

CONGEE LA

INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 161/24

DIREÇÃO COMERCIAL
24 DE MAIO DE 2024

tvi

Congela, o jogo mais refrescante deste verão!

"Congela" é o novo concurso da TVI que promete agarrar os portugueses aos ecrãs. Com apresentação de Pedro Teixeira, o programa vai contar com um leque de concorrentes surpreendente. Ana Sofia Martins, Bruno de Carvalho, Diogo Amaral, Gabriela Barros, Manuel Marques, Matilde Breyner, Raquel Tillo, Sara Prata e Tiago Teotónio Pereira são os nove escolhidos para participarem neste desafio.

"Congela" é um divertido game show de resistência onde os participantes "congelam". O objetivo é permanecer imóveis durante o jogo. O desafio vai ser controlar as emoções ao máximo e suportar qualquer desconforto ou vontade de rir, ou seja, têm de ser frios como o gelo.

Não perca "Congela", em breve, na TVI!



PERFIL DE TRANSMISSÃO PREVISTO

Dia da Semana: Sábado
Faixa Horária: Prime Time
Nº de episódios: 8

Congela, o jogo mais refrescante deste verão!

A série, de 8 programas, é disputada pelos nove concorrentes divididos em 3 equipas. Em cada programa, todos os participantes jogam em 3 rondas, de 3 pessoas - 1 participante por equipa, por ronda; e no final do programa, são contabilizados os pontos e é declarada uma equipa vencedora. No final da série, é declarada vencedora a equipa que acumulou mais pontos ao longo dos 8 programas.

Os desafios decorrem numa espécie de arena, projetada para aumentar a tensão e o suspense entre os jogadores. Noutro espaço, os outros elementos da equipa e o apresentador assistem e divertem-se com as reações dos participantes em jogo.

Cabe ao Pedro Teixeira o papel de anfitrião do formato, o único que sabe qual o jogo que se segue e é só à sua voz de comando que o jogo se inicia. 3...2...1... Congela!

Tudo pode acontecer... mas a regra é sempre a mesma: aconteça o que acontecer, não se podem mexer.

PATROCÍNIO

O patrocínio do programa engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- **Junto às autopromoções do programa:** cartão de 5" (mínimo 32 inserções), com referência em voz off ao anunciante, com a seguinte distribuição:



FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	TOTAL
Nº DE INSERÇÕES	5	6	2	3	16



FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	TOTAL
Nº DE INSERÇÕES	4	7	3	2	16

- **Junto ao programa** (no início e no fim): cartão de 5", com referência em voz off ao anunciante (2 inserções);
- **Nos blocos do programa:** spot com duração opcional (1 inserção);

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

	CARTÕES 5"	CARTÕES 5" + SPOTS 20"
4 SEMANAS	18 840€	24 600€

Nota:

- Para beneficiarem de exclusividade de categoria de produto, os patrocinadores devem considerar uma sobretaxa de 20%, que só poderá ser contratada se o patrocínio não tiver já sido comprado por um concorrente;
- Para patrocínios superiores a 4 semanas, e/ou 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: Enquadrado no perfil do programa, e de acordo com os limites legais existentes, há a possibilidade de criar situações à medida dos interesses de comunicação de cada anunciante. As presenças serão avaliadas caso a caso mediante briefing do anunciante. 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. As presenças serão ainda promovidas no Instagram da TVI com uma story.

INVESTIMENTO (por presença):

PRESENCAS ESPECIAIS - MEDIA		PRESENCAS ESPECIAIS - PRODUÇÃO (*)	
TELEVISÃO	DIGITAL	TELEVISÃO	DIGITAL
7 500€	750€	4 000€	750€

(*) este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel).

Notas:

- Os presentes valores estão sujeitos a revisões regulares;
- Os valores relativos a investimentos de produção contemplam apenas 1 cachet e devem ser confirmados após briefing;
- Eventuais VT'S a incluir serão objeto de orçamento.

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

Em baixo apresentamos alguns exemplos de oportunidades que poderão ter associação de marcas. A mecânica das presenças será definida após briefing.

EXEMPLOS DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

1. LOUNGE APRESENTADOR

Embora a ação se passe na sala de jogo, onde está um elemento de cada equipa, o programa viverá muito da interação com os restantes colegas, que se encontram com o apresentador a assistir ao desenrolar do desafio.

Esta é a janela de oportunidade perfeita para comunicar um produto ou um serviço, que poderá ser integrado de forma natural num espaço que se prevê que reinará a diversão e o companheirismo.



Imagens ilustrativas

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

CONGELA
ENTRETENIMENTO

EXEMPLOS DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

2. BOTÃO INÍCIO DE JOGO

Cabe ao apresentador iniciar e terminar as provas, bastando para isso utilizar o botão que se encontra à sua frente, ao longo de todos os desafios.

Podemos, com visibilidade de marca, comunicar um produto ou serviço num dos elementos de destaque do formato.



Imagens ilustrativas

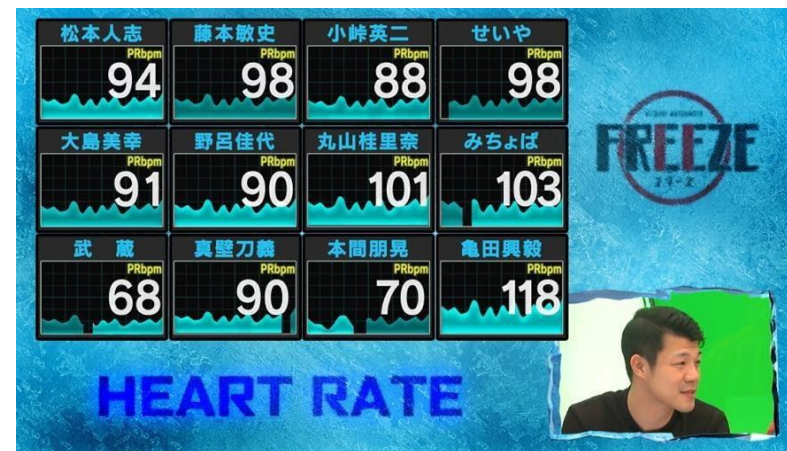
COLOCAÇÃO DE PRODUTO

EXEMPLOS DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

3. GRAFISMO BATIMENTO CARDÍACO

Num programa que vive de sustos, é importante irmos acompanhando os batimentos cardíacos dos nossos concorrentes, para percebermos como reagem aos vários desafios que lhes são propostos.

Esta é um momento de tensão, que nos mostra o que os concorrentes estão a sentir, sendo a ocasião certa para garantirmos exposição de produtos e serviços.



Imagens ilustrativas

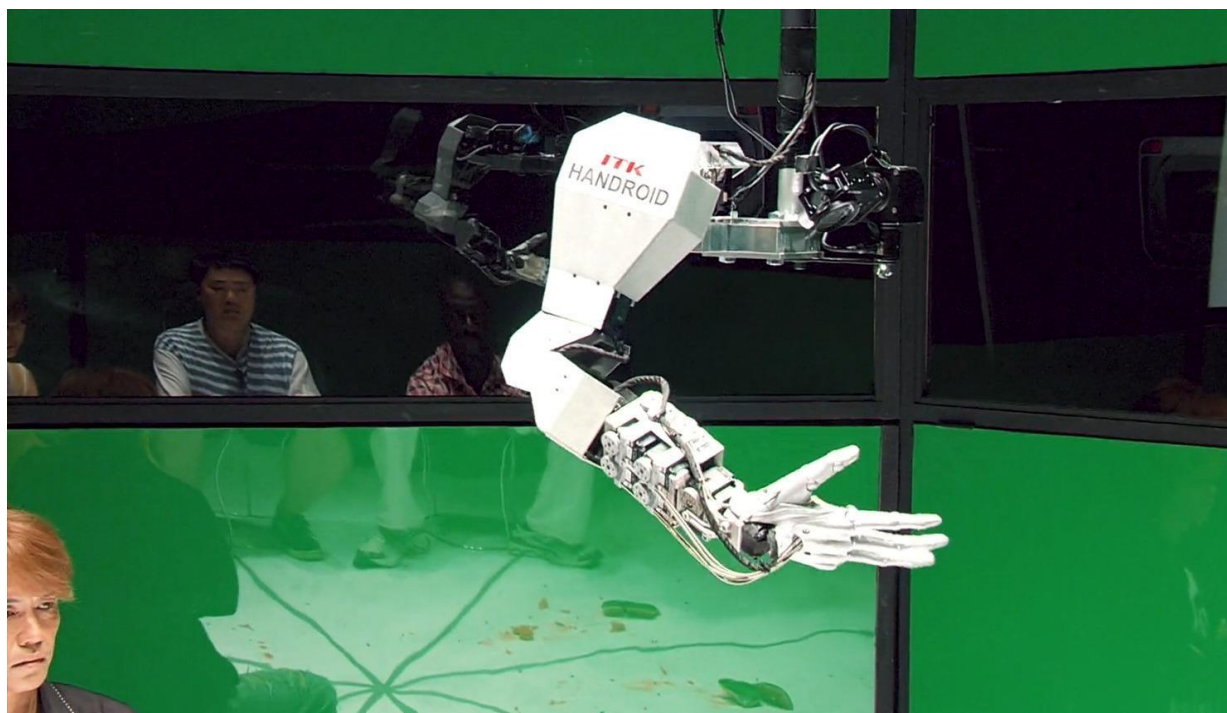
COLOCAÇÃO DE PRODUTO

EXEMPLOS DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

4. BRAÇO MECÂNICO

Presente em variadíssimos jogos ao longo da temporada, este elemento desafiará até os concorrentes menos sensíveis.

Com a possibilidade de transportar produtos até 2kg, esta é uma oportunidade de colocarmos produtos como elementos centrais das provas dos concorrentes.



Imagens ilustrativas

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

EXEMPLOS DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

5. BONECO 2 AMIGOS

Dois bonecos, com voz off, farão parte integrante deste programa, contando histórias aos concorrentes enquanto os sustos aparecem.

Esta é uma oportunidade para contarmos as histórias de marcas de forma natural na dinâmica do programa. Por exemplo, numa prova em que o desafio é não se mexerem, por levarem um choque, será possível referir que um determinado produto ou serviço é chocante.



Imagens ilustrativas

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

CONGELA
ENTRETENIMENTO

EXEMPLOS DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

6. Prémio/Troféu

Para além do grande título de equipa vencedora do Freeze, os nossos concorrentes habilitam-se a levar prémios para casa.

Teremos um prémio por semana, para a equipa que somar mais pontos nos 9 desafios, e uma equipa vencedora da temporada, depois de somarmos todos os pontos de todos os desafios da série.

Em todos os programas, temos a oportunidade de surpreender os nossos vencedores, através da entrega de produtos que os deixarão muito animados.



Imagens ilustrativas

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

EXEMPLOS DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

7. Jogos Personalidades para marcas

É possível adaptar a mecânica dos vários jogos e criar situações à adaptadas aos eixos de comunicação de cada anunciante, enquadrando-os na lógica do formato para garantir um conteúdo orgânico e eficaz.

Exemplo

Ligados a um aparelho de choques, os nossos concorrentes serão desafiados a não reagir sempre que a máquina estiver a funcionar, o que irá gerar momentos hilariantes. No storytelling da prova será possível brincar com o conceito do desafio, destacando que determinado produto ou serviço é chocante.



Imagens ilustrativas

TELEPROMOÇÕES

Temos também disponível a comercialização de telepromoções. Espaço comercial exibido no decorrer do programa. A escolha deste formato, além de permitir um alto envolvimento do produto/marca com o programa, permite ao anunciante passar mensagens de carácter publicitário, com explicação e call to action.

As telepromoções são gravadas utilizando o décor e o apresentador do programa.

VEJA AQUI ALGUNS EXEMPLOS

INVESTIMENTO:

FAIXA HORÁRIA	MEDIA	PRODUÇÃO (*)
PRIME TIME	7 500€	2 500€

(*) valor por execução, este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel).

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 e incluem apenas direitos de imagem de um apresentador;
- O guião é da responsabilidade da TVI, elaborado mediante briefing detalhado do anunciante que deverá ser enviado com uma semana de antecedência;
- Materiais gráficos deverão ser enviados com uma semana de antecedência;
- Gravação Live on tape. Execução simples e sem edição;
- Cada telepromoção só pode ser exibida uma vez;
- Eventuais telepromoções já gravadas e não exibidas, canceladas por indicação do anunciante/agência, serão faturadas pela TVI pelo valor que foi objeto de acordo.

PUBLICIDADE EM ECRÃ FRACIONADO

O programa contempla a possibilidade de realização de inserções de publicidade em ecrã fracionado durante a sua exibição. Esta forma de comunicação tem grande impacto e permite que a audiência veja a mensagem publicitária sem interrupção para intervalo. O número de inserções por programa é variável e será definido posteriormente, tendo em conta a natureza e a integridade do conteúdo do programa.

CARACTERÍSTICAS:

- Inserção exibida de forma individualizada;
- Área máxima de inserção: equivalente a ¼ do ecrã;
- Separação gráfica entre os 2 conteúdos;
- Presença da menção "Publicidade" durante a exibição.

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

INVESTIMENTO PRODUÇÃO (por execução): 1 500€ (Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel)

Notas:

- Valor de produção contempla até ao limite de duas alterações. Outras revisões estão sujeitas a orçamento.



Exemplos em: <https://www.tvimedia.pt/portfolio-item/ecra-fracionado/>

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