



MY
MOM

COOKS
BETTER

THAN
YOURS

ESTRUTURA



13 PROGRAMAS SEMANAIS – PRIME-TIME

2 EQUIPAS DE CELEBRIDADES COMPETEM PARA GANHAR UM PRÉMIO PARA UMA INSTITUIÇÃO

1 JURADO CONVIDADO

75 MINUTOS

SÁBADOS – PRIME-TIME – ESTREIA NOVEMBRO 2016



PROGRAMAS DIÁRIOS – DAY TIME

2 EQUIPAS DE ANÓNIMOS COMPETEM PARA GANHAR UM PRÉMIO

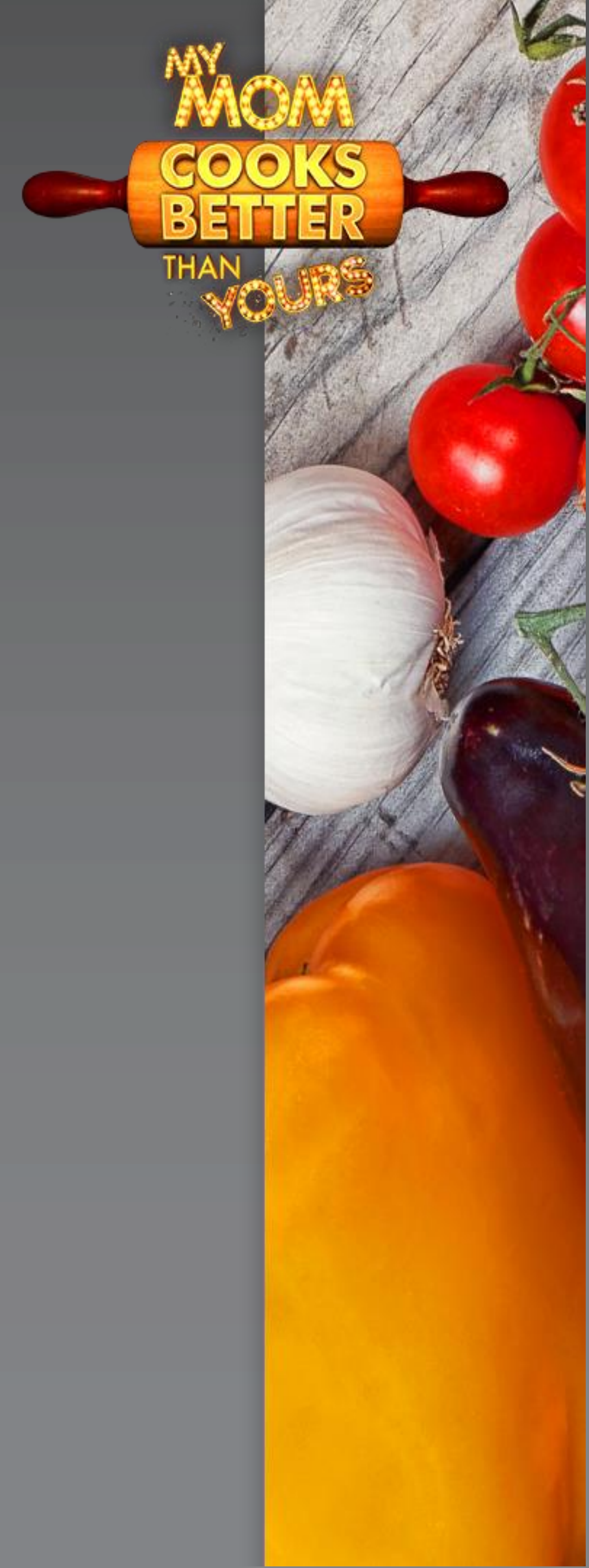
JURADO – 1 CHEFE

45 MINUTOS

DE SEGUNDA A QUINTA-FEIRA – EQUIPAS DIFERENTES

SEXTA-FEIRA – BEST OF DA SEMANA

SEGUNDA A SEXTA – FAIXA DAS 12:00 – ESTREIA JANEIRO 2017



RECEITA DE SUCESSO



Duas equipas de dois familiares competem para provar que a sua receita de família é a melhor.



30 a 45 minutos para preparar o prato, mas apenas um põe a mão na massa.



O **segundo elemento** dá as instruções e certifica-se que o aprendiz segue a receita da família à risca.



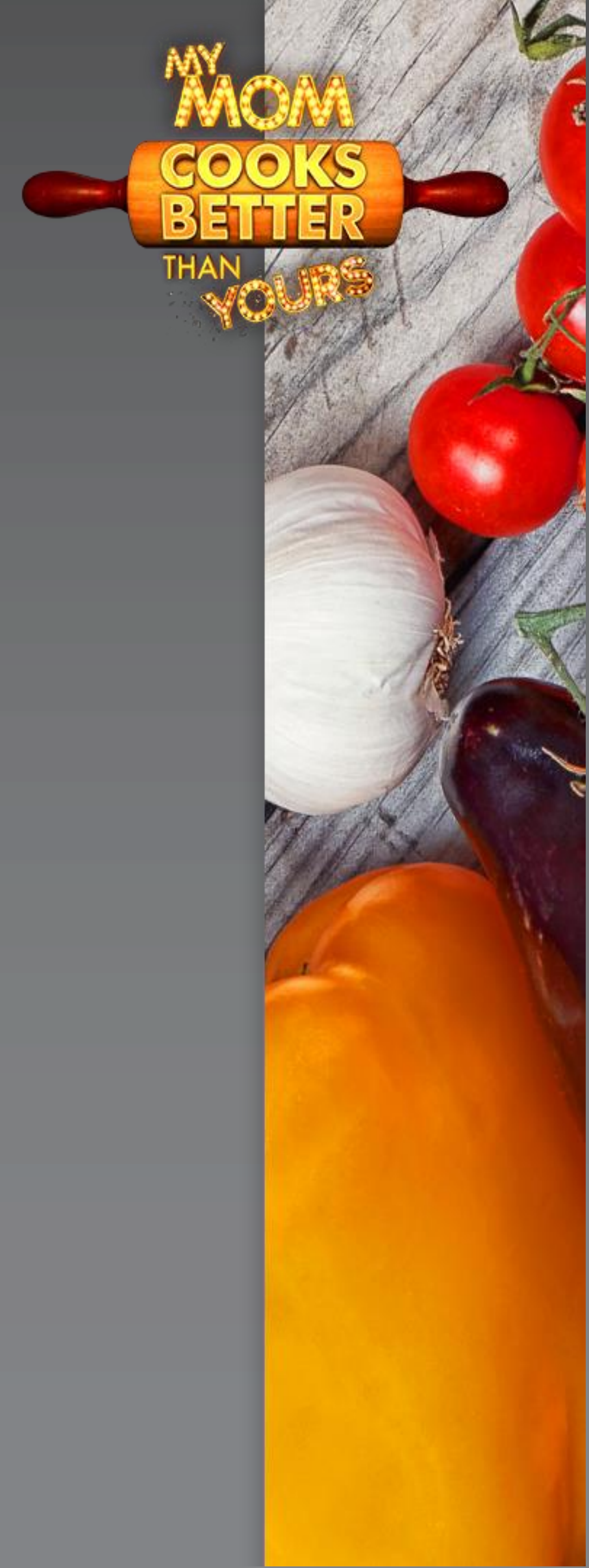
Em “**caso de desespero**”, pode carregar no ‘botão de pânico’, entrar na cozinha e pôr mãos à obra. Há apenas um senão: a velocidade do relógio é a dobrar.

A PROVA

- ✎ Cada equipa prova o prato adversário e analisa-o, comentando as suas qualidades e defeitos.

DECISÃO DO CHEF

- ✎ Às cegas, um jurado prova os dois pratos e toma a decisão de qual o prato vencedor, conquistando essa equipa o prémio semanal e o direito de voltar na semana seguinte para defender o seu título.



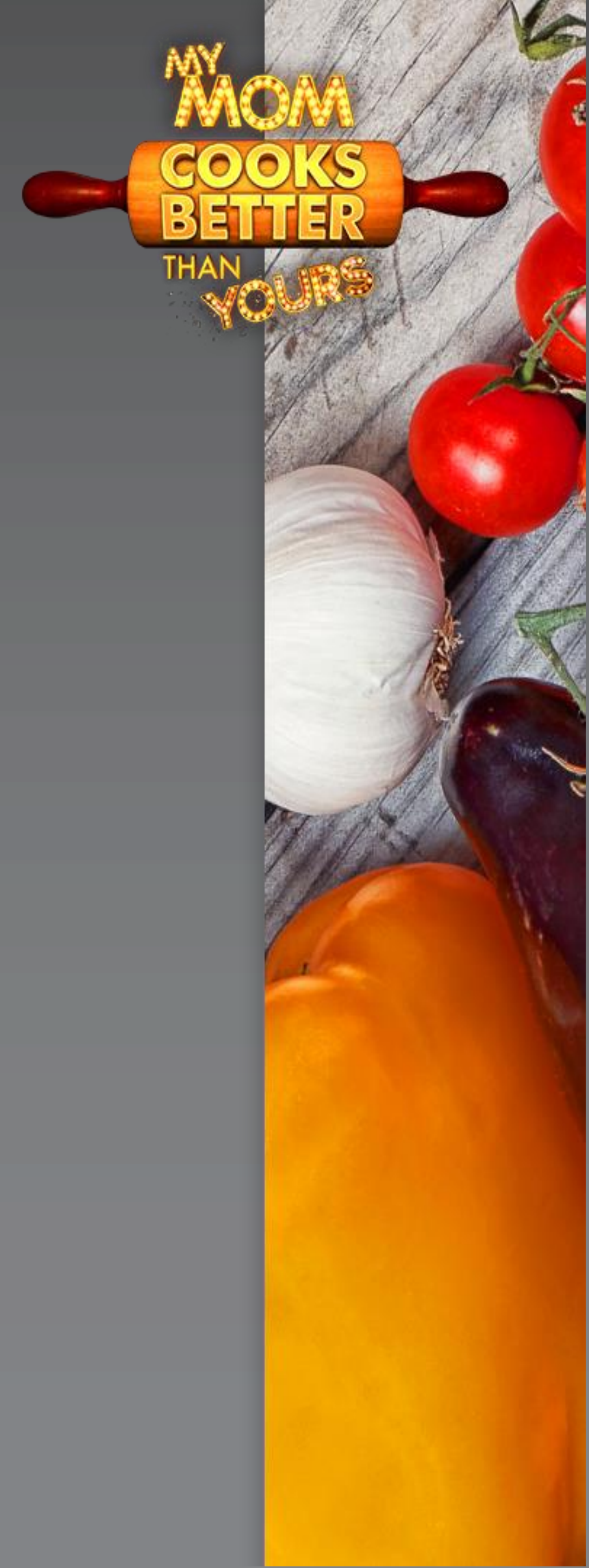
O PRÉMIO



PROGRAMAS DIÁRIOS
VALOR MONETÁRIO OU BENS



PROGRAMAS SEMANAIS
COM CELEBRIDADES REVERTE A FAVOR DE UMA
INSTITUIÇÃO DE SOLIDARIEDADE SOCIAL



OPORTUNIDADES COMERCIAIS



ON-AIR

DIGITAL

PROMOCIONAL



ON-AIR INTEGRAÇÃO DE MARCA

- Product Placement de produtos alimentares
- Sponsoring da banca de alimentos



Escolha Ingredientes

O aprendiz tem um minuto para retirar os ingredientes necessários da banca, sempre sob as ordens do seu familiar

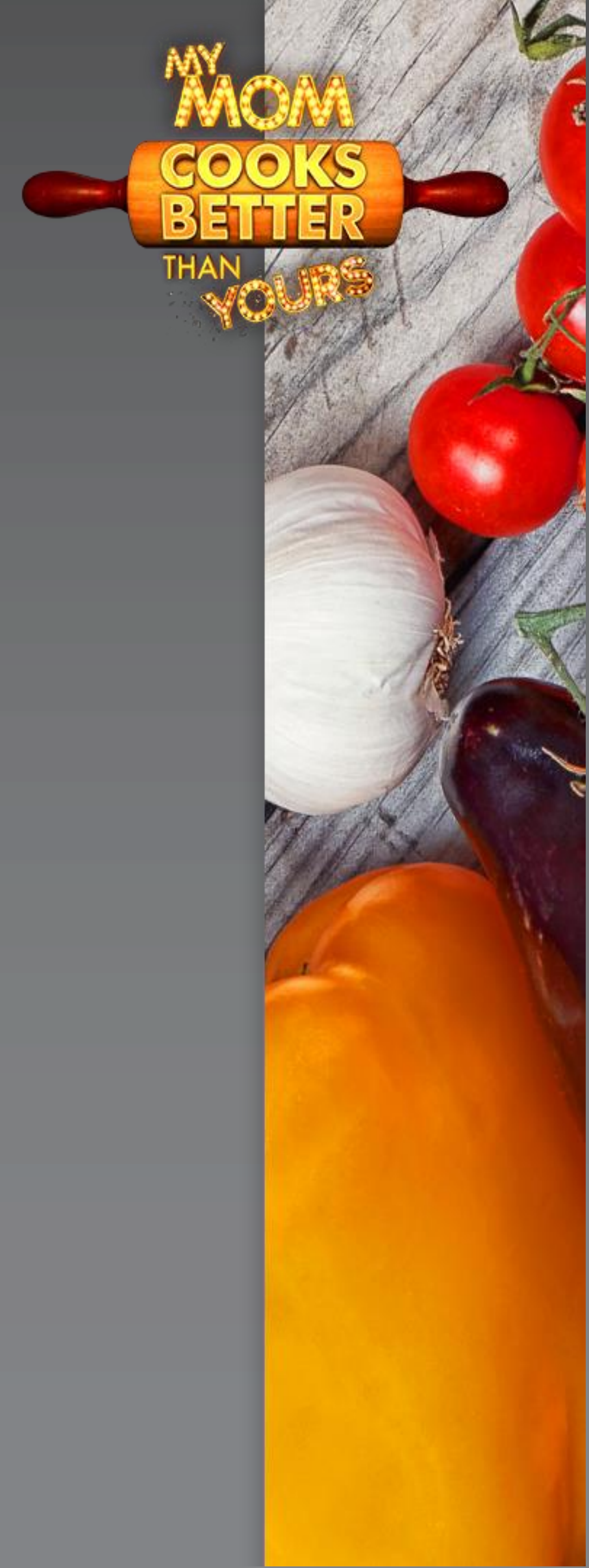


ON-AIR INTEGRAÇÃO DE MARCA



A Cozinha

- O lugar onde praticamente toda a ação acontece - visibilidade máxima
- Product Placement
- Sponsoring / Naming da cozinha



ON-AIR INTEGRAÇÃO DE MARCA



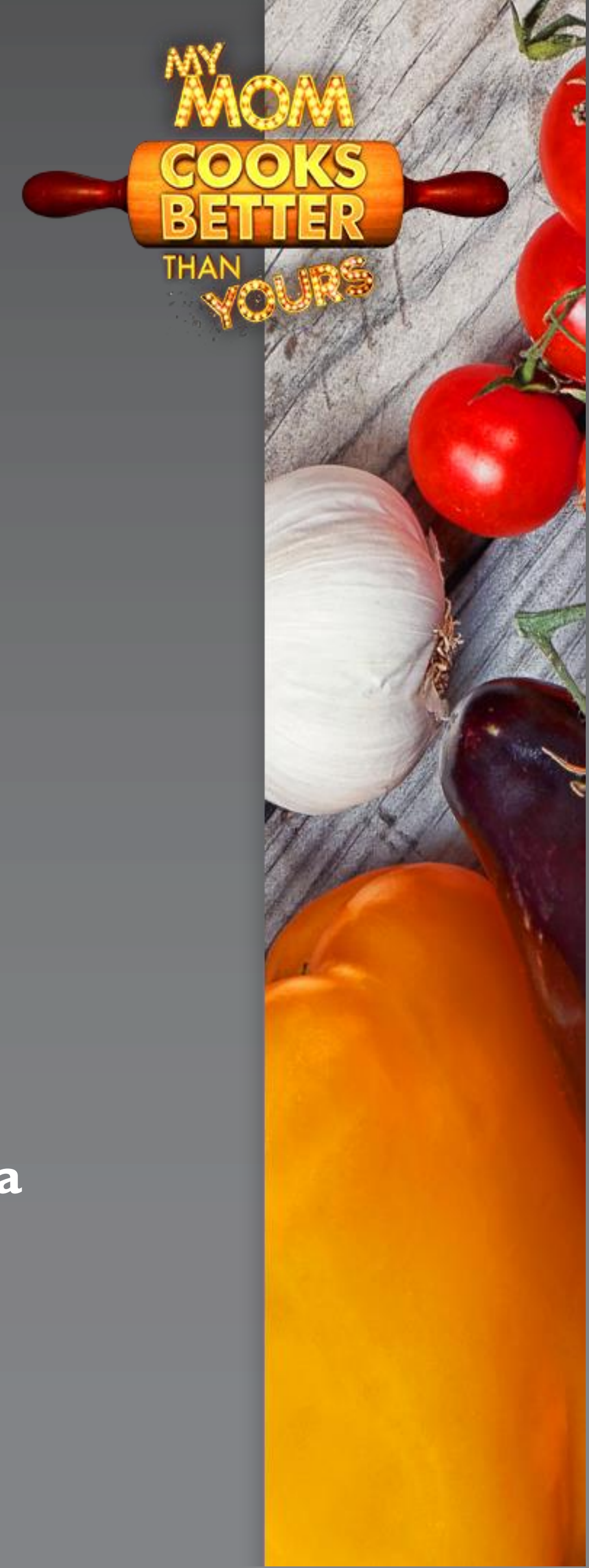
A Sala



Espaço onde cada equipa “espreita” a preparação da equipa adversária

- Product Placement bebidas e snacks
- *Sponsoring / Naming da Sala*

ON-AIR INTEGRAÇÃO DE MARCA



Botão de Pânico

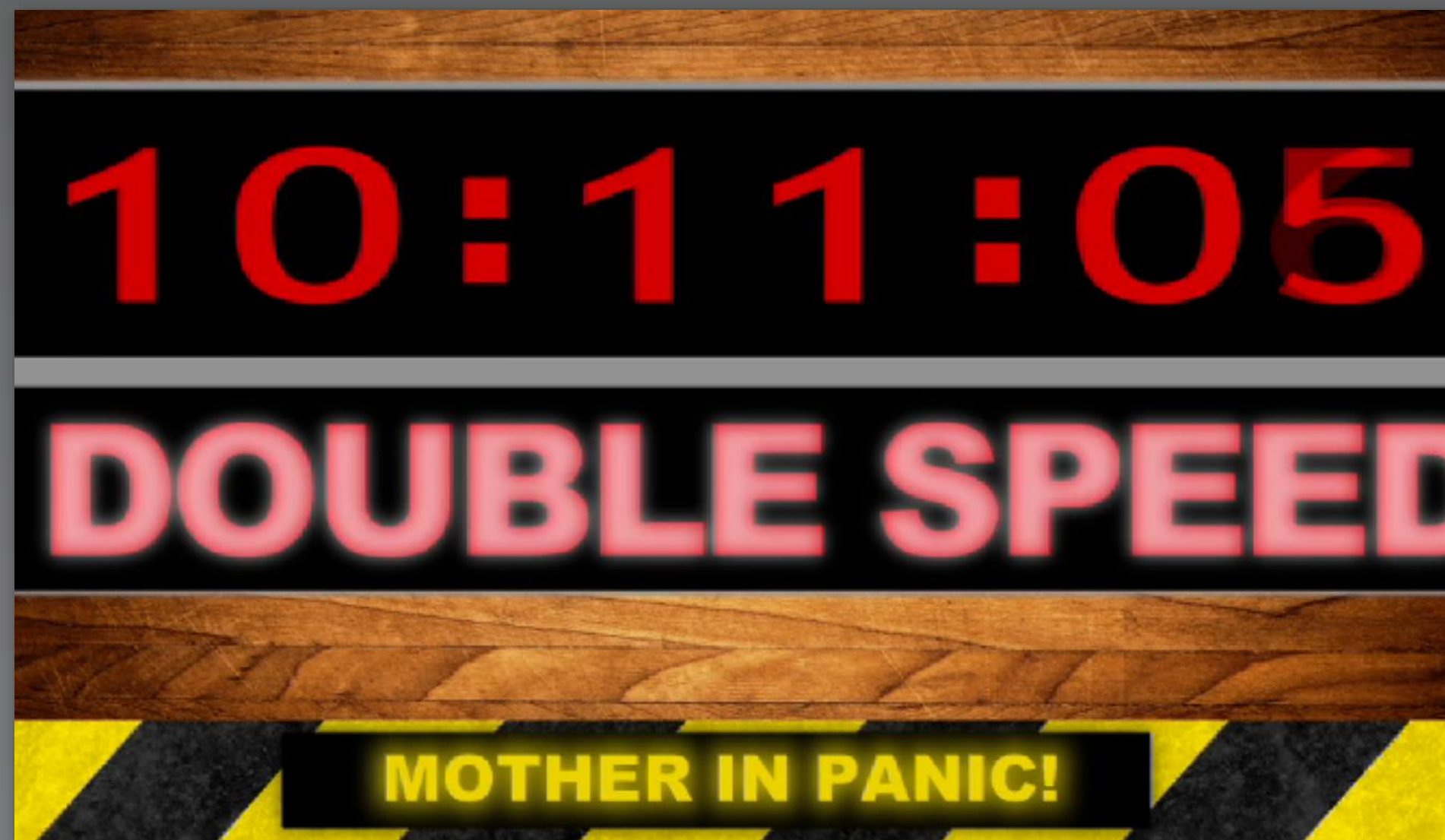
Elementos mais central do programa e o mais aguardado pelos telespetadores

Quando acionado, dificilmente não estará nos melhores momentos do programa

Visibilidade várias vezes por programa

- Sponsoring / botão de pânico

ON-AIR INTEGRAÇÃO DE MARCA



Relógio Countdown



Elemento com visibilidade mais alargada do programa (em estúdio e em grafismo)

Visibilidade durante a escolha dos ingredientes e a preparação do prato, com especial ênfase após o Botão de Pânico ser acionado

- *Sponsoring* do Relógio

EXEMPLOS INTEGRAÇÃO DE MARCAS



(Produtos Alimentares)



[CLICK TO PLAY VIDEO](#)

(Cozinha)



(Produtos alimentares)



[CLICK TO PLAY VIDEO](#)

(Produtos limpeza)



OPORTUNIDADES COMERCIAIS

PARA DIGITAL & SOCIAL



**DIGITAL
& SOCIAL**

SOCIAL MEDIA

Activação de marca em conteúdos exclusivos ou específicos para Facebook, Twitter, Instagram, etc.

CONTEÚDOS EXCLUSIVOS

Criação de conteúdos originais para a marca usando as ferramentas do programa – para plataformas online, incluindo micro-sites.

MICROSITE

Microsite da marca ou activação de marca no site da estação.

OPORTUNIDADES PARA PROMOÇÃO



PROMOÇÃO

ON PACK

On-Pack – logotipo do programa como promoção em produto da marca, com associação a passatempos.

EVENTOS

Marca integrada no contexto dos programas ao vivo, tours e eventos criados em parceria com o programa.

IN-STORE/POS

Disposição de materiais com associação ao programa através de gráficos ou logos aprovados.

LICENSING PRODUCTS

Merchandising, produtos e média com associação da marca ao programa.

VALORIZAÇÃO

PROGRAMA SEMANAL

Breakbumper: 13.400,00€ (inclui 3.000,00 produção)

(Abertura e final do programa. Mensagens 5" de Marca e Programa em conjunto. Presença nos 13 programas)

Product Placement: 3.000,00€ / programa (inclui 1.000,00 produção)

(Colocação produto / integração de marca em ingredientes, bebidas ou snacks. Inclui produto)

Cozinha, utensílios e eletrodomésticos: 16.900,00€

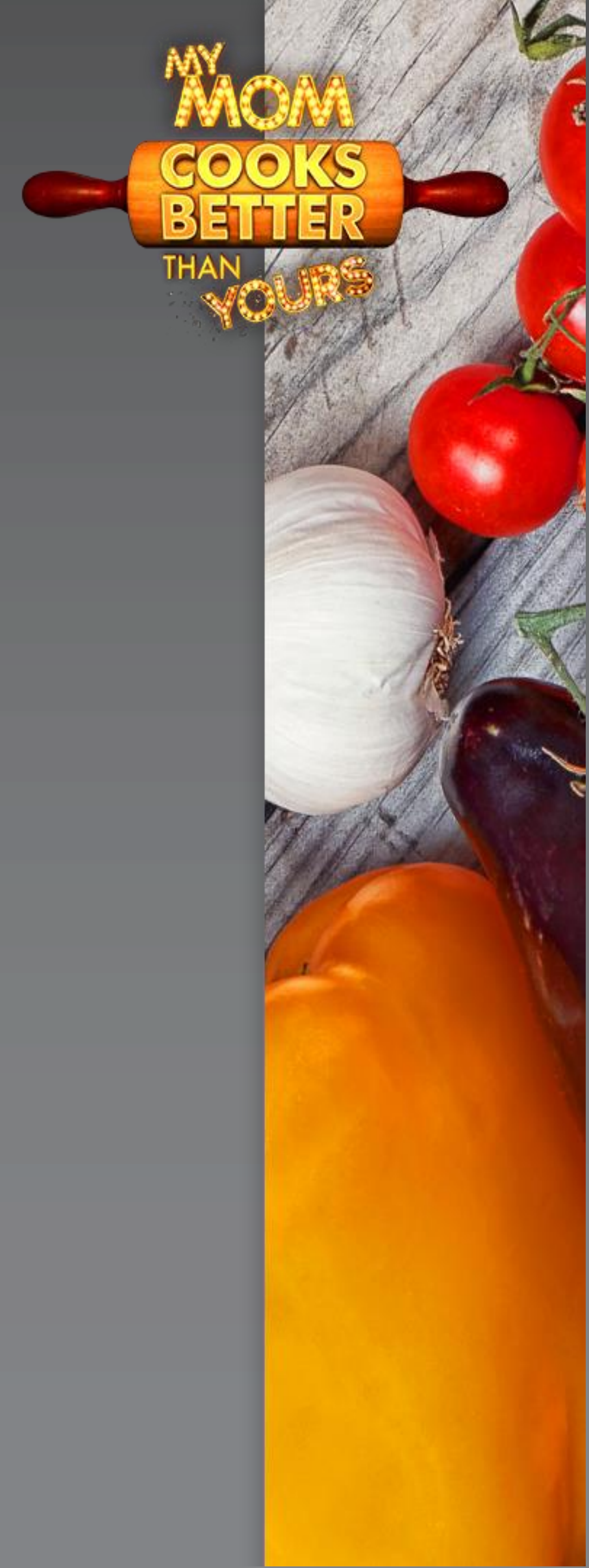
(inclui produto e possibilidade de ter cozinha *brandizada* com presença de marca durante os 13 programas)

Sponsoring “botão pânico” e “relógio”: 20.600,00€ (inclui 5.000,00 produção)

(Logotipo de marca presentes nos objetos “botão pânico” e “relógio” durante os 13 programas)

Sponsoring Cozinha: 31.000,00€ (inclui 5.000,00 produção)

(*Naming e branding* da cozinha, *sponsoring* botão de pânico e relógio durante os 13 programas; sujeito a cachet)



VALORIZAÇÃO

PROGRAMA DIÁRIO

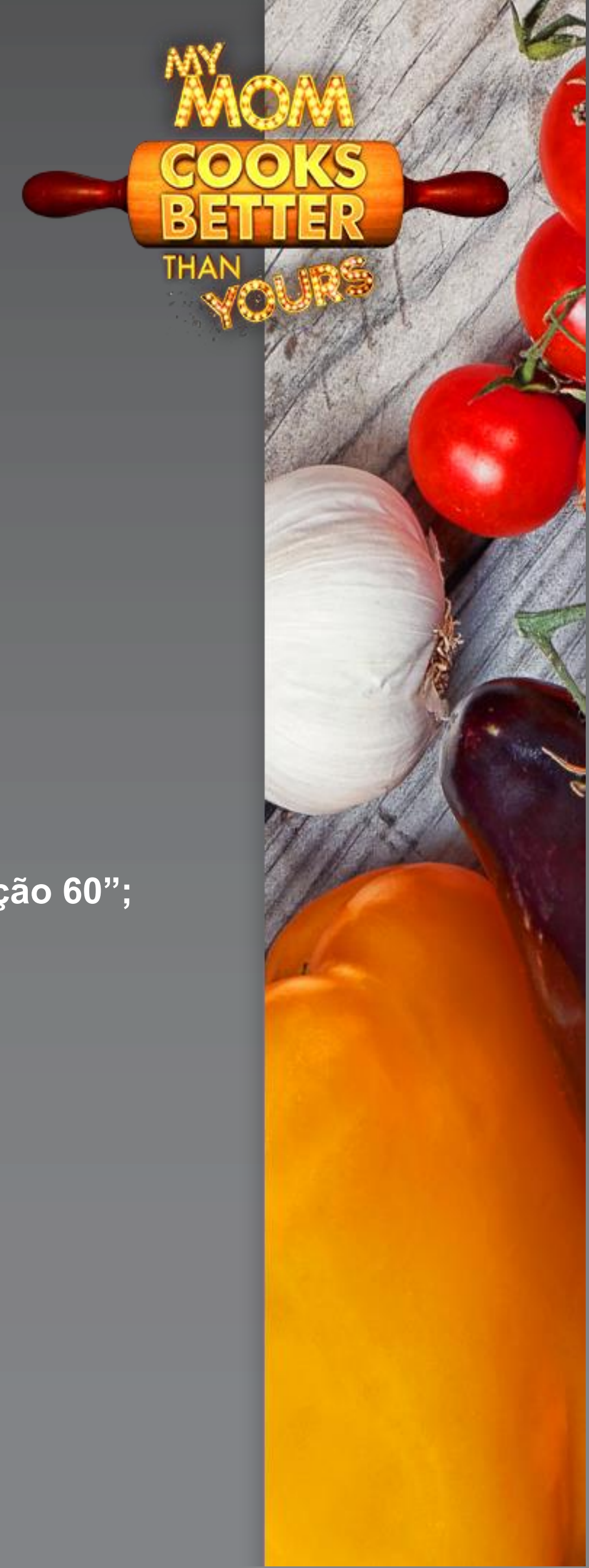
Product Placement: 2.000,00€ / programa (inclui 500,00 produção)

(Colocação produto / integração de marca em ingredientes, bebidas ou snacks. Inclui produto)

Telepromoções: 2.200,00€ / telepromoção (inclui 1.000,00 produção)

Espaço publicitário a exibir no decorrer do programa, utilizando o décor do mesmo e apresentador ou chef, com duração 60”;

Não Inclui valores de cachet do apresentador / chef (devem ser negociados diretamente)



VALORIZAÇÃO

PATROCÍNIO TV

Programa Diário: 3.045,00€ (por 5 programas – 2ª a 6ª)

Contrapartidas de Patrocínio:

- Cartão de 5" junto a cada programa – 1 a abrir e 1 a fechar (10 cartões);
- Spot de 20" junto a cada programa (5 spots – 12h);
- Cartão de 5" junto a autopromoções.

DIGITAL

Programa Diário: 685,00€ (1 mês)

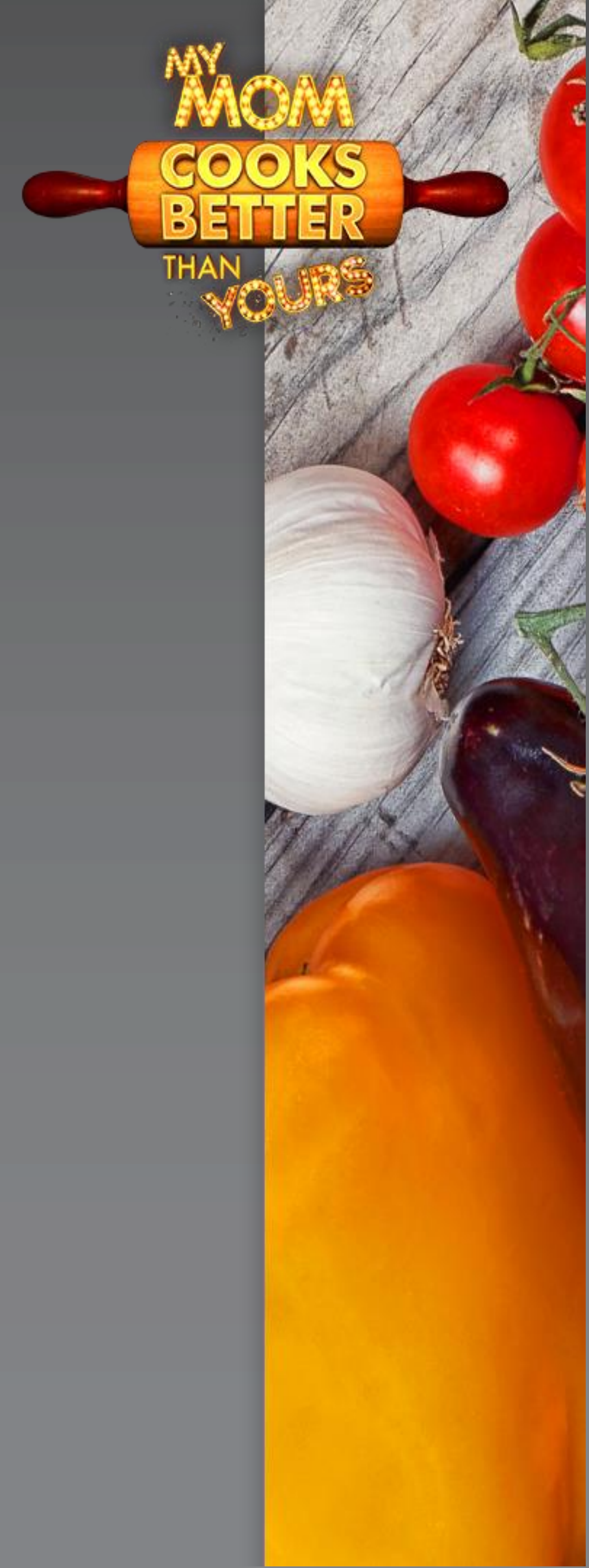
- Billboard RTP Play* (Site e App): 18.000 Impressões;
- Halfpage RTP Play* (Site e App): 10.000 Impressões;
- Pre-Roll RTP Play* (Site e App): 8.000 Visualizações.

PATROCÍNIO TV + DIGITAL

Programa Diário: 12.250,00€

- Patrocínio TV: 20 Programas/4 Semanas;
- Digital: 1 Mês.

*Inclui transmissões em directo e on-demand do programa.



NOTAS:

1. Os investimentos acordados para “colocação de produto” deverão ser considerados como adicionais face aos investimentos acordados para a compra de media convencional;
2. Aos valores apresentados, acresce IVA, impostos e taxas legais em vigor;
3. Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
4. É da responsabilidade do anunciante o acordo e pagamento do cachet do apresentador(a) caso exista;
5. Se a contratação não passar pela Central de Compras, o pagamento da campanha deverá ser efetuado antecipadamente de acordo com as Condições Gerais de Contratação da RTP;
6. A proposta é válida por 15 dias (de calendário), findo o qual poderá haver alterações;
7. A contratação de espaço será feita de acordo com as Condições Comerciais da RTP, do conhecimento da Central de Compras/Agência de Publicidade/Anunciante;
8. As presentes condições comerciais são confidenciais destinando-se a utilização exclusiva da Central de Compras/ Agência de Publicidade/ Anunciante responsável pela negociação. A sua divulgação a terceiros não poderá em quaisquer situações ser efetuada sem prévia autorização por escrito por parte da RTP;
9. Nas Ações Especiais de “colocação de produto” a exclusividade por categoria de produtos deverá ser encarada isoladamente quer para o patrocínio da transmissão, quer para participação dentro do programa, ou seja, a contratação de uma situação não confere qualquer direito sobre a outra. A Taxa de Exclusividade por categoria é de 50%;
10. Relativamente às contratações de “colocação de produto”, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será efetuado o valor proporcional;
11. Caso se pretenda ter exclusividade por categoria para a série ou programa em causa existe sobretaxa a negociar caso a caso;
12. Caso existam cenas ou outras ações de colocação de produto já gravadas e canceladas pelo anunciante/agência antes de serem emitidas, serão faturadas pela RTP ao preço de custo acordado;
14. Todas as ações de colocação de produto estarão sujeitas a aprovação da Direção de Programas da RTP.





MY
MOM

COOKS
BETTER

THAN
YOURS