



INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 180-24

DIREÇÃO COMERCIAL

17 DE MAIO DE 2024



2024

O NOVO REALITY SHOW QUE VAI **AGITAR OS MESES** **QUENTES DE** **VERÃO!**

Um programa irreverente, para pessoas descontraídas, que procuram uma experiência inesquecível!

Uma casa de férias, um jogo com **duas equipas e dilemas diários** são as peças de um jogo de onde só um sairá vencedor!

DILEMA esconde reviravoltas que só no último dia permitem conhecer o vencedor do prémio amealhado. **Os dilemas prometem mexer com os limites e a moral dos concorrentes!**

Até onde estarão dispostos a ir para ser bem sucedidos?
Vão optar pelo interesse pessoal ou pelo bem coletivo?
O dinheiro ou a solidariedade?

**TERÃO CORAGEM
PARA TOMAR AS
DECISÕES
NECESSÁRIAS?**

**ATÉ ONDE ESTARÃO
DISPOSTOS A IR?**

QUEM



- Figuras públicas;
- Influencers.

O QUÊ?



- Partilham o dia a dia numa casa onde são filmados 24 horas por dia
- Enfrentam dilemas
- Divididos em duas equipas
- Lutam pela permanência no jogo
- Tentam conquistar o máximo de dinheiro possível
- Só um será o grande vencedor

A DESTACAR

1. DILEMAS EQUIPAS
2. INSIDER
3. FIGURAS DE VERMELHO
4. MECÂNICA DO JOGO
5. NO DIGITAL



DILEMAS

- O jogo assenta em **DILEMAS DIÁRIOS** diversificados, que tanto podem ser **divertidos** como **duríssimos**;
- Servem para fins simples, como a conquista de alimentos diária, ou para o **objetivo** maior: **conquistar dinheiro para o prémio final**;
- Ouve-se em toda a casa um sinal sonoro, concorrentes reúnem-se nos sofás de equipa e no plasma aparece o nome de quem vai enfrentar o dilema;
- Na **SALA DOS DILEMAS**, o concorrente estará a sós, para **DECIDIR** de forma **ESTRATÉGICA**;
- A sua decisão aparecerá no plasma da sala, para ele se justificar, ou não, aos colegas.



01

INSIDER

- Um **infiltrado que visita a casa;**
- Tem o respeito e o carinho dos concorrentes, embora possam temê-lo também;
- **Lança tarefas, dinamiza ações, avalia** a prestação das equipas, esclarece assuntos na ordem do dia;
- Nos **diários, fala em direto** com o apresentador;
- Na gala, vai até ao estúdio e tem decisão importante a tomar, já que conhece o contexto como ninguém.

2024

02

FIGURAS DE VERMELHO

- **2 PESSOAS VESTIDAS DE VERMELHO** entram na casa pontualmente;
- São o prenúncio de que algo importante se vai passar;
- **Não falam**, mas são expressivos. **São misteriosos**, mas também divertidos.



03



MECÂNICA DO JOGO

- Concorrentes jogam em equipa, mas também de forma individual;
- Lutam para conquistar o máximo dinheiro possível;
- Enfrentam dilemas para perder ou ganhar dinheiro, muitas vezes com a consequência contrária para a equipa adversária, mas... podem acabar por mudar de equipa;
- Só os elementos da equipa com mais dinheiro na grande final poderão competir pelo prémio final.



04



ROTINAS DE JOGO



- Tarefas domésticas
- Jogos simples - físicos ou intelectuais
- Votações com consequência - concorrentes serão chamados a dar opinião uns sobre os outros
- Festas - várias vezes por semana.



NO DIGITAL

- Paralelamente à emissão em antena, o programa Dilema terá uma forte componente digital, onde diariamente serão realizados conteúdos exclusivos, com destaque às Galas semanais.
- Um repórter digital acompanhará todos os momentos .
- **Poderemos acompanhar o Dilema nas seguintes plataformas digitais:**



Página Facebook
do programa



Página Instagram
do programa

Página Instagram
TVI



Youtube TVI



TIKTOK TVI



SEÇÃO SITE
TVI REALITY

TVI PLAYER



APP TVI

05



DILEMA

Manuel Luís Goucha é o anfitrião da nova aposta da TVI para este verão.



ESTREIA PREVISTA
1ª quinzena Julho

Todos os dias na TVI e TVI Reality

PERFIL DE TRANSMISSÃO PREVISTO



	ÚLTIMA HORA	DIÁRIO	ESPECIAL	EXTRA	SEMANA (COMPACTO)	GALAS
PERIODICIDADE	2ª a sábado	2ª a sábado	2ª a 6ª feira	2ª a 6ª feira	Sábado	Domingo
FAIXA HORÁRIA PREVISTA	Access (18h)	Access (19h)	Prime Time	Late Night	Late Night	Prime Time



Canal inteiramente dedicado ao programa

PATROCÍNIO

O patrocínio do programa engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- Junto às autopromoções do programa na TVI e TVI Reality: **cartão de 5"** (mínimo 53 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	8	10	4	3	3	28
	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	7	10	6	2	0	25

- Junto aos **programas na TVI** (no início e no fim): **cartão de 5"**, com referência em voz off ao anunciante **(48 inserções)**;
- Junto aos **programas na TVI Reality** (no início e no fim): **cartão de 5"**, com referência em voz off ao anunciante **(42 inserções)**;
- Nos **blocos dos programas na TVI: spot** com duração opcional **(20 inserções)**;
- Nos **blocos dos programas na TVI Reality: spot** com duração opcional **(21 inserções)**;
- **Plataformas digitais:** pre/mid/post roll com duração opcional até 30" **(10 000 visualizações)**.

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

	CARTÕES 5"	CARTÕES 5" + SPOTS 20" + PREROLL ATÉ 20"
4 SEMANAS	134 710€	221 990€

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 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 partilhadas no Instagram do programa.

AQUISIÇÃO DE DECOR: É possível adquirir um décor (ou parte dele) de forma contínua. Ao adquirir o décor o anunciante estará presente na casa de forma natural, na dinâmica diária dos concorrentes e terá visibilidade tanto nos programas da TVI como no direto da TVI Reality. Esta aquisição não pressupõe a verbalização da marca nem de características do produto e será avaliada e desenhada após briefing.

VEJA AQUI ALGUNS EXEMPLOS DE INTEGRAÇÕES

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

ALGUNS EXEMPLOS DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS



PRODUTOS "VERÃO"

- Aperitivos, Snacks, Gelados, Fast Food, Arca frigorífica;
- Barbecues;
- Bebidas que comunicam no verão;
- Produtos de beleza verão/praias - bronzeadores, protetores, cremes, depilação (passam muito tempo no jardim, ao sol, de fato banho);
- Óculos de sol;
- Sunsets, festas de verão, happy hour.

DILEMA

O SPOT DO VERÃO, NA TVI!

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

ALGUNS EXEMPLOS DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

ESPAÇO EXTERIOR

O JARDIM

- Decoração;
- VT Making-Off;
- Identificação da marca no espaço;
- Comunicar produtos de verão: piscinas, espreguiçadeiras, plantas, mesas, cadeiras, etc.



EVENTOS

- Traduzir em real time, eventos que acontecem no verão;
- Exemplos: Festivais; tours de marcas; ações de verão.

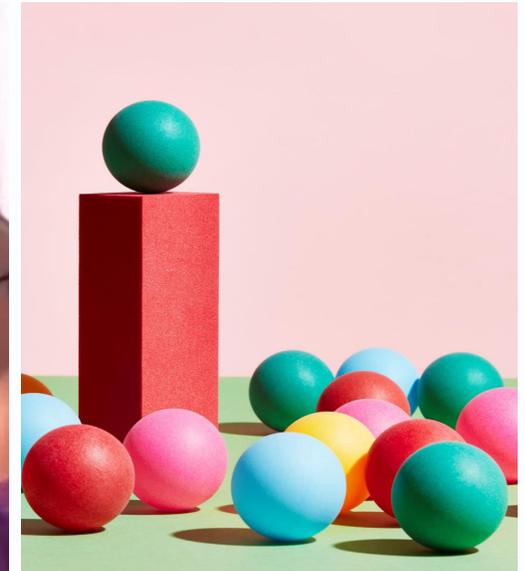
COLOCAÇÃO DE PRODUTO

ALGUNS EXEMPLOS DE OPORTUNIDADES COMERCIAIS

ELEMENTOS DIFERENCIADORES

FIGURAS DE VERMELHO (podem assumir funções relacionadas com a comunicação das marcas). Não falam. Levam produtos, mensagens. A definir após briefing.

INSIDER – o repórter que vai à Casa pode “cobrir” evento de marca em real time com diretos e transportar para o digital o que vê lá dentro. A definir após briefing.



COLOCAÇÃO DE PRODUTO

INVESTIMENTO TVI (por presença):

PROGRAMA	PRESENCAS ESPECIAIS - MEDIA		PRESENCAS ESPECIAIS - PRODUÇÃO (*)	
	TELEVISÃO TVI + TVI REALITY	DIGITAL	TELEVISÃO	DIGITAL
DIÁRIO 2ª A 6ª - ÚLTIMA HORA (18H)	5 000€	750€	1 500€	750€
DIÁRIO 2ª A 6ª - DIÁRIO (19H)	5 500€	750€	1 500€	750€
DIÁRIO 2ª A 6ª - LATE NIGHT	2 500€	750€	1 500€	750€
COMPACTO SÁBADO	2 500€	750€	1 500€	750€
GALA DOMINGO	8 000€	750€	4 000€	750€

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

Notas:

- A hora de emissão das presenças é referente à passagem do programa na TVI. Na TVI Reality a presença poderá ser emitida num outro horário;
- Valores sujeitos a revisão tendo em conta a especificidade da presença;
- Valores de media e produção para a aquisição de décor/decores serão a orçamentar caso a caso após briefing;
- Os valores relativos a investimentos de produção contemplam apenas 1 cachet.
- Eventuais VT'S a incluir, gravações no exterior ou necessidades de décor não previstas serão objeto de orçamento,

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 e os interesses de comunicação do anunciante.

INVESTIMENTO

MEDIA

PRODUÇÃO

Por inserção

Valor negociado do anunciante
+ 100% de sobretaxa

Por execução: 1 500€

(Este valor exclui qualquer margem
de intermediação/rappel)



CARACTERÍSTICAS:

Inserção exibida de forma individualizada;

Área máxima de inserção: equivalente a 1/4 do ecrã;

Separação gráfica entre os 2 conteúdos;

Presença da menção "Publicidade" durante a exibição.

EXEMPLO DE FORMATO AQUI

Notas:

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

TELEPROMOÇÕES

Temos também disponível a comercialização de telepromoções. 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 no décor do programa e exibidas no decorrer do mesmo.

EXEMPLO DE FORMATO AQUI

Notas:

- Os presentes 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.

INVESTIMENTO:

FAIXA HORÁRIA	MEDIA (POR INSERÇÃO)	PRODUÇÃO (*) (POR EXECUÇÃO)
DIÁRIO 2ª A 6ª - ÚLTIMA HORA 18H	3 500€	1 500€
DIÁRIO 2ª A 6ª - DIÁRIO 19H	6 000€	1 500€
DIÁRIO 2ª A 6ª - LATE NIGHT	2 500€	1 500€
GALA DOMINGO - PRIME TIME	7 500€	2 500€

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

DIGITAL

Para uma maior associação dos anunciantes às plataformas digitais do programa, propomos os seguintes packs de media:

	FORMATO	IMPRESSÕES	PERÍODO	INVESTIMENTO
SITE TVI E TVI PLAYER	Mega Billboard	300 000	4 semanas	4 300€
	Halfpage	400 000		

De forma a impactar toda a audiência, sugerimos ainda a possibilidade de associar a sua marca aos conteúdos do programa nas redes sociais:

	FORMATO	MEIO	INSERÇÕES	INVESTIMENTO
TVI	STORY	INSTAGRAM	2	3 500€
	POST	FACEBOOK	2	4 000€

Tendo em conta os objetivos de comunicação de cada anunciante, é possível criar soluções à medida de cada um. Cada presença será analisada e construída mediante briefing do anunciante.

INVESTIMENTO MEDIA E PRODUÇÃO: A definir, mediante briefing.

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/>

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.



TEMOS TUDO A VER

WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT