

versão 1

09/24

# REPAGINANDO

## FESTAS

com André Henning

REALIZAÇÃO



MEDIA PARTNER

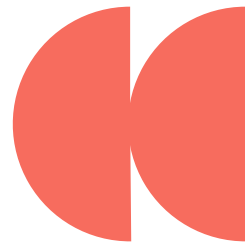


CURITIBA  
FM 103.9

RIC.com  
-br

RICtv  
conectado

O MAIOR  
GRUPO  
MULTI  
PLATA  
FORMA  
DO PARANÁ



# o reality

## André Henning

Prepare-se para uma temporada especial de fim de ano! O já conhecido arquiteto curitibano **André Henning** lidera o time do **Repaginando**, referência em dicas de decoração, arquitetura e materiais sustentáveis.

Nesta série especial, as tardes de sábado em **dezembro serão mágicas** e cheias de surpresas. Ambientes temáticos e transformações surpreendentes vão encantar o público, desafiando a criatividade e trazendo o melhor de cada profissional.

**Acompanhe as ideias revolucionárias de Henning e descubra espaços inéditos e fascinantes!**

Muito mais do que um  
programa de reforma,  
é um **programa de  
transformação de**  
vidas.

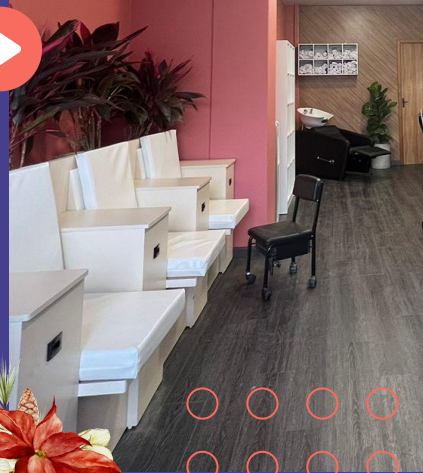
## TEMPORADA 4 EP. 8



antes



assistir



## TEMPORADA 4 EP. 2



antes



assistir



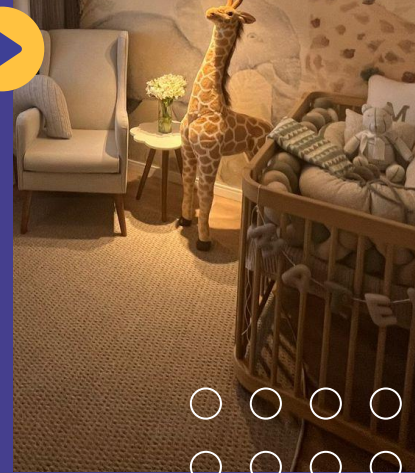
## TEMPORADA 4 EP. 6



antes



assistir



# REPAGINANDO FESTAS

-  **estreia: 07/12/2024**
-  **4 episódios** [1 mês de programa]
-  todos sábados às **13h30** [Curitiba]
-  **45 minutos** de duração
-  transmissão **estadual** e **YouTube**
-  gravações **3 semanas** antes



/rictventretenimento

\*Esta data poderá sofrer alteração conforme andamento da produção do reality.



RICtv

RECORD

# PERFIL

## por temporada

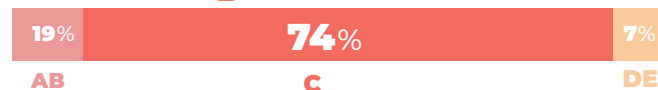
### gênero\_



### faixa etária\_



### classe social\_



O número de **mulheres** que assistiram o programa **cresceu em 36%** da primeira para a 4ª temporada



Quanto à faixa etária, **o público é 35+.** Destaque para a faixa etária entre **25 e 34 anos** que teve um crescimento de 127%.



É um público **economicamente ativo.** As principais faixas etárias estão numa fase em que pretendem se **casar**, **reformular seu imóvel** ou simplesmente **substituir os móveis**.

Fonte: Kantar Ibope Media (KIM)| Instar Analytics - Grande Curitiba (Maio/2023) | Adh% e Cov% projetado para a área de cobertura da RICtv Curitiba (4.722.498 pessoas - Exceto Ponta Grossa e Guarapuava) | Hora da Venenosa Curitiba (Segunda a sexta) Fonte: Kantar Ibope Media (KIM)| Instar Analytics| Grande Curitiba|Abril/2023 x Maio/2023| Programação RICtv X Principais emissoras de TV Aberta Ctb| Crosstab| Competição de faixas horárias| Programa A Hora da venenosa| Rat% Dom -Cov% Ind| Rch% Ind| Ats| Cov% e Rch% ind extrapolados para área de cobertura RICtv Curitiba (4.722.498 indivíduos, exceto Ponta Grossa e Guarapuava)

# MARCAS PATROCINADORAS EDIÇÕES ANTERIORES



DAJU



# ALCANCE Curitiba



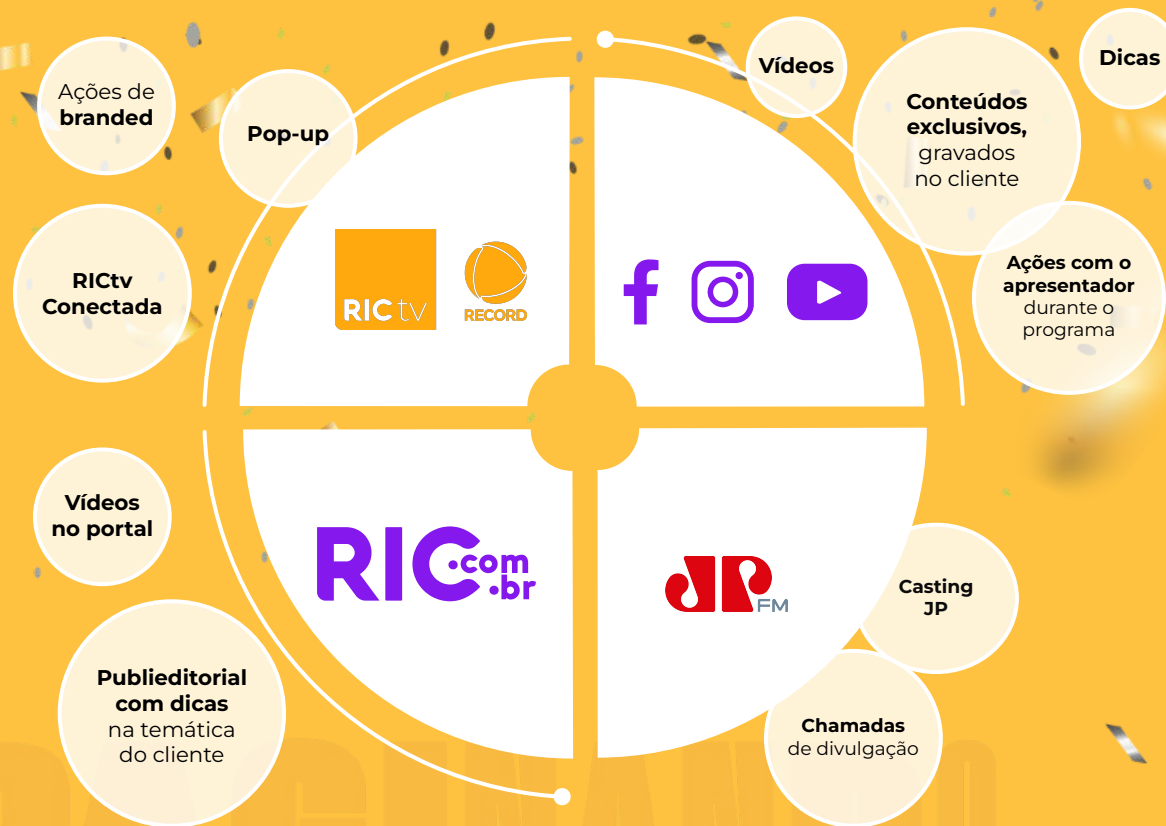
**+1,2 MI**  
**peessoas**  
alcançadas

**+54%**  
**De fidelidade**  
(tempo médio de permanência  
em relação ao total do programa)

Fonte: Kantar Ibope Media| KIM| Instar Analytics| Grande Curitiba| Programa Repaginando| Cov% Individual| Fid% Individual| Temporada 1: Abril a Junho/2021| Temporada 2: Novembro/a2021 a Fevereiro/2022| Temporada 3: Agosto a Outubro/2022| Temporada 4: Março a Junho/2023| Cov% Individual extrapolado para área de cobertura RICtv Curitiba (4.722.498 indivíduos, exceto Ponta Grossa e Guarapuava)

# ESTRATÉGIAS

# CONTEÚDO



## DINÂMICA

Apresentação principal em **estúdio, cenário fixo** e o apresentador conduzindo conforme a dinâmica do programa. Agora, a narrativa será **contínua**, integrando história, patrocinadores, obra e participante.

## STORYTELLING reformas surpreendentes em 4 episódios

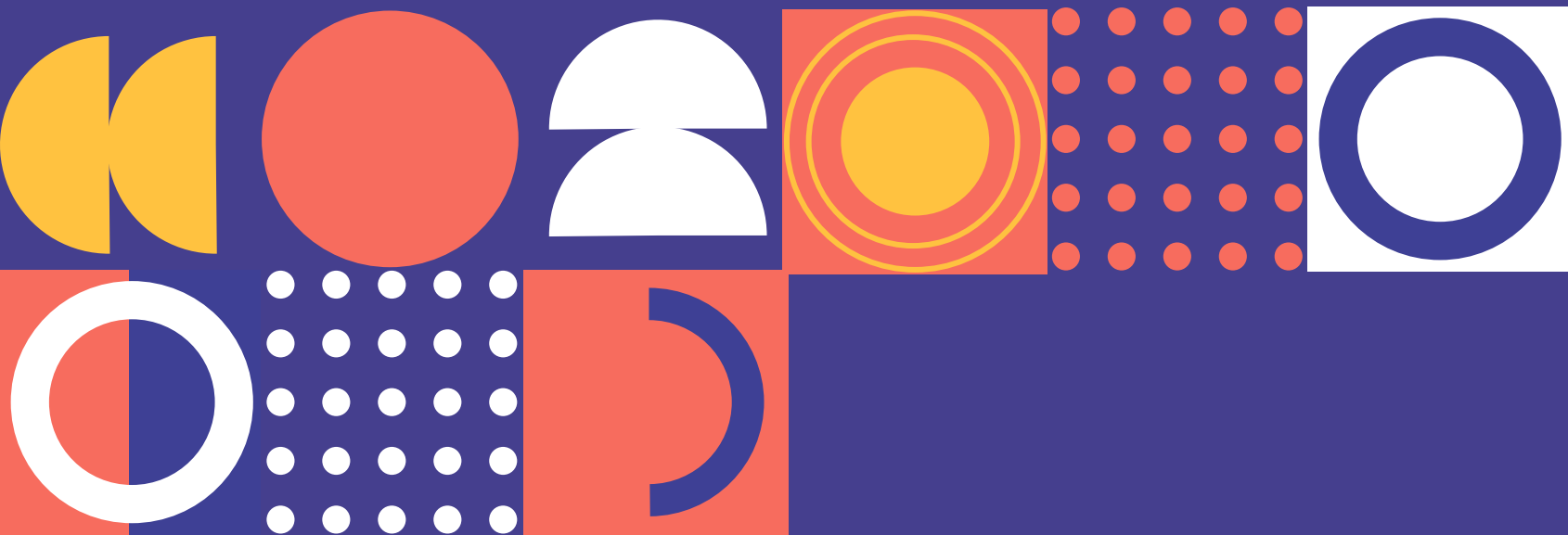
### 4 reformas



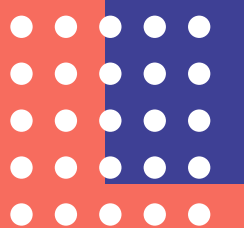
mantendo o modelo  
das últimas temporadas

# REPAGINANDO

## TEMA DOS EPISÓDIOS



# TEMAS EPISÓDIOS



## 1º episódio - Crianças de férias:

A ideia é tirar as crianças de dentro de casa e levá-las brincar ao ar livre. Uma praça com brinquedos e um espaço onde as crianças possam correr e se divertir sem correr perigo. (voltado às crianças de um bairro - foco nas férias)

- Lojas e Marcas de Brinquedos ao Ar Livre
- Lojas de Artigos Esportivos
- Marcas de Segurança Infantil
- Empresas de Entretenimento Infantil

## 2º episódio - Solidariedade:

Todos devemos praticar a solidariedade o ano todo, mas em dezembro ficamos mais sensíveis. Vamos olhar para os nossos velhinhos? Eles têm muito a nos ensinar e merecem toda a nossa atenção. Instituição ONG para Idosos (Casa de Repouso, Asilo...)

- Farmácias
- Lojas de Produtos para Mobilidade
- Planos de Saúde e Assistência Médica
- Empresas de Móveis e Decoração

## 3º episódio - Natal:

O que mais nos encanta em dezembro? São as ruas enfeitadas para o Natal. Nesse episódio o desafio será decorar uma rua ou uma praça para fazer nossos olhos brilharem e nos emocionar. É natal!

- Lojas de Decoração Natalina, Lojas de Iluminação
- Lojas de Material de Construção e Ferramentas
- Bancos e Instituições Financeiras
- Construtoras

## 4º episódio: Saúde e Esperança

Queremos trazer alegria e esperança aos pacientes e profissionais em um hospital, repaginando espaços como salas de espera, recepção, corredores e áreas pediátricas. A ideia é criar um ambiente mais acolhedor e festivo.

- Equipamentos hospitalares
- Móveis e decoração
- Produtos de Higiene
- Tecnologia Médica
- Planos de Saúde
- Farmácias

# CALENDÁRIO PATROCÍNIO

pré-reality

episódios do reality

pós-reality

semanas

<<

<

1º

2º

3º

4º

5º

>

>>



chamadas de divulgação



pílulas de conteúdo



chamadas de divulgação



mídia display



publieditorial

conteúdo de divulgação



chamadas de divulgação



chamadas de divulgação



pílulas de conteúdo



chamadas de divulgação



mídia display



editoria especial

publi  
editorial

publi  
editorial  
exclusivo



conteúdo de divulgação



apresentador



episódio completo

conteúdo  
exclusivo  
do cliente

conteúdo  
exclusivo  
do cliente



mídia display

publieditorial

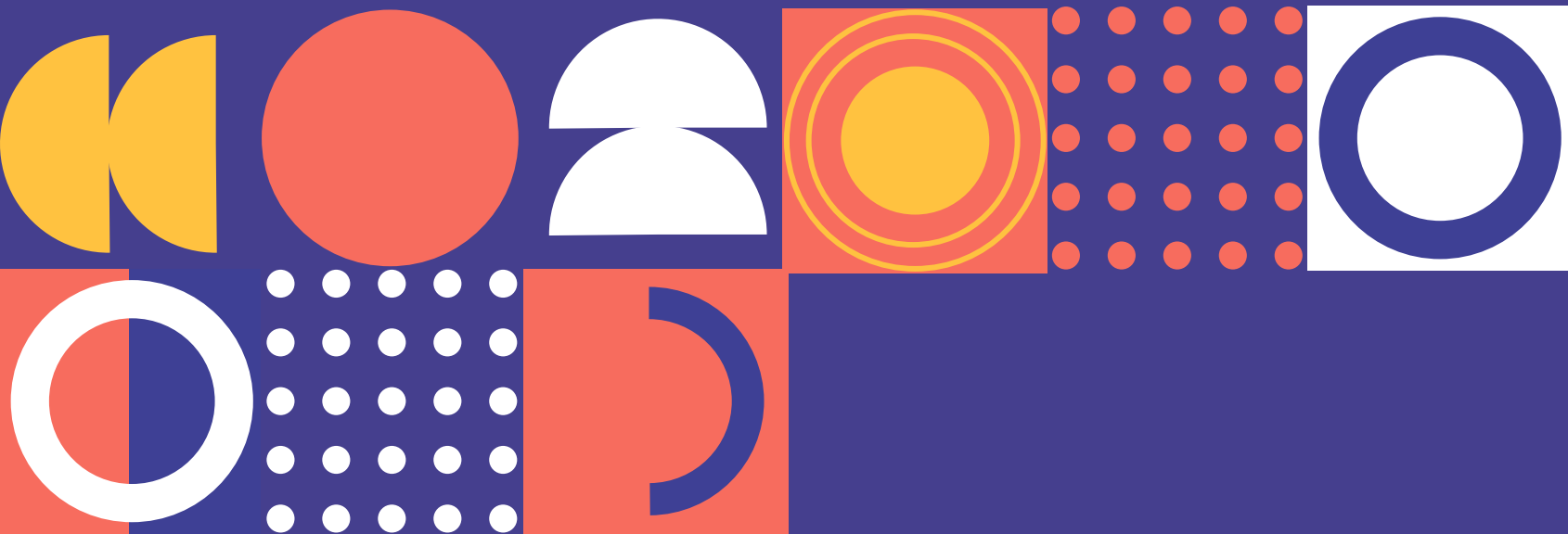
conteúdo de  
divulgação

conteúdo  
exclusivo  
do cliente

\* sujeito a alterações

# REDAGINANDO

## PATROCÍNIO ESTADUAL



# PATROCÍNIO ESTADUAL

## RICtv

### 04 Vinheta de 5" na abertura e encerramento

Aproveitamento: Aplicação de logo

### 04 - Comerciais no break

Aproveitamento: 30" exclusivos.

### 04 Insert de pop-up no programa

Aproveitamento: Aplicação de Logo na Tela

### 01 Ação de Branded Content no programa

Aproveitamento: Ação de Conteúdo de 60"

### 40 Chamadas de divulgação

Aproveitamento: Vinheta de 5"

## RICtv Conectada

### 100k Mídia Display

Aproveitamento: Aplicação de Logo

## Youtube

### 04 Vídeos dos Episódios na íntegra

Aproveitamento: Citação na Legenda

## RIC.COM.BR

### 500k Mídia display

Aproveitamento: Aplicação de Logo

### 04 Publieditorial Reality

Aproveitamento: Citação com link building

### 01 Editoria do Reality

Aproveitamento: Aplicação de Logo

### 01 Branded Content - Especial Publicitário

Aproveitamento: Exclusivo

## SOCIAL BRANDED

### Instagram

### 01 Reels (@rictventretenimento) - Storytelling do cliente

Aproveitamento: exclusivo

### 01 Reels (@rictventretenimento) - Reels com apresentador do reality

Aproveitamento: exclusivo

### 01 Galeria de Fotos (@rictventretenimento) -

Fotos com os produtos

Aproveitamento: exclusivo

### 04 Storys com Storytelling do cliente

(@rictventretenimento) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: exclusivo

### 04 Vídeos dos episódios (Youtube)

Aproveitamento: Citação na legenda

## REDES SOCIAIS

### Instagram

### 13 Posts de Divulgação (segmentação estado)

Aproveitamento: Citação na legenda

### 29 Stories de Divulgação (segmentação estado)

Aproveitamento: Marcação do @ visível

### 01 Compartilhamento de link (publieditorial) (@ricmais)

Aproveitamento: Exclusivo

### 08 Stories com o link - Youtube (segmentação estado)

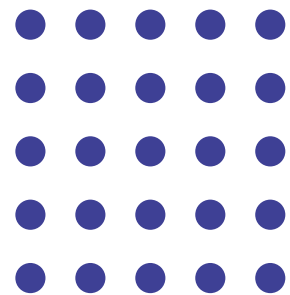
Aproveitamento: Marcação do @ visível

# Branded content



**Repaginando**  
4ª Temporada

**RE  
PAGI  
NANDO**



# INVESTIMENTO NEGOCIADO

*cotas disponíveis*

patrocínio **estado**

**R\$ 112.345<sub>00</sub>**





# regulamento

1. Prazo de Pagamento: 15 d.f.m;
2. Prazo para fechamento comercial:

| Reality            | Início das gravações* | Início divulgação* | Fechamento Comercial | Estreia do reality* |
|--------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|---------------------|
| Repaginando Festas | 20/11/2024            | 18/11/2024         | 15/11/2024           | 07/12/2024          |

3. Número de Cotas: 03 (três) Cotas por praça e 01 (uma) Cota Estadual;
4. Projeto condicionado a comercialização mínima de 01 cota Estado + 02 Regionais ou 03 cotas regionais.
5. As entregas prometidas neste projeto estão condicionadas aos valores determinados no slide de investimento e oportunidades extras. A comercialização abaixo desse valor poderá impactar nas entregas de mídia. Em caso de negociação, solicite ao seu seu consultor comercial o plano de mídia atualizado.
6. O cliente deverá entregar os materiais listados no slide de checklist de mídia no prazo de 02 dias úteis após o fechamento comercial;
7. A estrutura desta proposta comercial e o planejamento de mídia poderão sofrer alterações até o início do projeto, não implicando ônus aos clientes que já tiverem assinado o PI.
8. Em caso de cancelamento da mídia antes do período contratado, o valor integral do contrato será recalculado com base na tabela de preços vigente no mês de veiculação;
9. Reservamo-nos o direito de exclusividade na divulgação dos materiais desenvolvidos pelo Grupo Ric;
10. O Grupo Ric reserva-se o direito de entregar mídias adicionais para divulgação institucional sem a marca dos patrocinadores;
11. Este projeto foi desenvolvido pelo Grupo Ric e os direitos autorais são de sua propriedade.



*\*as datas poderão sofrer alterações*



# checklist de mídia

| Comunicação                                                           |  | Formato Material                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------------------------|
| Logo                                                                  |  | Logo com manual da marca + versão monocromática - ai, pdf, psd ou vetor |
| Site, Facebook e Instagram                                            |  | Links                                                                   |
| Televisão                                                             |  | Formato Mídia                                                           |
| Comercial Exclusivo 30" – com a claquete da Ancine dentro da validade |  | Vídeo (MXF) - 1920x1080                                                 |
| Vinheta de 5" – com a claquete da Ancine dentro da validade           |  | Vídeo (MXF) - 1920x1080                                                 |
| Briefing Branded Content                                              |  | <a href="#">Formulário</a>                                              |
| RICtv Conectada - Briefing                                            |  | <a href="#">Formulário</a>                                              |
| Rádio                                                                 |  | Formato Mídia                                                           |
| Assinatura de 5"                                                      |  | MP4/Texto para Apresentador                                             |
| Redes Sociais                                                         |  | Formato Mídia                                                           |
| Stories e Post                                                        |  | Logo com manual da marca + versão monocromática - ai, pdf, psd ou vetor |
| Social Branded                                                        |  | Briefing Social Branded - <a href="#">Formulário</a>                    |





Acesse o  
Site Comercial

veículos de comunicação



Curitiba | 103.9  
Londrina | 102.1  
Ponta Grossa | 102.5  
Cascavel | 101.0



Curitiba | 107.1  
Londrina | 104.5  
Marinópolis | 97.5  
Foz de Iguaçu | 105.1

RIC.com.br



TOPVIEW

grupo  
**ric**



RIC  
podcasts

RICLab

RICRURAL  
Hub



RIC



RICplay



Quintal  
ventures

JOY

unidades de negócio