



INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 278-24
DIREÇÃO COMERCIAL
09 DE AGOSTO DE 2024



GRANDE REGRESSO EM SETEMBRO!

Seis anos depois, o formato que apaixonou o público português está de volta com novos concorrentes e segredos surpreendentes.

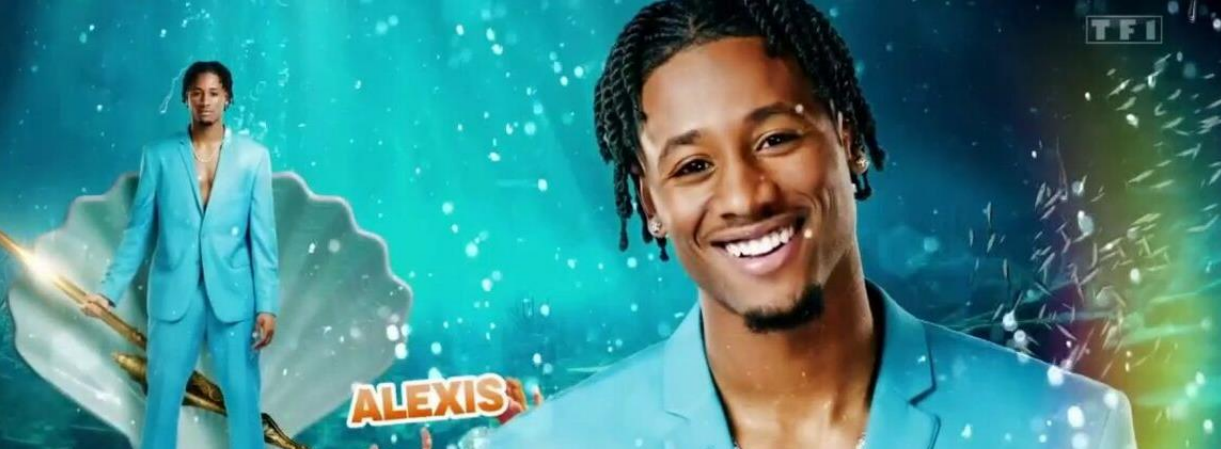
O Secret Story vai voltar a abrir as portas para receber novos concorrentes e novos segredos.

Cristina Ferreira é a anfitriã desta edição que promete muitos mistérios e surpresas.



ESTREIA SETEMBRO

Todos os dias na TVI e TVI Reality



SEGREDO DOS CONCORRENTES

Objetivo: adivinhar os segredos uns dos outros e esconder o seu. Quanto mais segredos acertam, mais dinheiro conquistam. Mas para ganharem o Secret Story, eles também devem evitar a expulsão.

OS SEGREDOS DA CASA

A casa em si é cheia de personalidade, mistérios e surpresas, comandada pela "Voz". As pistas estão espalhadas por toda a casa, em variados elementos, desde a decoração às paredes. Áreas reservadas que servirão para criar conteúdo e integrar marcas!

MISSÕES SECRETAS

Desafios que, quando bem sucedidos, farão os jogadores ganhar dinheiro ou pistas.

PERFIL DE TRANSMISSÃO PREVISTO

	ÚLTIMA HORA	DIÁRIO	ESPECIAL	EXTRA	SEMANA (COMPACTO)	GALAS
PERIODICIDADE	2ª a 6ª feira	2ª a 6ª feira	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

PORQUÊ APOSTAR NO SECRET STORY?

Os reality shows da TVI são um êxito, as Galas de domingo conquistam semanalmente **mais de 850 mil pessoas com um share de 23,2%**.

Possibilidade de criar **conteúdos únicos e diferenciadores**.

Formato televisivo que representa o dia a dia dos consumidores e **que consegue um grande envolvimento emocional com o público** permitindo desenvolver **ativações surpreendentes, inovadoras e impactantes**.

Tipologia de programa vencedora, dos mais novos aos mais velhos e em diversos targets: **Universo, Adultos, Responsável de compras, ABCD 15/54, entre outros, preferem os reality shows da TVI**.

Programa de sucesso, emitido em mais de 20 países, com excelentes resultados de audiências.

Facilidade de integração de marcas desde o primeiro ao último programa.

Emissões em acesso, prime time e late night, o que possibilita uma comunicação transversal ao longo da semana, tanto em FTA como no cabo.

Marcas comunicam em tempo real e podem fazer parte do Jogo.

Amplificação multiplataforma.

REALITIES EM NÚMEROS

○ **Especial** de prime time, **esteve no Top 3 de audiência em 86 dias dos 89 dias em que foi emitido** (Adultos) e em 47 dias foi o programa mais visto em Portugal.

De 2^a a 6^a, destaque também para o **Diário** em acesso, que **liderou em ABCD 15/54** (4,7 de audiência, +49%).

As Galas de Domingo lideraram nos principais targets,

Adultos
(9,8% de audiência, +50% vs concorrência)

ABCD 15/54
(6,4% de audiência, +36%)
e em todas as idades

○ **“Última Hora” liderou em Adultos** (5,9% de audiência, +13%) e **ABCD 15/54** (3,2% de audiência, +72%).

○ Extra também liderou em **Adultos** (3,2 de audiência, +34%) e **ABCD 15/54** (2,1 de audiência, +21%)

A página de Instagram do programa tem **+ de 455 MIL SEGUIDORES** e alcançou mais de **6.9 MILHÕES**

Mais de **3.6 MILHÕES UNIQUE USERS E 184 MILHÕES PAGEVIEWS** no site do programa

○ **o canal Reality registou a 6^a posição dos canais de cabo (Adultos).**

NO DIGITAL

- Paralelamente à emissão em antena, o programa terá uma forte componente digital, onde diariamente serão realizados conteúdos exclusivos, com destaque às Galas semanais.
- **Poderemos acompanhar o Secret Story nas seguintes plataformas digitais:**



Página Facebook do programa



Página Instagram do programa

Página Instagram TVI



Youtube TVI



TIKTOK TVI



WEBSITE PROGRAMA

TVI PLAYER



APP TVI REALITY

NO DIGITAL

Mafalda Oliveira será a repórter digital que acompanhará todos os momentos .



Página Facebook do programa

**+950K
SEGUIDORES**



Página Instagram do programa

**+75K
SEGUIDORES**



PATROCÍNIO

O patrocínio do programa engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- Junto às autopromoções do programa na TVI e TVI Reality: **cartão de 5"** (mínimo 56 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	7	13	5	1	2	28

	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	7	10	6	5	0	28

- 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" **(25 000 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 20"
4 SEMANAS	151 720€	237 130€

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, por favor contacte-nos.

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. Esta aquisição não pressupõe a verbalização da marca nem de características do produto e será avaliada após briefing.

VEJA AQUI OS MELHORES EXEMPLOS

OPORTUNIDADE
COMERCIAL

ALGUNS EXEMPLOS :

- Cozinha
- Despensa
- Eletrodomésticos
- Coffee Bar
- WC
- Quarto/ Beauty/ Moda
- Lavandaria
- Ginásio
- Cubo Multifunções
- Telefone
- Criação de Décores
(Avaliação caso a caso)

**OPORTUNIDADE
COMERCIAL**

CONTEÚDOS

+ FUN & FAMILY FRIENDLY
+ GAMES, GAMES & MORE GAMES

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

HAPPY HOUR

Momento em que toca o alarme e concorrentes têm a oportunidade de apostar no segredo dos colegas, sem perderem o dinheiro que já arrecadaram – botão com branding, concorrentes correm, apertam e arriscam.

MISSÕES

Concorrentes são desafiados a cumprir uma missão. Se bem sucedidos ganham um presente – produto marca (devidamente enquadrado e apresentado pelo concorrente e voz)

TELEFONE

Pelo telefone chegam desafios, convites ou mensagens das marcas. As ativações podem decorrer junto ao telefone ou partir do telefone para outro local da casa devidamente preparado para o efeito.

OPORTUNIDADE
COMERCIAL



COLOCAÇÃO DE PRODUTO

OUTRAS ATIVAÇÕES SEMANAIS

- Festas
- Jantares temáticos
- Prova de acesso à despensa – prova semanal que vai determinar as regras de acesso à despensa;
- Encomenda e entrega de refeições/outros produtos
- Outros – a definir mediante o jogo os concorrentes e as marcas

**OPORTUNIDADE
COMERCIAL**

**SECRET
STORY**

13



COLOCAÇÃO DE PRODUTO

ALGUMAS MARCAS QUE JÁ INTEGRARAM REALITY SHOW NA TVI:

- AGÊNCIA ABREU
- AMBRE SOLAIRE
- AUSÓNIA
- A VACA QUE RI
- BECKEN
- BURGUER KING
- CONTINENTE
- DECO
- DONUTS
- EMMA
- EDICLUBE
- EGF
- ESPAÇO CASA
- FAIRY
- FRUCTIS
- GARNIER
- GATO PRETO
- GILLETTE
- IZIDORO
- INTERMACHÉ
- LUSIAVES
- LEBULL
- LEMON FIT
- LENOR
- MAYBELLINE
- MEN EXPERT
- MR PIZZA
- NORWEGIAN SEAFOOD COUNCIL
- PLANTA
- RELÓGIOS ONE
- SPV
- SHEIN
- GROUP SEB (ROWENTA/MOULINEX)
- SOLARIS
- SWIFFER
- SKINLABO
- RELISH
- SGL
- OLA
- ORAL B
- PANTENE
- PALADIN
- TAMPAX
- THE FORK
- TRAGA PILHAS
- UBER EATS
- WINESTONE
- VENUS

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

INVESTIMENTO (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 - ESPECIAL (PRIME TIME)	8 000€	750€	4 000€	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

Por inserção

Valor negociado do anunciante
+ 100% de sobretaxa

PRODUÇÃO

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

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 - ESPECIAL (PRIME TIME)	7 500€	2 500€
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).

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.

DIGITAL



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.

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

	FORMATO	IMPRESSÕES	PERÍODO	INVESTIMENTO
SITE SS E TVI PLAYER	Mega Billboard	600 000	4 semanas	5 400€
	Halfpage	800 000		3 200€

	FORMATO	VISUALIZAÇÕES	PERÍODO	INVESTIMENTO
SITE SS E TVI PLAYER		75 000		2 625€
	Preroll	200 000	4 semanas	6 500€
		400 000		12 000€

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.



EXEMPLO DE FORMATO AQUI

*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

CONTACTE-NOS

MORADA: Rua Mário Castelhana, 40. Queluz de Baixo,
2734-502 Barcarena

TELEFONE: + 351 214 347 527

EMAIL: comercial.externo@tvi.pt

WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT