

PROPOSTA COMERCIAL

Aqui Portugal



Nas tardes de sábado, ligue-se ao melhor do nosso país, na sua RTP!

Aqui Portugal é o seu programa das tardes de Sábado da RTP1, entre as 14 e as 20H.

Todas as semanas partimos à descoberta de uma localidade diferente, usos, costumes, tradições, e comemorações. Joana Teles, Hélder Reis e Catarina Camacho mostram o melhor de Portugal, a cultura e a arte de ser Português.



FEVEREIRO 2017



RÁDIO E TELEVISÃO DE PORTUGAL



TELEPROMOÇÕES

Trata-se de um **espaço publicitário** a exibir no decorrer do programa, utilizando o décor do mesmo e um dos apresentadores com duração igual ou superior a 60". Estes espaços são exibidos entre separadores de publicidade e podem ser em direto durante a emissão do programa ou gravados.

O programa AQUI PORTGUAL disponibiliza a comercialização de 4 telepromoções a exibir no decorrer do programa, nas respetivas faixas horárias: 15h, 16h, 17h e 18h

Valores unitários (60"):

FAIXA HORÁRIA	1 a 2	3 a 4	+ de 4
15h – 16h	2.200 €	2.000 €	Caso a caso
17h – 18h	2.400 €	2.200 €	Caso a caso

* Os valores apresentados incluem 1.000€ de custo de produção (sem margens de intermediação/rappel)

* Não incluem os valores de cachet dos apresentadores (devem ser negociados diretamente)

TELEPROMOÇÃO EM BREAK

Há possibilidade de emitir as Telepromoções em break, entre separadores de publicidade (até 60")

Valorização: aos valores unitários por faixa horária aplica-se um desconto de 10%

ANEXO 1: Informação mais detalhada sobre Telepromoções

ECRÃ FRACIONADO

Este programa contempla também a possibilidade de realização de publicidade em ecrã fracionado, como forma de presença de marca / anunciante durante a transmissão do programa, permitindo que os telespectadores vejam a mensagem publicitária sem interrupções para intervalo.

Características do ecrã fracionado:

- Inserção exibida de forma individualizada;
- Área máxima de inserção: equivalente a $\frac{1}{4}$ do ecrã (dimensões do ecrã em 16x9 »»» 1024 x 576);
- O ficheiro pode ser enviado por TGA , PSD, PNG ou TIFF, sempre enviado com ALPHA;
- Separação gráfica entre os dois conteúdos;
- Presença da menção “Publicidade” durante a exibição

Valores unitários (10”):

FAIXA HORÁRIA	CUSTO POR INSERÇÃO
15h – 17h	500 €
17h – 18h	750 €
18h – 19h	950 €
19h – 20h	1460 €

Notas: - Estes valores não incluem custos de produção.

- Os grafismos devem ser entregues pelo anunciante mediante especificações da RTP.

RUBRICAS

Criação de Rubrica:

O anunciante em conjunto com a Produção do programa desenha uma rubrica original que será incluída no programa. Cada rubrica tem uma duração média de 5 minutos.

Valorização (por presença):

	Criação de Rubrica
Valor espaço	2.000 €
Valor produção	1.500 €

* Os valores de produção não contemplam margens de intermediação/rapel

Contrapartidas: integração da marca de forma natural no decorrer da rubrica por exemplo através de inserções gráficas, presença de produto no décor, possibilidade de entrevistar um representante da marca.

ANEXO 2: Informação mais detalhada sobre Rubricas.

PROPOSTA COMERCIAL

PROPOSTA DE PATROCÍNIO

VALOR DA PROPOSTA (por programa)

2.890 €

Perfil de Transmissão:

Sábado pelas 14:15

Contrapartidas de Patrocínio (por programa):

- Cartão de 5" junto ao programa – 1 a abrir e 1 a fechar (6 cartões)
- Spot de 20" junto ao programa (2 spots – 15H e 18H)
- Cartão de 5" junto a autopromoções

Nota: A este valor acrescenta-se 4% de taxa de exibição + taxa de iva em vigor

PROPOSTA COMERCIAL

PROPOSTA DIGITAL

www.rtp.pt

Proposta para 1 mês:

Pack Digital	Impressões / Visualizações	Valor (1 Mês)
Billboard (RTP PLAY*)	10.000 Imp.	525 €
Pre-Roll (RTP PLAY*)	8.500 VC	

*Inclui as transmissões em direto e on-demand do programa.

Nota: A este valor acrescenta-se taxa de iva em vigor

PROPOSTA COMERCIAL

PROPOSTA PACK TV + DIGITAL

Contrapartidas:

PACK TV + DIGITAL		
TV	DIGITAL	VALOR
Patrocínio (4 Programas)	Pack Digital (1 mês)	11.500 €

Nota: A este valor acrescenta-se taxas e impostos em vigor

7

ANEXO 1

TELEPROMOÇÕES » ALGUNS PONTOS IMPORTANTES:

1. Os valores apresentados não contemplam os valores de cachet dos apresentadores que devem ser negociados diretamente pela Agência/Anunciante.
2. Os custos de produção podem sofrer alterações conforme as necessidades específicas de cada projeto.
3. Os guiões são da responsabilidade do anunciante e estão sujeitos à aprovação prévia da RTP.
4. Todos os materiais a utilizar no decorrer das telepromoções são da responsabilidade do anunciante e devem ser de fácil utilização (exemplos: elementos gráficos, stand-ups, mesas, cadeiras, produtos, ...).
5. Todos os elementos necessários para a realização da telepromoção devem ser entregues com uma semana de antecedência: guiões, oráculos, VT's, imagens, materiais físicos (stand-ups, cadeiras, mesas, produtos...). É da responsabilidade do anunciante fazer com que todo este material chegue às respetivas produções dos programas.
6. No momento de marcação da telepromoção o anunciante deve indicar: o numero de marcações pretendidas, as respetivas datas, o programa, a faixa horária, o apresentador, o tema, etc.
7. Caso haja participação de algum convidado durante a telepromoção ou acompanhamento por parte do anunciante/agencia, é necessário informar com antecedência.
8. Durante o espaço de telepromoção é possível: presença e manuseamento de produto; visibilidade de marca; entrevista a um representante da marca ou consumidor; verbalização de marca / produto; mensagens comerciais; inserção de VT's, oráculos e imagens.

ANEXO 2

RUBRICAS » ALGUNS PONTOS IMPORTANTES:

1. O patrocínio / associação a rubricas obriga a uma contratação mensal.
2. Todas as situações atrás descritas terão de ser validadas pela Dir. de Programas da RTP.
3. Nos custos não estão considerados os cachets dos apresentadores (negociados caso a caso diretamente pela agência / anunciante).
4. O conteúdo dos programas não pode ser influenciado de modo a afetar a responsabilidade e independência editorial.
5. A colocação de produto deverá ser assegurada através da visualização dos bens ou serviços de modo ponderado e adequado ao tipo de programa em causa, de uma forma integrada na narrativa.
6. A colocação de produto não pode encorajar diretamente à compra ou locação de produtos e serviços, nomeadamente através de referências promocionais, referências a preço ou respetivas condições de aquisição de produto ou serviço.
7. A colocação de produto admite apenas representações ou demonstrações de carácter objetivo.