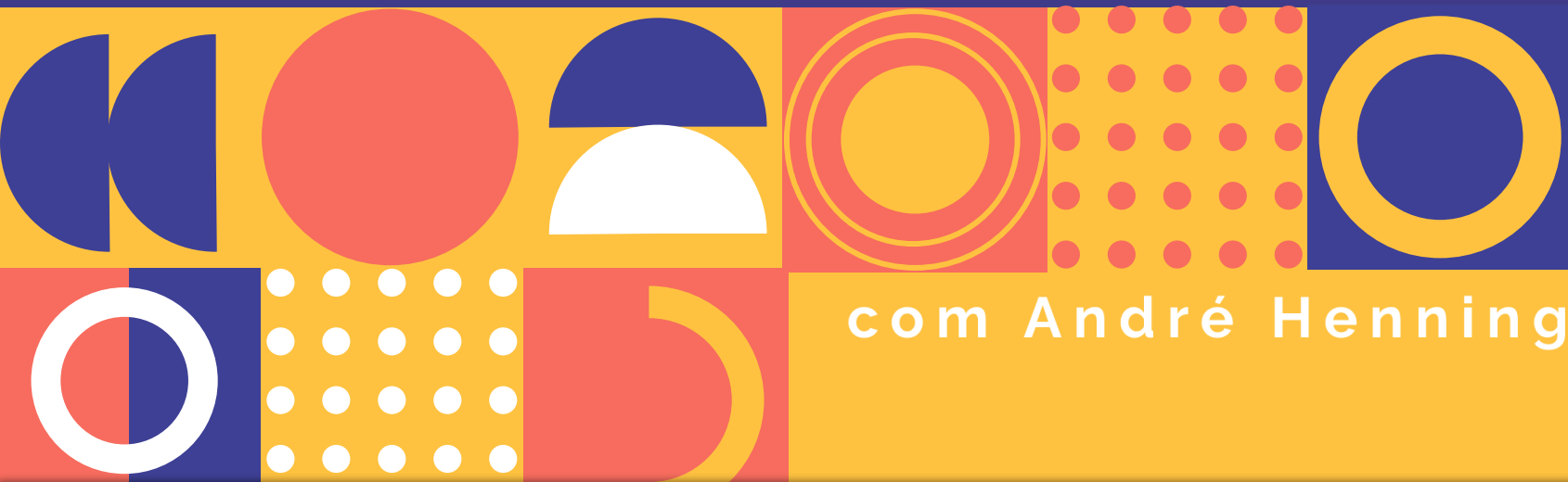


versão 1

REPAGINANDO

5ª TEMPORADA



com André Henning

REALIZAÇÃO



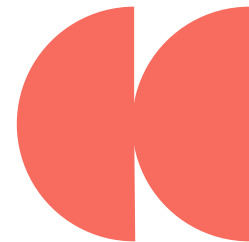
MEDIA PARTNER



CURITIBA
FM 103.9



O MAIOR
GRUPO
MULTI
MÍDIA
DO PARANÁ



o reality

André Henning

O renomado arquiteto curitibano **André Henning** está pronto para liderar e encantar o público na **5ª temporada** do programa.

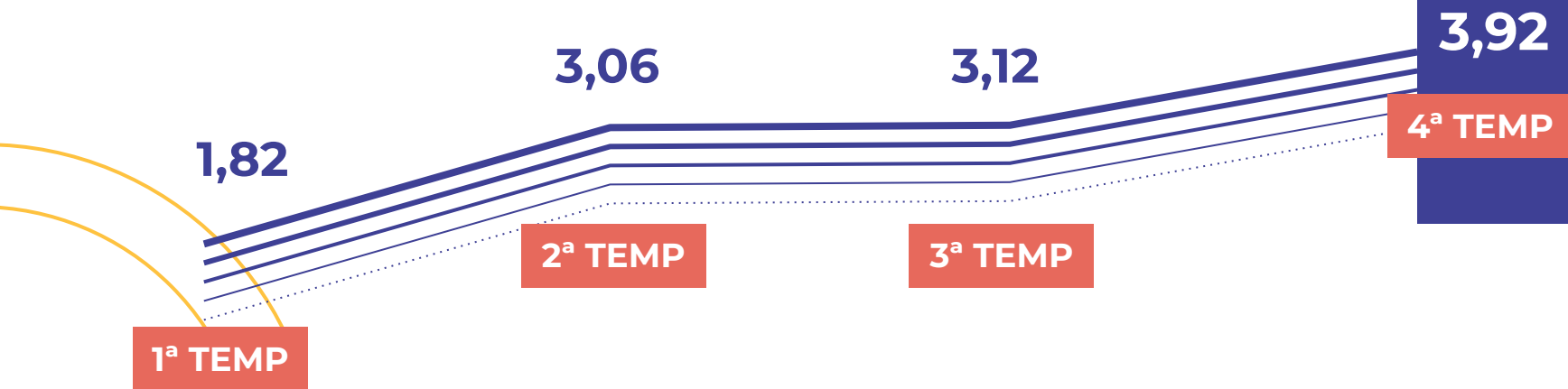
O **Repaginando** é uma referência em dicas de decoração, arquitetura e materiais sustentáveis. A **audiência cresce a cada temporada**, refletindo o interesse contínuo por soluções inovadoras.

Prepare-se para se encantar com as **ideias revolucionárias** de Henning e as transformações surpreendentes que estão por vir na nova temporada.

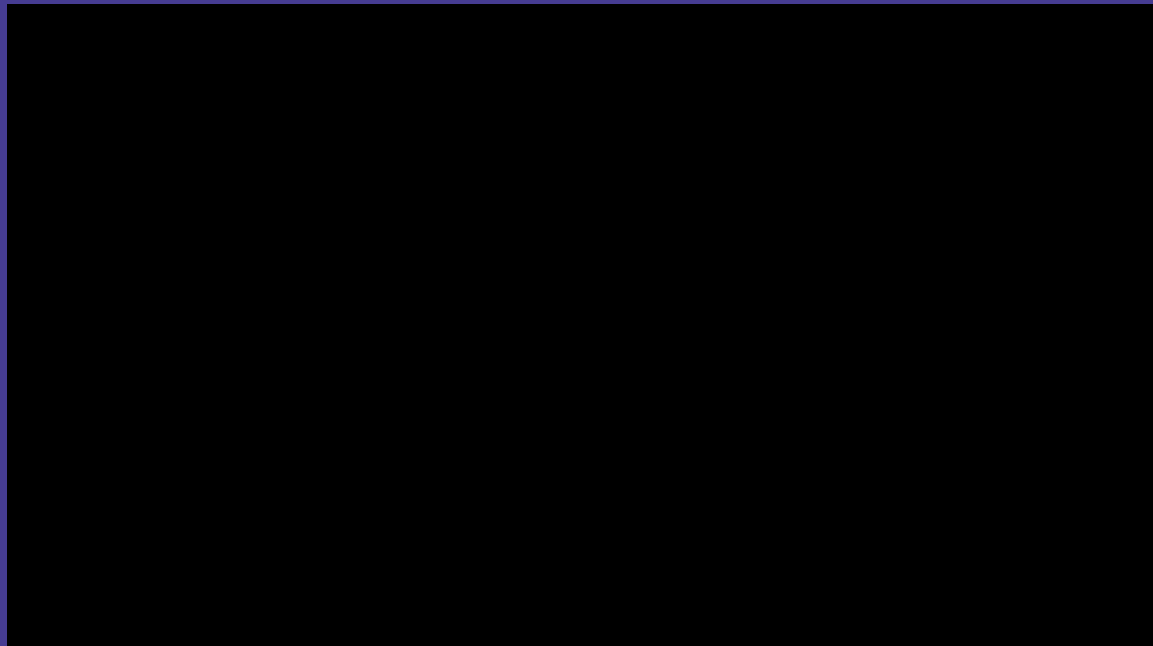
@andrehenning

AUDIÊNCIA

115% de crescimento na audiência entre temporadas



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



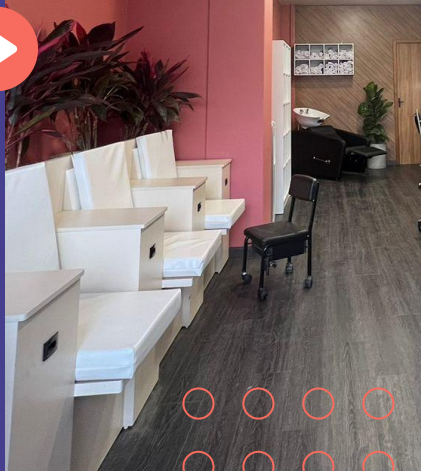
TEMPORADA 4 EP. 8



antes



assistir



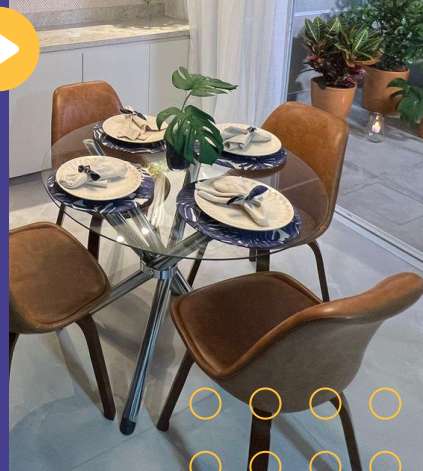
TEMPORADA 4 EP. 2



antes



assistir



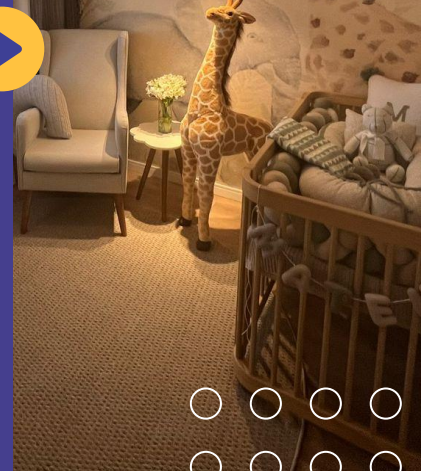
TEMPORADA 4 EP. 6









antes



assistir



REPAGINANDO

-  estreia: 09/03/2024
-  8 episódios [2 meses de programa]
-  todos sábados às 13h
-  35 minutos de duração
-  transmissão **estadual** e **YouTube**
-  gravações **3 semanas** antes



/rictventretenimento



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

RICtv



PERFIL

por temporada

gênero



faixa etária



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 horários| 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)



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**.

PERFIL

oportunidades
Classe ABC

Pretende reformar sua casa ou apartamento



Comprou móveis para o quarto



O perfil do telespectador do programa Repaginando proporciona grandes **oportunidades de negócio**



Na faixa etária entre **35 a 44 anos, 38%** pretendem se casar nos próximos 12 meses. **Entre 25 a 34 anos** esse número é de **24%**



Na faixa entre 25 a 34 anos, 39% comprou móveis para a sala



Na faixa entre 35 a 44 anos, 43% comprou móveis para a sala de jantar



O programa pode gerar ideias para reformas como também de como mobiliar ou tornar um ambiente da casa mais bonito e aconchegante

MARCAS PATROCINADORAS EDIÇÕES ANTERIORES



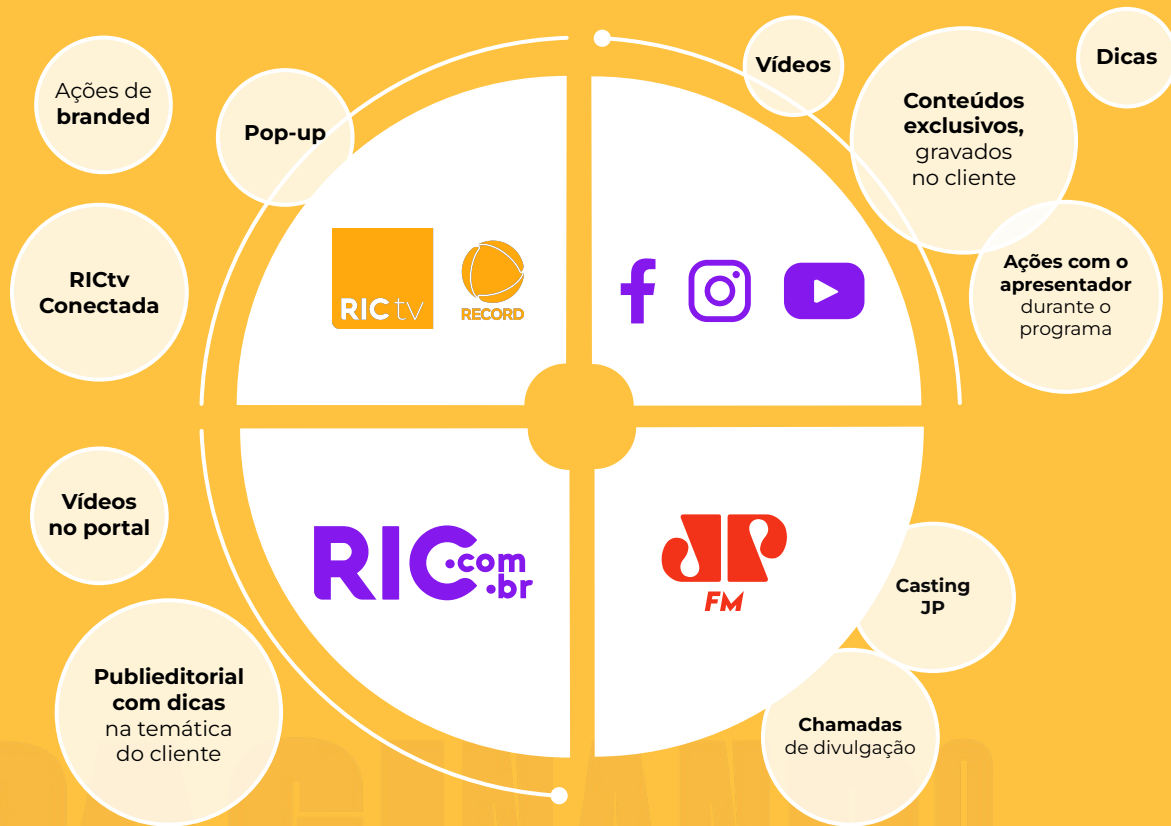
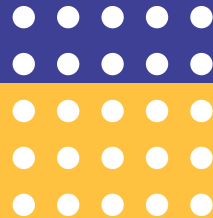
ALCANCE Curitiba



+1,2MI
pessoas
alcançadas

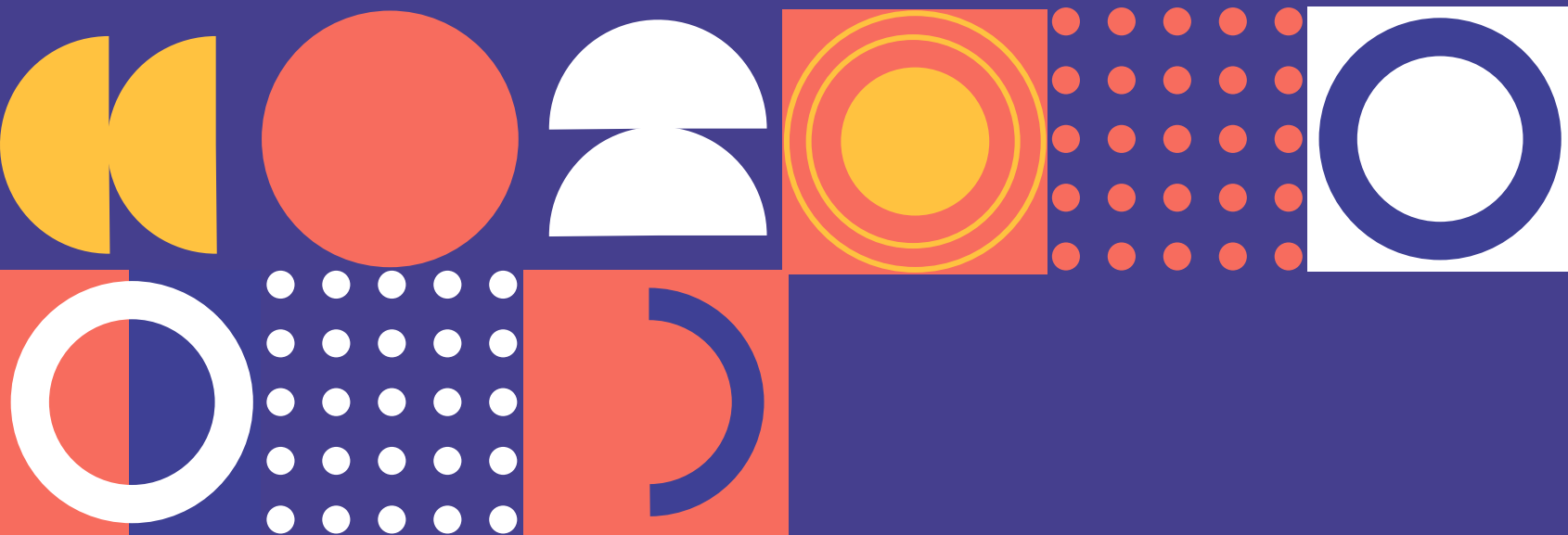
+54%
De fidelidade
(tempo médio de permanência
em relação ao total do programa)

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)

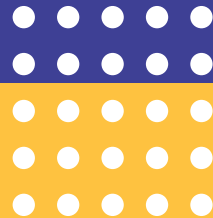


REDA GINANDO

PATROCÍNIO ESTADUAL



PATROCÍNIO ESTADUAL



RICTv

01 Patrocínio do Programa

Aproveitamento:
Citação (*abertura*) + Aplicação de logo (*encerramento*)

08 - Comerciais no break

Aproveitamento: 30" exclusivos.

08 Insert de pop-up no programa

Aproveitamento: Aplicação de Logo na Tela

04 Ações Branded Content no programa

Aproveitamento: Ação de Conteúdo de 60"

66 Chamadas de divulgação

Aproveitamento: Citação (*abertura*) + Aplicação de logo (*encerramento*)

16 Pílula de Conteúdo

Aproveitamento: Vinheta de Patrocínio 5"

RICTv Conectada

200k Mídia Display

Aproveitamento: Aplicação de Logo

50 Mídia Display

Aproveitamento: Exclusivo

Jovem Pan FM

120 Spots de divulgação

Aproveitamento: Assinatura de 5"

RIC.COM.BR

300k 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

Youtube

08 Vídeos dos Episódios na Íntegra

Aproveitamento: Citação na Legenda

REDES SOCIAIS*

Instagram

05 Stories (@ricmais) - Compartilhamento Publi

Aproveitamento: @ da marca

75 Stories (@rictv) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: @ da marca

12 Reels (@rictv) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: Citação na legenda + aplicação de logo no card

14 Post no feed (@rictv) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: Citação na legenda + aplicação de logo no card

SOCIAL BRANDED

Instagram

01 Carrossel de Fotos (@rictvpr)

Aproveitamento: Exclusivo

01 Reels com apresentador (feed+campanha) (@rictvpr)

Aproveitamento: Exclusivo

01 Reels (feed+campanha) (@rictvpr)

Aproveitamento: Exclusivo

04 Stories de Interação (storytelling da marca) (@rictvpr)

Aproveitamento: Exclusivo



RESULTADOS ESTIMADOS

2,8 MILHÕES
de pessoas alcançadas no Paraná

FONTE: Kantar IBOPE Media | Instar Analytics Planning - Grande Curitiba (Novembro/23), Londrina (1º Semestre/23), Maringá (1º Semestre/23) e Cascavel (1º Semestre/23) | Cov% projetado para a área de cobertura da RICtv Curitiba (4.786.103 pessoas - Exceto Ponta Grossa e Guarapuava), RICtv Londrina (1.651.347 pessoas), RICtv Maringá (2.011.929 pessoas) e RICtv Oeste - Região de Cascavel (591.872 pessoas) | Target: total indivíduos Fonte: Kantar Ibope Media (KIM) | Instar Analytics | Planning | Curitiba - Outubro/23 | Cov% extrapolado para área de cobertura Jovem Pan FM Curitiba (4.016.050 indivíduos) | Target: Total Indivíduos



RICtv CURITIBA
ALCANCE ESTIMADO

1.460.719
pessoas alcançadas no total de indivíduos



RICtv LONDRINA
ALCANCE ESTIMADO

216.657
pessoas alcançadas no total de indivíduos



RICtv MARINGÁ
ALCANCE ESTIMADO

478.839
pessoas alcançadas no total de indivíduos



RICtv OESTE
ALCANCE ESTIMADO

89.432
pessoas alcançadas no total de indivíduos



**JOVEM PAN FM
CURITIBA**
ALCANCE ESTIMADO

556.625
pessoas alcançadas no total de indivíduos





RESULTADOS ESTIMADOS

Alcance Patrocinado | Mídia Exclusiva

924 Mil

Contas Alcançadas

25 Mil Cliques no Link

Target: AS 18 a 65+ | Interesses Reality Shows | Curitiba +40km, Londrina +40km, Maringá +40km, Cascavel +40km

FONTE: Meta Business Suite Novembro 2023

@rictventretenimento alcance orgânico



396.878



382.960

@rictvpr alcance orgânico



3.018.970



619.146

@rictvlondrina alcance orgânico



1.737.714



391.369

@rictvmaringa alcance orgânico



1.576.680



270.296

@rictvoeste alcance orgânico



100.814



42.743

@ric.com.br

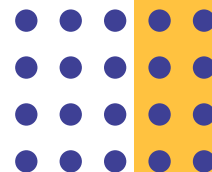
alcance orgânico

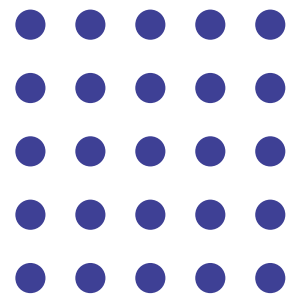


2.809.854



884.633





INVESTIMENTO NEGOCIADO

cotas disponíveis

patrocínio **estado**

R\$ 1.351.064_{,75}



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 5ª Temporada	Fevereiro	Fevereiro	01/02/2023	09/03/2024
Cotas Extras	-	-	15/02/2023	09/03/2024

3. Número de Cotas: 03 (três) Cotas por praça e 01 (uma) Cota Estadual;
4. 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.
5. O cliente deverá entregar os materiais listados no slide de checklist de mídia no prazo de 02 dias úteis após o fechamento comercial;
6. 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.
7. 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;
8. Reservamo-nos o direito de exclusividade na divulgação dos materiais desenvolvidos pelo Grupo Ric;
9. O Grupo Ric reserva-se o direito de entregar mídias adicionais para divulgação institucional sem a marca dos patrocinadores;
10. 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
Roteiro para Merchandising 60"	Texto para Apresentador
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	Formulário
RICtv Conectada - Briefing	Formulário

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 - Formulário





Acesse o
Site Comercial

veículos de comunicação



CURITIBA 103.9
PONTA GROSSA 103.5
CASCAVEL 101.5
LONDRINA 102.1



CURITIBA 107.1
LONDRINA 104.5
MARINGÁ 99.3

RIC.com.br



TOPVIEW



RIC
podcasts

RICLab



unidades de negócio