

A FAZENDA

INFORMAÇÃO COMERCIAL Nº 246/24

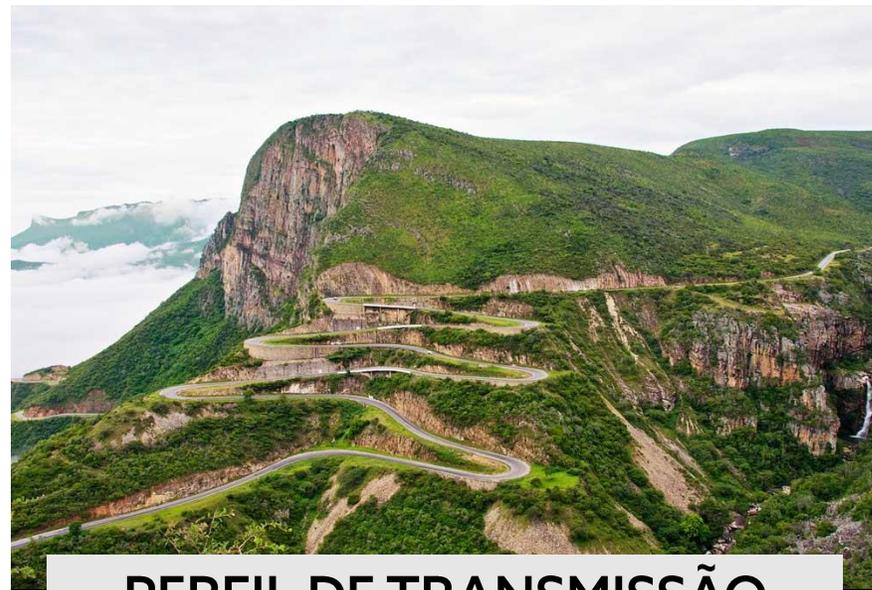
DIREÇÃO COMERCIAL

10 DE OUTUBRO DE 2024



Dois jovens, uma portuguesa e um angolano, vivem um grande amor, ameaçado pela disputa de uma fazenda herdada em Angola.

A nova novela da TVI centra-se numa grande fazenda em Angola, cuja ação decorre entre este país e Portugal. Retrata uma realidade em que as deslumbrantes paisagens das províncias Angolanas e as ricas tradições culturais convivem com a modernidade do seu mundo empresarial.



PERFIL DE TRANSMISSÃO

PREVISTO

Estreia: Último trimestre
Segunda a Sexta
Prime-Time

SINOPSE

Eva, uma jovem sem perspectivas, descobre que herdou uma fazenda em Angola. Ao ouvir o nome do doador, a sua mãe revela um segredo do passado. Ela acompanhava o marido, numa viagem de negócios a Angola, quando conheceu Gaspar, um fotógrafo que só tinha sonhos para oferecer. Os dois viveram um romance intenso, mas breve, pois ela foi obrigada a escolher a segurança do casamento. Gaspar morreu agora sem herdeiros e deixou toda a sua fortuna às filhas da única mulher que amou.

Gaspar nunca casou, mas vivia com uma mulher que tinha um filho de uma relação anterior: Talu, o braço direito do empresário, que era tido como seu herdeiro natural. Talu ambicionava continuar a obra do seu mentor e contribuir para riqueza do seu país.

Quando Talu e Eva se conhecem, nasce uma daquelas paixões que parecem resistir a tudo. Porém, nessa altura, eles ainda não sabem que o testamento de Gaspar os colocará em campos opostos. Forçado a disputar a fazenda com Eva, Talu terá de escolher entre a convicção e a paixão. E tudo se complica quando se descobre que a morte de Gaspar está envolta em mistério.

ELENCO

Inês Aguiar, Margarida Corceiro, Kelly Bailey, Diogo Infante, Paulo Pires,
Dalila Carmo, Diogo Amaral, entre outros a anunciar.



PORQUÊ APOSTAR NA NOVA NOVELA DA TVI?

As novelas da TVI são um êxito e **conquistam diariamente cerca de 830 mil pessoas com um share de 41,2%;**

De destacar que atualmente, a primeira novela de prime da TVI lidera em diversos targets. **Universo, Adultos, Responsável de compras e ABCD 15/54, entre outros, preferem os produtos de ficção da TVI.**

9,6
RAT%

828 606
RAT#

1 184 870
RCH#

41,2
SHR%

QUAIS OS BENEFÍCIOS EM APOSTAR NA FICÇÃO DA TVI?

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 em ficção.

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

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

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

Público fidelizado e bastante recetivo ao conteúdo;

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

Elenco composto por atores com forte empatia junto do público.

PATROCÍNIO

O patrocínio do programa (exclusivo a 4 anunciantes) engloba as seguintes contrapartidas semanais:

Junto às autopromoções do programa na TVI : cartão de 5" (mínimo 30 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	5	5	2	30

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

	CARTÕES 5"	CARTÕES 5" + SPOTS ATÉ 20"
4 SEMANAS	62 200€	94 200€

Notas:

- 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 superiores a 20", 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 TVI Novelas.

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".



COLOCAÇÃO DE PRODUTO

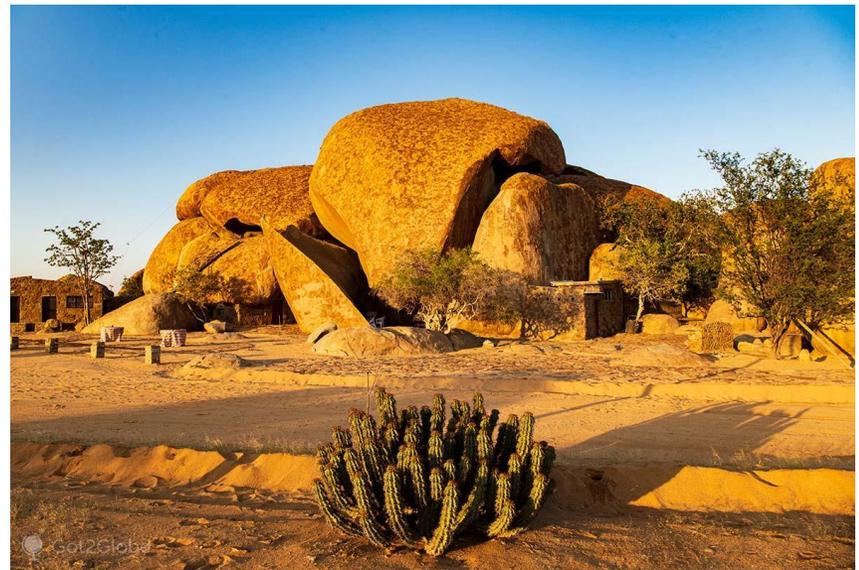
DÉCORES:

PORTUGAL

- Discoteca de Música Africana
- Casas de Personagens
- Escritório de Advogados

ANGOLA

- Venda (Mercearia e Café)
- Fazenda
- Lodge
- Posto Médico
- Escola Primária
- Casas de Personagens



COLOCAÇÃO DE PRODUTO

OPORTUNIDADES GENÉRICAS:

- Produtos alimentares/bebidas
- Produtos para o lar
- Produtos de higiene/beleza
- Companhias aéreas
- Agências de Viagens
- Bancos/seguradoras
- Telecomunicações
- Energia
- Saúde (clínicas, farmacêuticas, etc)
- Material escolar e brinquedos
- Moda (roupa e calçado)
- Outras a definir



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 Importantes:

- Os valores apresentados 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

- Os valores apresentados estão sujeitos a revisões regulares;
- Duração de 60'' (para 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.

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)

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/>

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