



tvi24

tvireality

tvficção

tviáfrica



tviplayer



## INFORMAÇÃO COMERCIAL 049/17

Direção Comercial e Marketing  
18.01.2017

# DIVERSÃO, ADRENALINA E MUITOS PRÉMIOS!

- ▶ **Raid The Cage é o título original deste programa de entretenimento familiar, com um formato televisivo irresistível, que une o entretenimento ao desafio físico e ao conhecimento**
- ▶ **Jogos incríveis, prémios fantásticos e muita diversão estão garantidos no novo programa de fim de tarde da TVI, apresentado por Cristina Ferreira e Pedro Teixeira**



**Estreia Prevista  
Março**



**Diário  
2ª a 6ª**



**Acesso ao Prime Time  
19H**



**75 episódios  
50 minutos**

## DESCRIÇÃO

**Neste programa, o conhecimento abre portas...**

**Um dos apresentadores coloca questões aleatórias de cultura geral, que têm sempre quatro hipóteses de resposta, numa ordem ascendente de dificuldade. Um dos participantes escolhe a resposta que considera estar correta. Se acertar, a montra de prémios (gaiola) abre-se imediatamente e o outro participante corre para recolher o maior numero de prémios que conseguir dentro do tempo previsto. Tem de sair da gaiola antes que o tempo se esgote e as portas se fechem, caso contrário é eliminado. O tempo para a recolha de prémios vai aumentando à medida que vão acertando nas questões. A 10ª ronda consiste na chamada pergunta arrasadora: se acertarem na resposta, os participantes levam tudo o que está na montra de prémios, se falharem na resposta são eliminados e não ganham nada.**

**Depois da primeira pergunta, a dupla tem de escolher qual o grande prémio para o qual quer jogar, mantendo esse objetivo ao longo de toda a sua participação, tentando acumular bens que perfaçam o valor do grande prémio escolhido. Caso o consigam, ganham esse montante em dinheiro. Grande parte dos prémios está à vista, mas existem alguns que estão contidos em caixas de oferta de diferentes tamanhos e de conteúdo desconhecido, aumentando a pressão do concorrente, que, numa corrida contra o tempo, tem de decidir que prémios levar. Existem também prémios que não podem simplesmente ser apanhados e retirados da gaiola, exigindo um pequeno desafio a fim de serem "libertados".**

**A gaiola funciona como uma verdadeira montra de produtos, sendo que os prémios que podem estar em jogo são: conjunto de eletrodomésticos, carros, motos, viagens e dinheiro.**



# MECÂNICA

---

**Em cada programa uma dupla de concorrentes participa num jogo de perguntas e desafios físicos com o objetivo de ganhar o maior número possível de prémios.**

**Neste Game Show, os participantes devem fazer uso da inteligência e da rapidez para ganhar o maior número de prémios.**

**Um dos concorrentes responde a perguntas de cultura geral aleatórias, com respostas de escolha múltipla, enquanto o outro coleciona prémios que vai retirando de uma gaiola gigante, de acordo com o tempo conquistado com cada resposta certa.**

**Todos os prémios retirados da montra de prémios – a gaiola – são convertíveis em dinheiro, sendo o valor correspondente acumulado ao longo das 10 etapas que compõem o desafio.**

**A estrutura do programa é composta por:**

**Desafios – O programa consiste numa sequência de 10 rondas compostas por dois tipos de desafios:**

- **As perguntas de cultura geral que têm sempre quatro hipóteses de resposta, sendo apenas uma delas a correta**
- **As provas físicas que variam conforme o grande prémio para o qual a dupla está a jogar. Todas as provas requerem rapidez, agilidade e alguma perspicácia para escolher prémios que se possam transportar facilmente, mas que sejam simultaneamente valiosos.**

**(Por cada resposta certa do participante A, o participante B ganha x segundos de acesso à montra de prémios)**

**Trunfos – Para tornar tudo mais desafiante, os participantes podem optar por responder à pergunta imediatamente ou utilizar um dos trunfos disponíveis, que funcionam como uma “boia de salvação”:**

- **Troca de questão: o concorrente pode pedir uma nova pergunta;**
- **Troca de papéis: os dois participantes podem trocar de lugar, mantendo os novos “papeis” até final.**

**Opções – Em rondas específicas (perguntas 5 e 9), os participantes podem conferenciar e decidir se querem continuar o jogo ou parar e ficar com o valor conseguido até ao momento.**

# SOLUÇÕES COMERCIAIS

## PATROCÍNIO

O patrocínio do programa engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- Junto às autopromoções do programa: cartão de 5", com referência em voz off ao anunciante (mínimo 22), com a seguinte distribuição semanal:

FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
Nº DE INSERÇÕES	6	8	4	4	0	22

- Junto ao programa (no início e no fim): cartão de 5", com referência em voz off ao anunciante (10 inserções);
- No bloco do programa: spot com duração opcional (5 inserções);
- Site TVI e TVI Player: pre/mid/pos roll com duração opcional (15 000 visualizações garantidas).

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

Nº DE SEMANAS	CARTÕES + PREROLL (5")	CARTÕES (5") + SPOTS + PREROLL				
	5"	10"	15"	20"	25"	30"
4	62.240 €	90.490 €	98.350 €	101.750 €	109.790 €	113.230 €
8	118.440 €	172.580 €	187.640 €	194.191 €	209.606 €	216.276 €
12	168.590 €	246.270 €	267.880 €	277.312 €	299.449 €	309.037 €
15	188.080 €	276.350 €	300.900 €	311.706 €	336.928 €	347.870 €

Nota:

- 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.

# SOLUÇÕES COMERCIAIS

## COLOCAÇÃO DE PRODUTO

### PRESENCAS NORMAIS PASSIVAS

Possibilidade de introdução de marcas/ produtos na montra de prémios\*.

#### Contrapartidas por presença:

- Presença do produto na montra;
- Visibilidade mínima: 3”;

INVESTIMENTO MEDIA (por inserção): 2 305€

INVESTIMENTO PRODUÇÃO (por presença): 250€ (este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel)

### PRESENCAS ESPECIAIS

Além da presença na montra de prémios, as marcas serão “destacadas” no decorrer do programa. Cada situação será definida caso a caso, mas respeitando a linha editorial do programa.

#### Contrapartidas por presença:

- Presença do produto no programa de acordo com briefing da marca;
- Visibilidade mínima: 30”;
- Presença nas redes sociais do programa e/ou TVI – 100 000 visualizações;
- Destaque na HP do site TVI ou TVI Player – 1 destaque.

INVESTIMENTO MEDIA (por inserção): 12 900€

INVESTIMENTO PRODUÇÃO (por presença): 3 500€ (este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel)

#### Notas:

- \* A oferta do prémio é da responsabilidade do anunciante
- Para mais detalhes sobre a natureza das referidas presenças, consultar também a Informação Comercial nº 002/17.



# SOLUÇÕES COMERCIAIS

## **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.

### **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.

**INVESTIMENTO MEDIA (por inserção): Valor negociado do anunciante + 100% de sobretaxa**

**INVESTIMENTO PRODUÇÃO (por execução): 2 500€ (este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel)**

## **TELEPROMOÇÕES**

Tirando partido do cenário e do prestígio dos apresentadores do programa, temos disponível a comercialização de Telepromoções, que serão exibidas no decorrer do programa e nas suas plataformas digitais (redes sociais\* e área no site da TVI ou TVI Player). As telepromoções são gravadas utilizando o décor e os apresentadores do mesmo.

**INVESTIMENTO MEDIA (por inserção): Valor negociado do anunciante + 100% de sobretaxa**

**INVESTIMENTO PRODUÇÃO (por inserção): 3 500€ (Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel)**

\* Exclui redes sociais dos apresentadores, a orçamentar caso a caso.

### **Notas:**

- 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;
- Os investimentos de produção apresentados incluem direitos de imagem de um apresentador;
- Os guiões são da responsabilidade da TVI, elaborados mediante briefing detalhado do anunciante;
- As telepromoções estão sujeitas a aprovação editorial por parte da produção do programa;
- Para mais detalhes sobre telepromoções, consultar a Informação Comercial nº 002/17.

## OUTRAS OPORTUNIDADES

### DIGITAL

Para uma maior associação dos anunciantes às plataformas digitais do programa, sugerimos também as seguintes presenças:

#### PRESENÇA EM DISPLAY

Local	Formato	Quantidade de Impressões/visualizações	Periodo	Investimento Media
Site TVI e TVI Player	Halfpage	20.000	4 semanas	1.200 €
	Intro	40.000		
Site TVI e TVI Player	Halfpage	40.000	8 semanas	2.240 €
	Intro	80.000		
Site TVI e TVI Player	Halfpage	60.000	12 semanas	3.120 €
	Intro	120.000		
Site TVI e TVI Player	Halfpage	75.000	15 semanas	3.300 €
	Intro	150.000		

#### PRESENÇA ATRAVÉS DE FORMATOS ESPECIAIS E CONTEÚDOS PERSONALIZADOS

O site permite criar soluções à medida dos interesses de comunicação de cada anunciante. A presença será analisada caso a caso e mediante briefing.

**INVESTIMENTO MEDIA E PRODUÇÃO:** A definir, mediante briefing.

# OUTRAS OPORTUNIDADES

## ▶ LICENCIAMENTO

Caso o anunciante pretenda associar-se aos valores e notoriedade do programa e das suas caras, poderá optar por uma solução de licenciamento.

### ▪ **MODELOS DE LICENCIAMENTO**

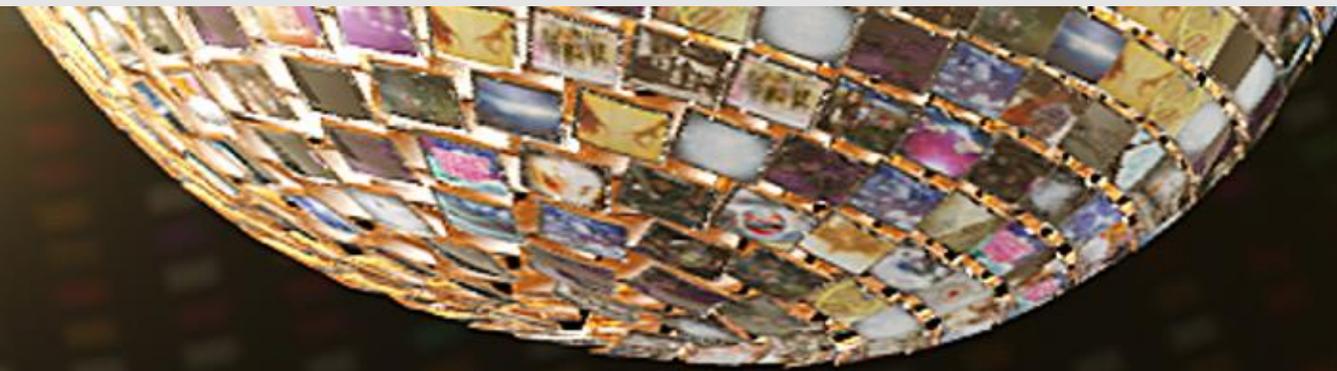
1. **Licenciamento Produto** - O anunciante adquire o direito de desenvolver produtos específicos ou inserir em produtos existentes elementos com associação direta da marca propriedade da TVI.
2. **Licenciamento Conteúdo** - O anunciante adquire o direito de utilização de conteúdo nas suas redes sociais e sites, podendo desenvolver mecânicas promocionais associadas, exclusivamente nestes universos. Exemplo: post com fotografias e/ou clipes de vídeo da novela.
3. **Licenciamento Promocional** - Possibilidade de utilizar a marca e elementos identificativos da marca e/ou conteúdo do programa no ponto de venda, promoções ou ações de loja com o direito de utilizar brindes exclusivos para associação com os seus produtos ou campanhas. Exemplo: utilização de logos do programa em materiais de ponto de venda (posters, stickers, tarjas, etc.); mailings; folhetos de loja; cupões de desconto...

**INVESTIMENTO:** A definir, caso a caso.

## OBSERVAÇÕES GERAIS

- a) **Condições apresentadas para valor bruto negociado;**
- b) **Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;**
- c) **Aos valores apresentados, acresce IVA, impostos e taxas legais em vigor;**
- d) **Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deve ser efetuado antecipadamente de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial Audiovisual (TVI) e Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial da MCD;**
- e) **A contratação de espaço será feita de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial Audiovisual (TVI) e Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial da MCD;**
- f) **A proposta é válida por 30 dias (de calendário), findos os quais poderá sofrer alterações, em virtude de mudanças de tabela e/ou grelha de programação. No caso de proposta de Colocação de Produto a validade é apenas de 15 dias (de calendário);**
- g) **As presentes condições comerciais são confidenciais destinando-se a utilização exclusiva da Agência de Comunicação/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou ao 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;**
- h) **Os investimentos acordados para Colocação de Produto e Custos de Produção devem ser considerados como adicionais face aos investimentos acordados para a compra de media convencional;**
- i) **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, salvo se existirem taxas negociadas para a ocupação dessas posições;**
- j) **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;**
- k) **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;**
- l) **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 são feitas pela TVI;**
- m) **Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI;**
- n) **Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (patrocínio e colocação de produto);**
- o) **Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;**
- p) **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.**
- q) **Os investimentos realizados ao abrigo da Tabela de Colocação de Produto, Licenciamento, bem como os Custos de Produção, não serão contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual (“Rappel”).**

<http://tvi-mcd.comercial.iol.pt/>



A estação comercial líder de Portugal



tvi24

tvireality

tvficção

tviáfrica



INTERNACIONAL



tvi24

tvireality

tvficção

tviáfrica



tviplayer