

# Chegou!

A edição mais  
# conectada



Vice-Presidência Comercial  
Julho/2018

A man with a beard and long hair, wearing a black long-sleeved shirt and blue jeans, stands in a mountainous landscape. He is pointing his right index finger upwards. The background features rolling green hills, a blue lake, and distant mountains under a blue sky with scattered white clouds. The text is overlaid on the left side of the image.

**Marcos Mion**

Vai colocar  
Ienha na fogueira

Eleito o melhor apresentador da TV  
Brasileira com 70% dos votos\*

O APRESENTADOR  
QUE CONVERSA COM  
O SEU PÚBLICO



A ESCOLHA CERTA  
PARA **AGITAR** A VIDA  
DOS PEÕES

SUPER  
INFLUENTE  
E LIGADO  
NAS  
REDES  
SOCIAIS

Seguidores

 6.8 MM

 13.4 MM

 8.2 MM

Fonte: Rede Social - 21 maio 2018

# A FAZENDA NAS REDES SOCIAIS SEGUUUUUURA PEÃO!

## OS NÚMEROS DA ÚLTIMA EDIÇÃO (2017)



**398 MILHÕES DE VIEWS** NOS VÍDEOS NA REDE DO PROGRAMA

**35 MILHÕES DE LIKES** COMENTÁRIOS E COMPARTILHAMENTOS

**166.9 MILHÕES DE IMPACTOS** POR POST

**4.3 MILHÕES DE VISUALIZAÇÕES** POR POST

**30.5 MILHÕES DE PESSOAS ALCANÇADAS** NAS 40 LIVES REALIZADAS



**15 MILHÕES DE VIDEOS VIEWS** NO LIVESTREAMING 24 HORAS NO SITE

**126 MILHÕES DE PAGEVIEWS** NO SITE DA ÚLTIMA TEMPORADA

**40.9 MILHÕES PESSOAS ALCANÇADAS**

**8 MILHÕES VÍDEO VIEWS**



**4 MILHÕES DE MENÇÕES** NO TWITTER COM A #A FAZENDA

**133 MILHÕES DE IMPRESSÕES** EM LIVE-TWEETING

**47 DIAS** NOS TRENDING TOPICS

**7 MILHÕES DE MINUTOS VISUALIZADOS**

**ESTREIA**  
**SETEMBRO**  
**DE 2018**

**87**  
**EPISÓDIOS**

**EXIBIÇÃO**

**Seg a sáb - 22h30**  
**Domingo - 23h15**



**16**

**PEÕES  
FAZEM  
DE TUDO  
PARA SAIR  
COM**

**1,5 MILHÃO  
DE REAIS**





# DINÂMICA DO PROGRAMA

A CADA **DIA**  
UMA ATRAÇÃO  
DIFERENTE  
PARA SURPREENDER  
**O PÚBLICO** E  
PROPORCIONAR  
EXCELENTE  
OPORTUNIDADES  
DE **NEGÓCIOS**

SEG TER QUA QUI SEX SÁB DOM

**FORMAÇÃO**  
da **ROÇA**  
ao **VIVO**

**CONVIVÊNCIA**

**PROVA** de  
**FOGO**

**CONVIVÊNCIA**

**PROVA** do  
**FAZENDEIRO**  
ao **VIVO**

**ELIMINAÇÃO**  
ao **VIVO**

**FESTA**  
**UHUUUU!!**

Mecânica sujeita a alterações

NA ÚLTIMA EDIÇÃO  
A AUDIÊNCIA  
PASSOU AS  
PORTEIRAS

TELESPECTADORES  
ALCANÇADOS

120 EM TODO  
Milhões O BRASIL

13,6 Milhões  
POR EPISÓDIO

6,4 POR  
Milhões MINUTO

80% de domicílios alcançados em 88 horas de transmissão

# 87% DOS TELESPECTADORES DE A FAZENDA SÃO ADULTOS



71%



ABC  
18+

41%



ABC  
18-49

50%



ABC  
35+

77%



ABCDE  
25+

42%



ABC  
25+

40%

DONAS  
DE CASA

ABC  
15+



OS TELESPECTADORES  
DE REALITY SHOW QUE  
ASSISTEM A RECORD TV

CONFIAM NOS  
COMERCIAIS DE TV

PARA DECIDIR

SUAS COMPRAS

ACIMA DA MÉDIA  
DA POPULAÇÃO



## PERFIL COMPORTAMENTAL DO PÚBLICO A FAZENDA

### VAIDOSOS

68% Acham importante manter a forma física.  
59% Consideram muito importante manter-se jovem.

### MOTORISTAS

68% Consideram o carro mais do que um meio de transporte.  
64% Afirmam que compensa pagar mais caro por produtos de qualidade.

### CONECTADOS

72% Acessam a internet frequentemente.  
41% Tratam de estar em dia com os avanços tecnológicos.

### DONAS DE CASA

71% Gostam de produtos que facilitam o dia a dia.  
58% Estão sempre buscando ideias novas para melhorar a casa.

# PÚBLICOS DE ALTA AFINIDADE (%)

100



# UMA GRANDE OPORTUNIDADE DE COMUNICAÇÃO

O PÚBLICO  
QUE ASSISTE  
A FAZENDA  
CONSUME  
DIVERSOS  
PRODUTOS  
E SERVIÇOS

**5,3** MM  
possuem  
celular

**4,3** MM  
consomem  
refrigerante

**2** MM  
consomem  
cerveja

**1,1** MM  
pretendem  
comprar  
automóvel

**2,5** MM  
gostam de se  
informar bem  
sobre aplicações  
financeiras

**2,5** MM  
gastam muito  
dinheiro  
com cosméticos  
e produtos para  
higiene pessoal

**3,8** MM  
consomem  
chocolates  
e bombons

**UM PROGRAMA  
QUEREVERBERA  
EM DIVERSAS  
MÍDIAS**

**QUANDO  
A FAZENDA  
BOMBANAS  
NOTÍCIAS  
SUA MARCA  
TAMBÉM  
CRESCER**

“A Fazenda 9” estreia com boa audiência e garante o segundo lugar.

Observatório da Televisão

Votação final de “A Fazenda 9” bate recorde e supera edições anteriores

UOL

Gugu “invade” sede de “A Fazenda” e bomba nas redes sociais.

RD1

Com o sucesso de “A Fazenda”, outros programas da Record TV crescem em audiência.

TV FOCO

Vitória de Flávia Viana em “A Fazenda” leva internet à loucura e gera memes

RD1

# TUDO COMEÇA COM UMA MÍDIA DE AQUECIMENTO

## ENTREGA COMERCIAL

1 SEMANA ANTES  
DA ESTREIA

**DOMINGO  
ESPETACULAR**

- 01 Vinheta caracterizada
- 01 Comercial de 30"
- Total: 2 inserções**

## REPORTAGEM ESPECIAL

No domingo que antecede A Fazenda 10 o Domingo Espetacular mostrará detalhes de bastidores do reality. Dados técnicos sobre toda a estrutura do programa, uma “palhinha” de como ficaram os novos ambientes e decoração da sede, além de uma entrevista com o diretor e com o apresentador do reality.

**HOJE  
EM DIA**

05 boletins, 01 por dia

- 01 Vinheta caracterizada
- 01 Comercial de 30"
- Total: 10 inserções**

## BOLETINS ESPECIAIS

Na semana que antecede A Fazenda 10 o programa Hoje em Dia mostrará curiosidades da nova temporada e também receberá participantes de edições anteriores que contarão como foram suas experiências no confinamento.

**PROGRAMA DO  
PORCHAT**

- 01 Vinheta caracterizada
- 01 Comercial de 30"
- Total: 2 inserções**

## ENTREVISTA ESPECIAL

Na véspera da estreia de A Fazenda, Porchat falará com participantes de outras temporadas e mostrará novidades sobre a 10ª edição, além de convidar a todos para assistir A Fazenda.

# ACOMPANHADA PELA MÍDIA DE APOIO

## ENTREGA COMERCIAL

DURANTE O PERÍODO DE EXIBIÇÃO DO PROGRAMA



26 boletins, 02 por semana  
(comercial de 30"  
somente no dia pós roça)

- 01 Vinheta caracterizada
  - 01 Comercial de 30"
- Total: 39 inserções**

## BOLETINS ESPECIAIS

No “dia de roça” o programa Hoje em Dia receberá os familiares dos peões que estarão na berlinda para um bate papo com os apresentadores. Já no dia seguinte, o participante que deixou A Fazenda participará ao vivo do programa.



13 programas, 01 por semana

- 01 Vinheta caracterizada
  - 01 Comercial de 30"
- Total: 26 inserções**

## ENTREVISTA ESPECIAL

À medida que serão eliminados, os participantes de A Fazenda passarão pelo Programa do Porchat para darem suas versões sobre os fatos vivenciados.

# SEGUIDA PELO PATROCÍNIO DO REALITY SHOW

## ESQUEMA NACIONAL

Duração: 13 semanas, de Setembro a Dezembro  
87 episódios

- 87 Vinhetas caracterizadas (1 por programa)
- 13 Comerciais de 30" (1 por semana)
- 108 Chamadas caracterizadas no rotativo
  - 36 matutino (07h-12h)
  - 36 vespertino (12h-18h)
  - 36 noturno (18h-24h)

**Total: 208**

## AÇÕES EXCLUSIVAS DE MERCHANDISING<sup>1</sup>

Entrega ao longo da temporada

- 01 Prova do Fazendeiro/Chave
- 01 Festa/Atividade/Disputa Especial
- 04 Ações Integradas (Almoço/Café da manhã/Cinema/Jantar )  
Entrega de Kit/Pool Party/Day Spa/Prêmio )
- 18 Visualizações 5"
- 18 Inserts de vídeo animado 5"

**Total: 42**

Todas as ações serão contextualizadas ao conteúdo do reality, envolvendo o conceito da marca.

<sup>1</sup>A entrega de merchandising sugerida poderá ser readequada, dentro do mesmo investimento proposto, de acordo com a campanha do anunciante e adequação editorial. Formato disponível apenas para Mercado Nacional – NET.



**Total Geral Nacional: 329**  
(Aquecimento – Apoio – Patrocínio – Merchandising)

<sup>1</sup>Haverá custos de Direitos Autorais e correlatos(mídia) e de produção. Custos de produção serão orçados e propostos após definição do projeto.

# MERCHANDISING



**OPORTUNIDADES  
SOB MEDIDA  
PARA A SUA  
MARCA**

O reality A Fazenda oferece diversas oportunidades para ações de merchandising, contextualizadas ao seu conteúdo. Os anunciantes poderão personalizar Provas e Festas, decoradas com as referências da marca, possibilitando o consumo de alimentos e bebidas\*; também será possível criarmos um momento de relaxamento, oferecendo um Day de Spa ou uma Sessão de Cinema para entretenimento dos peões; os produtos poderão ser visualizados e manuseados\* em locais estratégicos da sede, de forma natural e espontânea pelos participantes; speeches e envolvimento com a marca pelo apresentador Marcos Mion, além do oferecimento de Prêmios em ocasiões oportunas durante a temporada.

\*Sob Consulta;

Observações:

As ações serão desenvolvidas mediante interesse do patrocinador;

Custos de produção e cachês serão propostos ao anunciante após definição do projeto.

# PATROCÍNIO LOCAL DO REALITY SHOW

## SÃO PAULO CAPITAL - SP1

87 Vinhetas caracterizadas (1 por programa)

44 Comerciais de 30" (em dias alternados)

**Total:131**

## DEMAIS PRAÇAS

174 Vinhetas caracterizadas (2 por programa)

44 Comerciais de 30" (em dias alternados)

**Total:218**

# OS MELHORES MOMENTOS DO ZAPPING NA RECORD NEWS

Duração: 13 semanas, de Setembro a Dezembro  
150 Blocos em 87 episódios inéditos e 63 reexibições

## PATROCÍNIO

- 150 Vinhetas caracterizadas
- 150 Comerciais de 30"
- 348 Chamadas caracterizadas no rotativo

**Total: 648**

## MERCHANDISING

Entrega ao longo da temporada

- 02 Prova do Fazendeiro/Chave
- 02 Festa/Atividade/Disputa Especial
- 08 Ações Integradas (Almoço/Café da manhã/Cinema/Jantar Entrega de Kit/Pool Party/Day Spa/Prêmio)
- 36 Visualizações 5"
- 36 Inserts de vídeo animado 5"

**Total: 84**

Reexibição das ações feitas na RECORD TV.



**Total Geral: 732**

(Patrocínio e Merchandising)

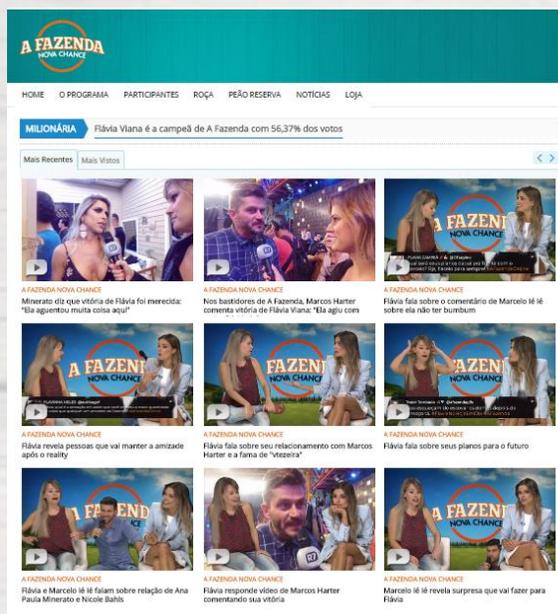
Na RECORD NEWS serão exibidos os Melhores Momentos do Reality A Fazenda, no conteúdo do programa Zapping (Segunda a Sexta, às 22h00; Sábado e Domingo, entre 18h00 e 24h00; e Segunda a Sexta, às 07h30).

# PATROCÍNIO NA RECORD MULTIPLATAFORMA



Duração: 13 semanas, de Setembro a Dezembro

Entrega ao longo da temporada



## Mídia Display no site do reality

O cliente escolhe os melhores formatos para a sua campanha



## Merchandising online

O cliente escolhe as melhores ações para a sua campanha

# OBSERVAÇÕES GERAIS DE MERCHANDISING - REALITY SHOW

1. O apresentador deverá dar anuência via Departamento de Merchandising para a marca/ produto/ serviço do anunciante.
2. O formato das ações será discutido e definido entre a agência, o cliente e a área comercial/artística, mediante adequação editorial e anuência da detentora dos direitos do formato. Por se tratar de um reality, o manuseio/consumo dos produtos deverá acontecer de forma natural e contextualizada.
3. Para as ações em Reality Show, não será permitido à Agência/Cliente acompanhar as gravações, salvo exceções em que a presença de técnicos se fizer necessária e indispensável para a perfeita execução das ações.
4. A disponibilidade de espaço no programa deverá ser previamente consultada junto ao Departamento de Merchandising.
5. Haverá cobrança de Direitos Autorais e Correlatos (mídia) na qual está inclusa a participação dos apresentadores nas ações de merchandising; Referência de custo de Direitos Autorais e Correlatos (mídia) = 20% sobre o preço bruto proposto; Caso haja a participação de repórter na ação, a referência será de 25%.
6. Custos de Produção e cachês de externa serão orçados e propostos à agência/ anunciante após definição do projeto.
7. Os custos de Direitos Autorais e Correlatos, cachês de externa e produção são líquidos e faturados pela RECORD TV. Não haverá incidência de comissão de agência sobre estes valores.
8. Condição de Pagamento: Para o pagamento da veiculação de mídia e Direitos Autorais e Correlatos, considerar 15 (quinze) dias fora o mês de veiculação. Para o pagamento dos custos de Cachês de Externa, considerar 50% do valor 15 (quinze) dias fora o mês de gravação da ação, e os outros 50% em 30 (trinta) dias após o primeiro pagamento, independente do período de veiculação da mídia; exceção feita àquela veiculada em um único mês, a qual a cobrança será 100% do valor em 15 dias fora o mês de gravação da ação. Para o pagamento de Produção, considerar 100% do valor antecipado à gravação da ação.
9. Esta proposta é exclusiva para atender ao anunciante em questão e tem validade de 10 dias para análise. Após este período haverá necessidade de nova consulta junto ao Departamento de Merchandising da RECORD TV. Tal negociação será concluída somente com o recebimento do Pedido de Inserção (PI). Sendo assim, neste íterim a RECORD TV reserva-se o direito de negociar livremente o mesmo formato com os demais concorrentes da mesma categoria/segmento.
10. Demais informações sobre Normas e Procedimentos de Merchandising constam na lista de preços vigente da RECORD TV.

# OBSERVAÇÕES GERAIS DE MULTIPLATAFORMA - REALITY SHOW

1. Direitos autorais e conexos, produção e algumas ações especiais em Redes Sociais são cobrados a parte. Estes itens não sofrem aplicação de desconto e não estão sujeitas a comissão de agência.
2. A formalização de compra deverá ser através de carta de acordo ou PI e mediante o aceite do R7.
3. Pacote disponível mediante disponibilidade de inventário na ocasião da compra.
4. Formatos de patrocínio, diárias e horas fixas são comercializados pelo período e não por audiência. Portanto, as audiências são estimativas.
5. Formatos de intervenção precisam de tecnologia de terceiros (rich media) e não estamos considerando esse valor. O custo será responsabilidade do cliente.
6. Formatos Comerciais poderão sofrer alteração e serão informados para nova implementação e ajuste.
7. O volume de mídia replicado só será valido na compra total do pacote.
8. Todas as negociações especiais só serão válidas na compra total do pacote.
9. Todas as peças e conteúdo gerados pelo cliente podem ser vetados pelo editorial se forem considerados impróprios ou conflitantes aos serviços do R7. Caso o volume proposto não seja utilizado nos prazos estipulados acima, será definido (em comum acordo) novas entregas de acordo com inventário disponível.
10. Quaisquer ações promocionais devem ser detalhas em conjunto antes do início da mesma.
11. Seleção de sites e blogs somente com a disponibilidade de inventário.
12. Prazo para início das programações dos formatos tradicionais: 48 horas da data de fechamento do acordo. Os prazos para implementação dos formatos especiais serão avaliados pelo conteúdo.
13. Conteúdos de parceiros estão sujeitos a aprovação dos mesmos.
14. Prazo de implementação nos parceiros sob consulta.
15. Conteúdos discriminados no projetos poderão sofrer alteração e serão informados aos patrocinadores.
16. REEXIBIÇÃO/REPRISE – A reexibição contida no projeto é referente à reprise da ação na internet com seus direitos autorais e correlatos. O investimento referente à reexibição poderá ser convertido em mídia no portal R7, conforme negociação.

