



DOMINGO MAIOR
PLANO DE PATROCÍNIO LOCAL

JANEIRO 2024



O QUE ASSISTIMOS NO DOMINGO MAIOR?

Aos domingos à noite, o Domingo Maior traz para a tela da Globo filmes de ação de grande bilheteria, nacionais e internacionais e com grande elenco.

Com personagens fortes lutando por seus objetivos, a sessão tem um potencial de atração de múltiplos perfis.



ALGUNS SUCESSOS DO DOMINGO MAIOR

Quer conhecer um pouco mais sobre a sessão? Ao lado, alguns dos filmes assistidos no Domingo Maior nos últimos anos.



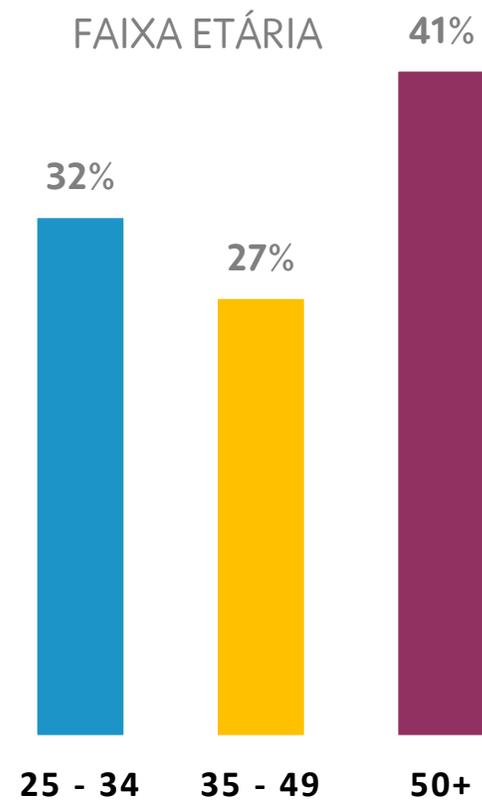
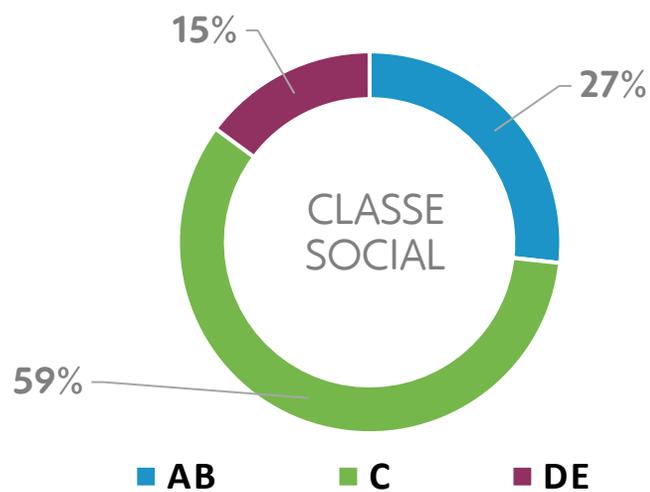
MOMENTO DE RELAXAR NO FINAL DE SEMANA

Nesse momento não existe espaço para noticiários, estudos e documentários com temas pesados e filmes de terror. Nada que tire do eixo. As noites e madrugadas do final de semana são o momento de relaxar.

A expectativa é consumir os conteúdos favoritos, já conhecidos.



PERFIL DE AUDIÊNCIA NA TV RIO SUL





A OPORTUNIDADE
PERFEITA PARA
**DAR DESTAQUE E
CONTEXTO** PARA
A SUA MARCA!



INTERVALOS COMERCIAIS

Oportunidade do anunciante exibir seu comercial

ESQUEMA **COMERCIAL**

DIA: Domingo

HORÁRIO*: 23h25

DURAÇÃO DO PROGRAMA:** 1h45

SIGLA: DOMA

PREÇO DE 30"': Conforme Lista de Preços vigente

COEFICIENTE 15"': 0,5

GÊNERO: Filme

*O programa pode apresentar diferentes horários conforme o dia da semana.

**O programa pode apresentar diferentes durações conforme o dia da semana.



PLANO DE PATROCÍNIO DO PROGRAMA

Com **uma cota local e exclusiva por mercado**, o patrocínio é um formato que permite associação com o Domingo Maior, criando uma relação direta entre a marca do anunciante e o público local.

PLANO COMERCIAL

QUANTIDADE DE COTAS: Exclusiva

TIPO DE COTA: Mercado Local

PLANO DE INSERÇÕES POR EXIBIÇÃO:

- **OPÇÃO 1:** 1 vinheta de abertura de 5" + 1 vinheta de encerramento de 5"
- **OPÇÃO 2:** 1 vinheta de abertura de 7" + 1 vinheta de encerramento de 7"
- **OPÇÃO 3:** 1 vinheta de abertura de 3" + 1 vinheta de encerramento de 3" + 1 comercial de 10"

PERÍODO MÍNIMO: 8 semanas*

PREÇO DA COTA: R\$ 2.142,00**

*Com prioridade de renovação de 28 dias antes da última veiculação contratada.

**Preço referente ao período de 4 semanas.



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS



GERAL

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas até 30/06/2024, independentemente do período de veiculação. Cotas não comercializadas até este prazo, poderão ter atualizações.
- Não haverá alteração de preços para pagamento antecipado, realizado antes do início das veiculações.
- Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alterações nos valores do 13º mês em diante.
- Os valores foram calculados com base em vinhetas de 7".

TV ABERTA

- A Globo poderá desenvolver outras oportunidades comerciais (cota de participação, ações no conteúdo etc.) ligadas aos programas. Essas oportunidades não poderão ser comercializadas para concorrentes dos patrocinadores dos programas, exceto quando mencionado no plano comercial.
- Dias e horários de exibição dos programas estão sujeitos a alteração.
- As renovações dos patrocínios deverão ser informadas até 28 dias antes da última veiculação contratada. Após este prazo, deixa de existir a prioridade, ficando a cota disponível para negociação com outro anunciante.
- A aquisição mínima estabelecida para compra/renovação seguirá da seguinte forma:
 - Programas diários (seg/sex, seg/sáb ou seg/dom): mínimo 4 semanas, sem prioridade de renovação.
Obs.: para comercialização a partir de 8 semanas, prioridade de renovação de 28 dias antes do término do contrato;
 - Programas semanais: mínimo 8 semanas, com prioridade de renovação de 28 dias antes da última veiculação contratada.
- Não existe posicionamento especial para exibição dos comerciais que fazem parte dos planos de patrocínio, exceto quando mencionado.
- As caracterizações dos patrocínios (abertura, encerramento, vinheta de passagem, chamadas) da programação de linha deverão seguir as seguintes orientações:
 - Vídeo:
 - Duração de 3, 5 ou 7 segundos de imagens com movimento.
 - Não serão permitidas imagens de atores com movimentos labiais.
 - O material não poderá apresentar mais do que uma marca/produto.
 - Caso o programa seja patrocinado por uma linha de produtos, as imagens não poderão dar destaque a nenhum produto particularmente; a ênfase deve ser apenas na linha de produtos.
 - Áudio*:
 - 3 segundos: máximo de 4 palavras .
 - 5 segundos: máximo de 10 palavras.
 - 7 segundos: máximo de 12 palavras.
 - Identificação do patrocinador ou marca no início do texto.
 - Se mais de uma palavra for usada para designar uma marca ou produto, serão contabilizadas individualmente
 - Caso o texto apresente números ou siglas, estes serão computados por elementos, isoladamente.
 - Se o programa for patrocinado por linha de produtos, poderá haver menção apenas da linha de produtos.*A validação é feita com o cronômetro.
- Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.

OBSERVAÇÕES COMERCIAIS



- Para os programas com cotas Mercado Nacional, a Globo está aberta à análise de novas alternativas comerciais. Nessa situação, se a vinheta tiver duração de 10 segundos, poderá apresentar o máximo de 20 palavras.
- Para os programas com cotas locais na Globo existe a opção da troca da assinatura (abertura e encerramento) de 7" pela de 3" ou 5" sem alteração no preço. Caso o patrocinador opte pela assinatura de 3" nas caracterizações de abertura e encerramento, terá direito a um comercial de 10" no intervalo do programa.
- Além das chamadas definidas nos planos comerciais, poderão ser exibidas chamadas sem assinatura do patrocinador, em função de necessidades estratégicas e promocionais dos programas.
- Os patrocinadores poderão fazer ofertas e promoções, tanto em áudio quanto em vídeo, nas vinhetas caracterizadas (abertura, encerramento, chamada, passagem, bloco etc.). A duração deve ser igual ou superior a 5 segundos, desde que respeitada a seguintes condições:
 - Áudio: Locução com citação do valor da oferta e/ ou menção específica da promoção.
 - Vídeo: Possibilidade de mostrar explicitamente preço/oferta na tela, (informação vazada sobre fundo original do material, sem tarja ou fundo específico).
- Cabe ao patrocinador arcar com os custos de envio dos seus materiais através dos players homologados pela Globo.
- O patrocínio do programa não bloqueia a venda de comerciais avulsos nos intervalos, inclusive para concorrentes.
- O programa pode ter ações de merchandising e/ou projetos especiais comercializados, na TV e/ou no Digital, que não bloqueiam o patrocínio.
- Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia Linear e Digital.
- O plano de veiculação segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos, Lista de Preços e Código de Ética e Conduta da Globo em caso de dúvida entrar em contato com OPEC ou atendimento comercial.

ENTREGA, TROCA E REUTILIZAÇÃO DE MATERIAL

- Entregas de materiais, trocas, produções de peças e reutilizações deverão ser consultados à OPEC.

PREÇOS DAS COTAS DOS PROGRAMAS LOCAIS DAS EMISSORAS AFILIADAS:

- O Atendimento Comercial da Globo deverá ser consultado sobre a comercialização desses patrocínios nas emissoras afiliadas.

Para mais informações, consulte o Atendimento Comercial.

