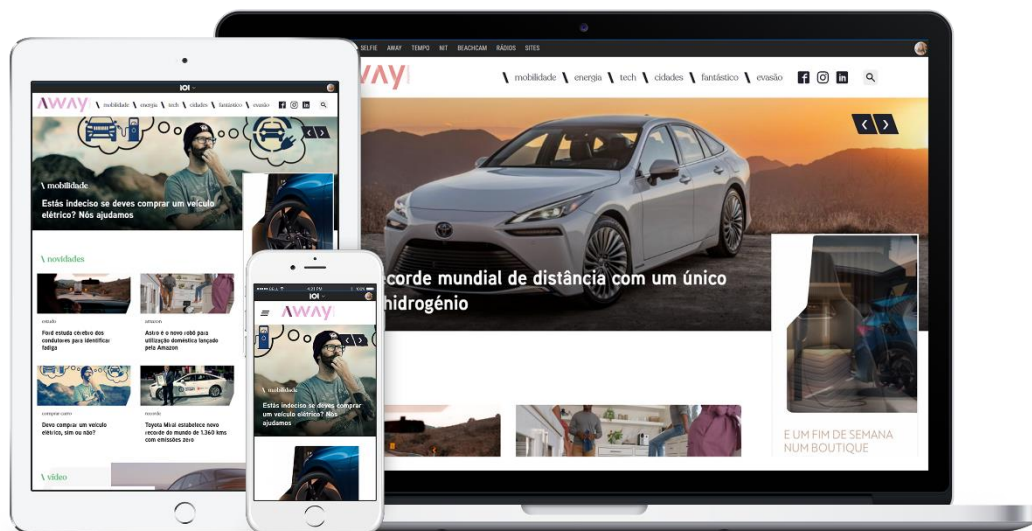
/// 2

ALIE A
SUA MARCA

// 1 Uma viagem pelo o nosso site

A **AWAY** expande a sua mensagem através do desktop ou mobile, com soluções criativas e dinâmicas que se adaptam a qualquer ecrã.

CLIQUE PARA VIAJAR PELO UNIVERSO AWAY



DADOS MENSAIS

Fonte: Google Analytics / Meta Business Suite
(Dados Fevereiro 2024)

+ 143 mil
visitas/mês

+125 mil
utilizadores únicos/mês

+268 mil
pageviews/mês

+157 mil
seguidores no Facebook

PERFIL DO UTILIZADOR

15% 35/54 anos

26% Lisboa **10%** Porto

61% feminino **39%** masculino

// 1

As nossas redes, à distância de um click.

REDES SOCIAIS AWAY, presente nas redes sociais, com conteúdos exclusivos. ACOMPANHE-NOS:



A viagem continua...

Away, uma experiência digital

Um conceito editorial, que divulga as melhores soluções, veículos e produtos de mobilidade sustentável. AWAY é também um espaço para descobrir novas e acessíveis rotas de evasão, não esquecendo a tecnologia digital que auxilia em toda a jornada de mobilidade. É um espaço de debate para divulgação de boas práticas, e políticas ambientais, aplicadas às acessibilidades, nas cidades e no meio ambiente que as rodeia.

\ **mobilidade**

\ **energia**

\ **tech**

\ **idades**

\ **evasão**

\ **fantástico**

Vídeos
Fotogalerias
Formatos interativos
Destaques
Conteúdos
Artigos de opinião
Talks
Roteiros
Podcasts
Rúbricas



A Revista Digital com os melhores conteúdos.

Temáticas editoriais



MOBILIDADE

Veículos (Carros, Mercado, Ensaio, Supermáquinas, Concepts, Apresentação, Antevisão)
Transporte (SHARE ou USABLE)
(E bikes, Motos Elétricas, Bus, Barcos, Hyperloop, car-sharing, rent)
Histórico (Clássicos, Efemérides, Curiosidades)
Radar (Fiscalidade/leis, Radares, Códigos, Sinais, Matrículas, Portagens)
Segurança (Sistemas, Prevenção, Dicas, Dossier Sazonal)
Personalidade (Desporto/pilotos, Destaques)
Eventos



ENERGIA

Ambiente/Planeta (Ciclovias, Energia verde, etc.)
Combustíveis (Renováveis, Postos, Campanhas)
Redes (Carregadores, Sistemas, Telemática)



CIDADES

Smart grid
Desenvolvimento Local
Planeamento
Logística



TECH

Tecnologia
Gadgets (Apps)
StartUp Tecnológica (Empresas)
Autónomo (AutoPilot)



FANTÁSTICO

O incrível
Insólito
Divertido



EVASÃO

Evasão / lazer
Experiências
“road trip”
Rúbricas

São as pessoas que dão valor às descobertas.

A opinião de especialistas, as estratégias e políticas ambientais no que concerne às cidades mais inteligentes e amigas dos cidadãos são igualmente um dos focos da AWAY. Por cada cidade que se transforma a AWAY está lá para acompanhar.



EDITORIAL

Conteúdo de Opinião.

POLICY MAKERS

Crônicas
Entrevistas
Colunistas

ENTREVISTAS

Política
Economia
Mercado mobilidade

+notoriedade



Alie a sua marca

à **AWAY** magazine

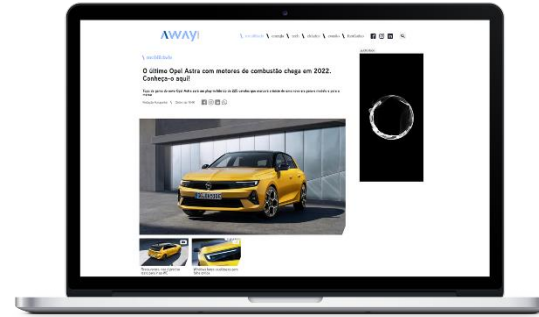
SAIBA COMO



// 3

Integração de marca nos conteúdos- **Digital**

Conteúdo patrocinado



NATIVE AD TEXTO

1 ARTIGO TEXTO ESCRITO PELA AWAY

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

3.000€

NATIVE AD VÍDEO

1 ARTIGO VÍDEO REALIZADO PELA AWAY

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

4.000€

OBSERVAÇÕES: Texto elaborado pela equipa editorial após briefing do anunciante. As imagens e vídeos cedidos pelo cliente estão sujeitos a aprovação da AWAY. 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 evasivo, 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.

Integração de marca nos conteúdos- **Digital** Talk's Away

Um formato que nos permite mais proximidade com os leitores do site AWAY e comunidade das redes sociais.

A Talk Digital Away é uma conversa em directo/ streaming no ambiente/redes sociais AWAY. Num formato de vídeo conferência com presença de grafismos personalizados, permite realizar uma conversa informal com os intervenientes remotamente sobre as mais variadas temáticas.

- Presença de grafismo e ou marca, oráculos identificativos
- Possibilidade de inclusão de vídeo dentro do live
- Disponível para lives superiores a 20'
- Presença de representante/moderador AWAY
- Presença de intervenientes/ representantes do anunciante
- Painel de oradores podem interagir entre si.
- Alcance do live até 9 canais (redes sociais)

A equipa editorial AWAY, é responsável pelo o alinhamento editorial da Talk, assim como a sua moderação.



Integração de marca nos conteúdos- **Digital** Talk's Away

TALK DIGITAL

Directo streaming online no AWAY (redes sociais)

AMPLIFICAÇÃO

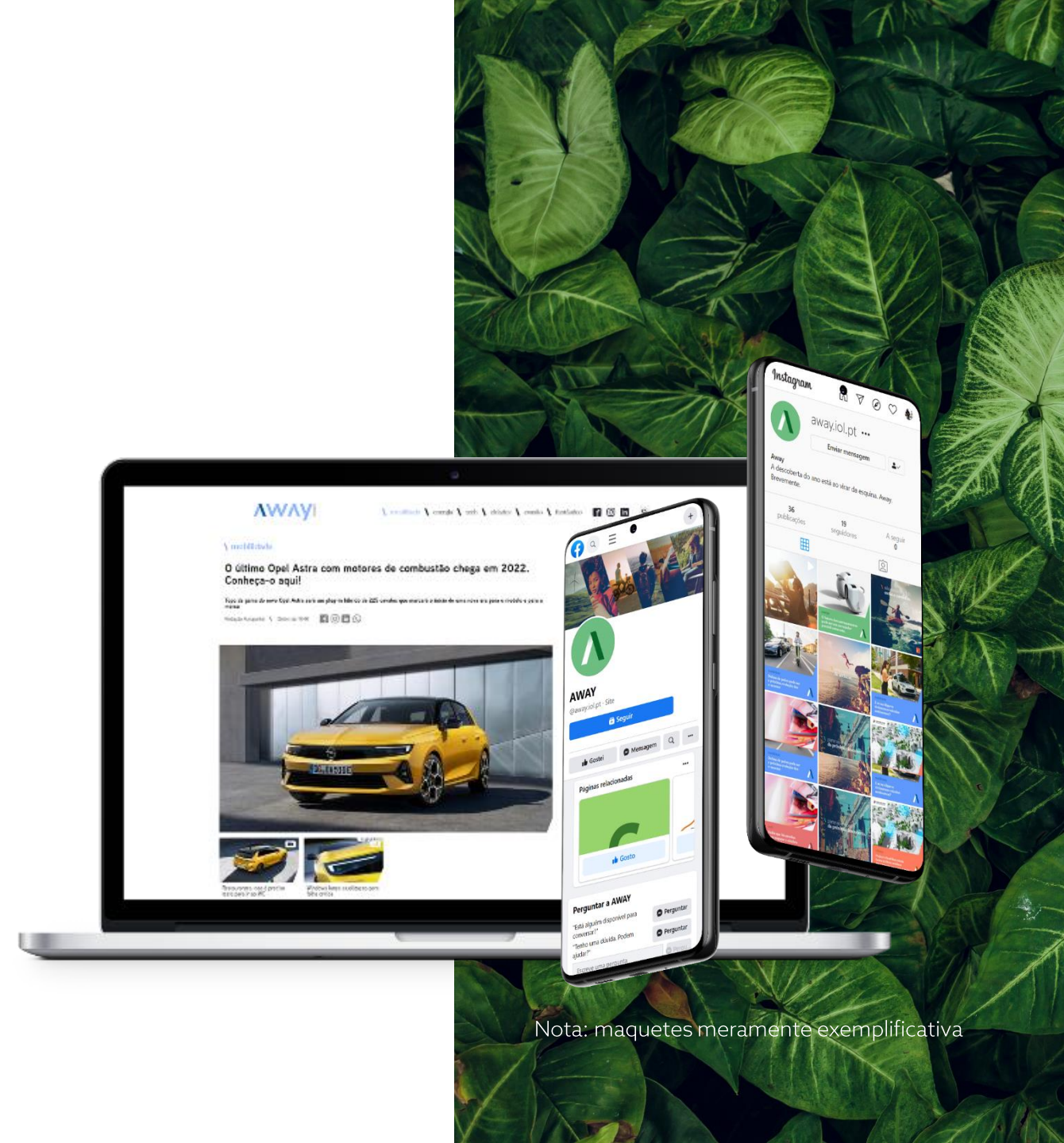
- 1 destaque na homepage da AWAY- a promover a talk
- 1 post no facebook da AWAY- a promover a talk
- 1 instastory no instagram AWAY-a promover a talk

CONTEÚDOS

2 native ads na Away (Pré e pós talk) com:

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

10.200€



Nota: maquetes meramente exemplificativa

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.

The logo for 'AWAY magazine' features the word 'AWAY' in a large, bold, white, sans-serif font. The letters are slightly shadowed, giving them a 3D appearance as if they are floating above a dark, winding road that cuts through a dense green forest. To the right of the word 'AWAY', the word 'magazine' is written in a smaller, white, lowercase, sans-serif font, oriented vertically.

DESCOBRE O TEU MUNDO

WWW.AWAY.IOL.PT