

PLANO DE PATROCÍNIO INTEGRADO

# A FAZENDA 11



VICE-PRESIDÊNCIA COMERCIAL • MAI/2019

# A FAZENDA 11

PERÍODO:  
SET A DEZ  
**2019**

**88**  
EPISÓDIOS



RECORDTV

EXIBIÇÃO:

SEG A SÁB **22h30**

DOM **23h15**



PLAYPLUS

**24h**

DE EXIBIÇÃO



CADA DIA UMA  
**ATRAÇÃO DIFERENTE**

**A FAZENDA 11**

**TODOS OS DIAS NA TV  
24 HORAS NO PLAY PLUS**

**EM JOGO**

**16 PEÕES**  
**R\$1.5 MILHÃO\***

*\*Valor a ser confirmado*

**SEG**

85'

FORMAÇÃO  
DA ROÇA

AO VIVO

**TER**

85'

PROVA DO  
FAZENDEIRO

AO VIVO

**QUA**

20'

CONVIVÊNCIA

VT GRAVADO

**QUI**

85'

ELIMINAÇÃO

AO VIVO

**SEX**

50'

PROVA DE  
FOGO

VT GRAVADO

**SÁB**

45'

FESTA

VT GRAVADO

**DOM**

20'

CONVIVÊNCIA

VT GRAVADO

## FENÔMENO NAS REDES SOCIAIS

Pai de família, apresentador, ator, empresário, roteirista e diretor artístico, **Marcos Mion** encarna a rara definição de um performer *all in one*.

6.8MM



13.2MM



10.1MM



# MARCOS MION

UM APRESENTADOR  
**MULTIPLATAFORMA**

ELEITO O MELHOR APRESENTADOR  
DA TV BRASILEIRA

**COM 70% DOS VOTOS**

*\*Eleição realizada pelo portal Uol, divulgada em Jan/18*

**DIGITAL AWARDS BR 2018**

PRÊMIO "REALITY SHOW MAIS  
VISUALIZADO DO ANO"

**PRÊMIO ÁREA VIP**

MELHOR APRESENTADOR DE 2018

**16 PROGRAMAS**

SOB SEU COMANDO



**O PODER DE  
PRODUÇÃO**  
QUE SÓ É POSSÍVEL  
NA TELEVISÃO



MULTIPLICADO PELO ALCANCE  
**DO UNIVERSO DIGITAL**



# AMPLIANDO OS PONTOS DE CONTATO COM O PÚBLICO

MÚLTIPLAS PLATAFORMAS



**ZAPPING**  
VESPertino  
E NOTURNO  
MELHORES  
MOMENTOS

A FAZENDA



RECORDTV



facebook.

VÍDEOS

ENVOLVIMENTO

SITE



twitter

VÍDEOS

VEWS



Instagram

VÍDEOS



R7.COM  
SITE



R7.COM  
VÍDEO



RECORDTV  
YouTube

# RESULTADO DA TEMPORADA ANTERIOR

## A FAZENDA 10

### NA TV



RECORDTV

**117 MILHÕES**

DE TELESPECTADORES  
ALCANÇADOS



RN  
RECORD NEWS

**8 MILHÕES**

DE TELESPECTADORES  
ACOMPANHARAM OS MELHORES  
MOMENTOS DO REALITY SHOW  
NA RECORD NEWS



A FAZENDA 10  
+ CONECTADA

### NO DIGITAL



R7  
R7.COM

**175 MILHÕES**  
PÁGINAS VISITADAS NO SITE

**17.8 MILHÕES**  
VISITANTES ÚNICOS

**184 MILHÕES**  
VISUALIZAÇÕES DE VÍDEO

**12.6 MILHÕES**  
SEGUIDORES NAS REDES

**8.8 MILHÕES**  
REAÇÕES E ENVOLVIMENTO

**+DE 6 MILHÕES**  
MENÇÕES NAS REDES SOCIAIS

**+DE 104**  
ATIVACÕES DE HASHTAG



facebook

**+DE 120 MILHÕES**  
DE PESSOAS ALCANÇADAS

**+DE 22 MILHÕES**  
DE LIKES, COMENTÁRIOS E  
COMPARTILHAMENTOS

**+DE 2.6 MILHÕES**  
DE VISUALIZAÇÕES NAS LIVES E  
**5 MILHÕES**  
DE PESSOAS ALCANÇADAS



twitter

**+DE 131 MILHÕES**  
DE IMPRESSÕES

RECORDE EM TODAS AS TEMPORADAS

**+DE 417 HASHTAGS**  
E TERMOS QUE ENTRARAM EM TRENDING  
TOPICS DO BRASIL E DO MUNDO

# REPERCUSSÃO NA MÍDIA E REDES SOCIAIS

## A FAZENDA 10

**Fagner Vilela** @FagneerVilela  
O ícone da temporada foi ele: @marcosmion! O maior apresentador da história do reality comandou o jogo com maestria, irreverência e respeito. Firme na apresentação, Mion encerra sua primeira edição nos deixando com gostinho de quero mais. Parabéns, Mion! 🙌👏 #FinalAFazenda

17:49 - 13 de dez de 2018  
33 Retweets 110 Curtidas

Record TV Comunicação, Marcos Mion e A Fazenda

FONTE: TWITTER 13/12/2018

**meio & mensagem**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

### Em sua 10ª edição, A Fazenda estreia com cinco patrocinadores

Cervejaria Petropolis, Almeida Prado, Extra, Óticas Diniz e Reckitt Benckiser patrocinam reality da Record

Bárbara Sacchitello  
19 de setembro de 2018 - 16h41

FONTE: MEIO & MENSAGEM 19/09/2018

**terra**

ENTERTENIMENTO

### Novo participante pode entrar em "A Fazenda 10" após expulsão de Nadja Pessoa

Apesar de ser uma das favoritas do público, Nadja Pessoa foi eliminada do reality show após agredir Caique Aguiar. No entanto, parece que a produção de "A Fazenda 10" está pensando em colocar alguém no lugar da peoa. Nada foi confirmado, mas os participantes já estão desconfiando dessa possibilidade. E aí, será que vai rolar?

8 NOV 2018 13h52

FONTE: PORTAL TERRA 08/11/2018

**Portal Flávia** @PortalFlaviaV  
Mion falando do programa da Nadja!!! Mion eu te amo demais!!!

NADJA VERDADEIRA CAMPEÃ

17:57 - 13 de dez de 2018  
66 Retweets 125 Curtidas

FONTE: TWITTER 13/12/2018

**Nick** @Blocomenta  
NADJAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAAA AAAAA EU AMOOO TORCER POR VOCÊ!

ACABOU COM CAÍQUE EM MENOS DE 30 SEGUNDOS NÃO PASSA ABATIDA NUNCAAAAA

#FinalAFazenda NADJA VERDADEIRA CAMPEÃ

17:58 - 13 de dez de 2018  
15 Retweets 22 Curtidas

FONTE: TWITTER 13/12/2018

# QUEM É O TELESPECTADOR DE REALITY SHOW?

PESSOAS COM DIFERENTES  
HÁBITOS, COMPORTAMENTOS  
E ESTILOS DE VIDA.

**18%**  
TRADICIONAIS



**33%**  
CONTEMPORÂNEOS



**22%**  
BEM INFORMADOS



**27%**  
ANTENADOS



**33%**  
**CONTEMPORÂNEOS**

GOSTAM DE ESTAR POR DENTRO  
DE TUDO O QUE ACONTECE NA TV.

**Em sua maioria Mulheres, entre 25-49.**

São fãs de TV e costumam comentar o que estão assistindo nas redes sociais. Fazem buscas na internet dos produtos que veem anunciados na TV e seguem marcas nas redes sociais.

Se espelham nos personagens das novelas e são influenciadas pela opinião das outras pessoas, pela publicidade e por comentários publicados on-line. Se preocupam muito com a aparência e com o que as outras pessoas vão dizer sobre ela.

OPORTUNIDADES QUE IMPACTAM  
**ESSE PÚBLICO**

DELIVERY

DAY  
SPA

PROVA DO  
FAZENDEIRO  
/FOGO

INTERAÇÃO  
NA  
ACADEMIA

CINEMA

VOUCHER DE  
DESCONTO

POOL  
PARTY

INTERATIVIDADE

DISPUTA  
ESPECIAL

FESTA

HAPPY  
HOUR

PREMIAÇÃO

POCKET  
STUDIO

OFERTA  
RELÂMPAGO  
COM ETIQUETA  
VIRTUAL

**27%**  
**ANTENADOS**

PARA ELES, A INTERNET É  
**REFERÊNCIA PARA TUDO.**

**Jovens, entre 18 e 34 anos, solteiros.**

Estão o tempo todo na internet, seja para se informar, se entreter, planejar viagens... Se programam para assistir programas de TV escolhidos e gostam das propagandas, que viram assunto de conversa.

Frequentemente usam as redes sociais e costumam seguir marcas. Gostam de novidades e pagam mais caro por qualidade. Para eles, é muito importante manter-se jovem (preservar a juventude) e manter a forma física.

OPORTUNIDADES QUE IMPACTAM  
**ESSE PÚBLICO**

HAPPY HOUR

VISITA DE  
DIGITAL  
INFLUENCER

MENSAGEM  
WHATSAPP

DELIVERY

BRANDED  
CONTENT

ENTREGA  
POR  
DRONE

VOUCHER DE  
DESCONTO

OFERTA  
RELÂMPAGO  
COM ETIQUETA  
VIRTUAL

INTERATIVIDADE

POOL  
PARTY

LIGAÇÃO  
TELEFÔNICA  
E VÍDEO

MEMES

**22%**  
**BEM INFORMADOS**

GOSTAM DE SE INFORMAR  
**SOBRE TUDO.**

**Mais Mulheres, entre 25 e 49 anos, Classe AB, Casadas, com filhos. Trabalham fora e têm alto grau de escolaridade.**

Gostam de estar por dentro de todos os assuntos e para isso se informam bem. Gostam de saber detalhes sobre finanças e tecnologia. Usam a internet para buscar informações, acessar as redes sociais, trocar mensagens de texto e fazer compras.

Se preocupam com a saúde e procuram ter uma dieta bem balanceada. Seguros financeiramente, estão felizes com o padrão de vida.

OPORTUNIDADES QUE IMPACTAM  
**ESSE PÚBLICO**

HAPPY HOUR

PROVA DO FAZENDEIRO /FOGO

INSERT DE VÍDEO ANIMADO

CINEMA

FESTA

DISPUTA ESPECIAL

PREMIAÇÃO

ATIVIDADE

LIGAÇÃO TELEFÔNICA E VÍDEO

**18%**  
**TRADICIONAIS**

TÊM UM COMPORTAMENTO  
**MAIS SOSSEGADO.**

**Maduros (35+ anos), casados, com filhos. Mais donas de casa e compradores principais no domicílio.**

Caseiros, adoram receber pessoas em casa. Não gostam de ter dívidas e na hora de comprar procuram ofertas, descontos e os preços mais baixos.

Por serem menos familiarizados com tecnologia, quando assistem TV têm a atenção 100% focada na tela e prestam muita atenção na publicidade.

OPORTUNIDADES QUE IMPACTAM  
**ESSE PÚBLICO**

CINEMA

CAFÉ DA  
MANHÃ/  
TARDE

INSERT  
DE VÍDEO  
ANIMADO

DAY  
SPA

ALMOÇO/  
JANTAR

ENTREGA  
DE KIT

PREMIAÇÃO

ATIVIDADE

PRODUCT  
PLACEMENT

# EXCELENTES OPORTUNIDADES

PARA A SUA MARCA

## UM PÚBLICO QUE CONSOME A FAZENDA

**27.5 MILHÕES**  
SÃO MULHERES

**73.9 MILHÕES**  
TEM INTERESSE EM ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL E NUTRIÇÃO

**7.4 MILHÕES**  
SÃO LOUCAS POR BELEZA

**5.5 MILHÕES**  
SÃO GREEKS

**5.4 MILHÕES**  
SÃO MÃES

**35.6 MILHÕES**  
GOSTAM DE ESTAR ATUALIZADOS COM MODA E ESTILOS

**47 MILHÕES**  
GOSTAM DE ESTAR ATUALIZADOS COM OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS

**43 MILHÕES**  
GOSTAM DE DIRIGIR

**37.2 MILHÕES**  
SÃO CONSUMIDORES FREQUENTES DE CERVEJA

**42.8 MILHÕES**  
SÃO USUÁRIOS DE COSMÉTICOS



ALIMENTÍCIO



ELETRÔNICOS



BEBIDAS NÃO ACÓOLICAS



CAMA, MESA E BANHO



HIGIENE PESSOAL E BELEZA

**48.6 MILHÕES**  
GOSTAM DE COZINHAR

**44.7 MILHÕES**  
GOSTAM DE COMPRAR NOVOS APARELHOS E ELETRODOMÉSTICOS

**72.6 MILHÕES**  
SÃO CONSUMIDORES FREQUENTES DE REFRIGERANTES

**58.3 MILHÕES**  
ESTÃO SEMPRE BUSCANDO IDEIAS NOVAS PARA A CASA

**69.5 MILHÕES**  
ACHAM IMPORTANTE MANTER A FORMA FÍSICA

**73.5 MILHÕES**  
SÃO INTERESSADOS EM LIVROS

**14.4 MILHÕES**  
TEM INTERESSE EM CARROS

**4.2 MILHÕES**  
SÃO ESPORTISTAS

**5.3 MILHÕES**  
TEM INTERESSE EM SAÚDE

**5.1 MILHÕES**  
SÃO JOVENS EXECUTIVOS



DECORAÇÃO



TELECOMUNICAÇÕES



MONTADORAS



LIMPEZA



INSTITUIÇÃO FINANCEIRA

# PARA AÇÕES ESPECIAIS

HÁ ESPAÇO PARA  
CO-CRIAÇÃO



RECORD NEWS RECORD TV MULTIPLATAFORMA

## AQUECIMENTO



- Conteúdo sobre o Programa
- Possibilidade de Branded Content
- Patrocínio do Canal
- Mídia Display
- Programmatic



- Chamadas para o Programa
- Publiposts
- Stories
- Memes
- Mídia Display
- Programmatic

## PROGRAMA NO AR



- Patrocínio
- Boletins no Hoje em Dia
- Merchandising
- Repercussão na RECORD NEWS



- Interatividade na Tela
- Enquetes no R7.Com
- Gif temático
- Vídeo branded content
- Mídia display
- Programmatic

## EXTENSÃO DE CONTEÚDO



- Publiposts
- Stories
- Live com Eliminado
- Chamadas para programa
- Memes
- ACLR (Youtube)
- Mídia Display
- Programmatic

# ENTREGA DE PATROCÍNIO NET



## VINHETAS CARACTERIZADAS

88, 01 por Episódio

150, 01 por Episódio (Zapping Not+Ves)

## COMERCIAIS DE 30"

13, 01 por Semana

150, 01 por Programa (Zapping Not+Ves)

## CHAMADAS CARACTERIZADAS

36, em horário rotativo Matutino

36, em horário rotativo Vespertino

36, em horário rotativo Noturno

352, em horário rotativo da abertura ao encerramento

## MERCHANDISING

- 01 Prova do Fazendeiro/Chave
- 01 Festa/Atividade/Disputa Especial
- 04 Ações Integradas
- 12 Visualizações 5"
- 15 Inserts de Vídeo Animados 5"

## MERCHANDISING

- 02 Prova do Fazendeiro/Chave
- 02 Festa/Atividade/Disputa Especial
- 08 Ação Integrada
- 24 Visualizações 5"
- 30 Inserts de Vídeo Animados 5"

## BOLETINS NO PÓS ROÇA: 13

**HOJE EM DIA** 13 Vinhetas Caracterizadas  
13 Comerciais de 30"

TOTAL DE 268 INSERÇÕES NO PERÍODO

TOTAL DE 718 INSERÇÕES NO PERÍODO

## MÍDIA DISPLAY

3 MESES Patrocínio do Canal da Fazenda 11 no R7.COM

- Cota de patrocínio da Marca pelo período do projeto

13 Mega Diárias no R7.COM

- Formatos de impacto na Home e nas internas

15.000.000 de impressões nos canais do R7.COM

- Formatos de mídia display: Island, Super Banner, Half Page, Banner Mobile e Native ads.

## AMPLIFICAÇÃO DE AÇÕES

02 Prova do Fazendeiro/Chave

- Formato Vídeo Branded Content R7.COM e redes sociais

02 Festa/Atividade/Disputa Esp.

- Formato Vídeo Branded Content R7.COM e redes sociais

02 Publiposts com desenvolvimento de conteúdo

- Contextualizando a ação no canal da Fazenda 11, com chamada nas redes sociais

## CABINE DE DESCOMPRESSÃO

13 Cabines com oferecimento da marca

- Formato Live no R7.COM e Facebook R7

TOTAL DE: 12 AÇÕES DE AMPLIFICAÇÃO,  
13 AÇÕES DE IMPACTO,  
15 MM DE IMPRESSÕES EM MÍDIA DISPLAY

# ENTREGA DE **PATROCÍNIO LOCAL**



## **SÃO PAULO CAPITAL**

## **DEMAIS MERCADOS**

### VINHETAS CARACTERIZADAS

**88**, 01 por Episódio

**176**, 02 por Episódio

### COMERCIAIS DE 30"

**13**, 01 por Semana

**13**, 01 por Semana

TOTAL DE **101**  
INSERÇÕES NO PERÍODO

TOTAL DE **189**  
INSERÇÕES NO PERÍODO

**ISSO É**

**A FAZENDA 11**

**A FAZENDA 11**

**NÓS ESTAMOS  
CONECTADOS**

**E VOCÊS?**

