

HORA DO
Chimarrão



A HORA DO CHIMARRÃO É ESPECIAL

O **chimarrão faz parte da rotina** de milhares de pessoas e tomar esta bebida é um gesto que vem acompanhado de muitos significados.

O chimarrão representa:



- TRADIÇÃO
- CULTURA
- HISTÓRIAS
- MEMÓRIAS
- COMPANHIA
- LAZER
- CONEXÃO





OS PARANAENSES SÃO APAIXONADOS POR CHIMARRÃO

O Paraná é um dos estados brasileiros que mais produz erva-mate no Brasil, muitas vezes sendo responsável por mais da metade da produção nacional.



Além da força produtiva, os paranaenses possuem uma **relação de amor com o chimarrão**, fazendo com que a bebida seja parte importante da sua rotina diária.



LAÇOS DE AMOR COM O CHIMARRÃO

Embora todo o Paraná tenha uma relação forte com o chimarrão, **algumas regiões possuem ainda mais afinidade** com esta prática tão especial aos paranaenses.

A *HORA DO CHIMARRÃO* é sagrada e faz parte da cultura e hábitos dos moradores das regiões de Cascavel, Guarapuava, Ponta Grossa e Curitiba.





VAMOS CONECTAR
AS MARCAS
COM O PÚBLICO DESTAS REGIÕES
E GERAR APROXIMAÇÃO COM ESTE UNIVERSO



UM UNIVERSO QUE CONECTA HÁBITOS E TRADIÇÃO
ESSA É A HORA DO CHIMARRÃO

E AS MARCAS QUE DESEJAM
CONEXÃO
COM ESTE PÚBLICO PODEM
UTILIZAR



PARA CONSTRUIR
UMA RELAÇÃO
EMOCIONAL
COM ESTAS PESSOAS



A TELEVISÃO É O MEIO QUE GERA CONFIANÇA EMOCIONAL MAIS FORTE:

A **confiança emocional é mais profunda**
que a confiança baseada em pensamentos racionais.

Enquanto uma confiança racional pode desaparecer após
uma experiência ruim, a emocional **tende a resistir**
a crises.

Mesmo uma vivência abaixo da expectativa, **marcas**
com altos níveis de convivência emocional receberão
uma 2ª chance.

COMO FAREMOS ESTAS CONEXÕES

CRIAREMOS RELAÇÕES EMOCIONAIS
POR DIVERSOS CANAIS





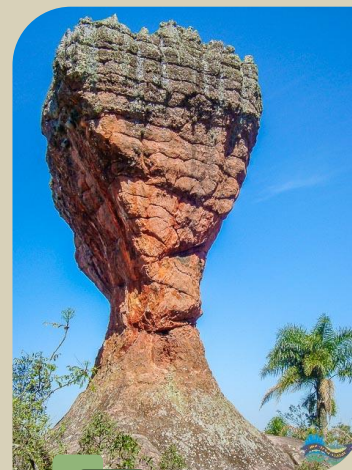
As marcas terão oportunidades para conversar com este público de acordo com seu mercado de interesse.



2 cotas
MERCADO
RPC GUARAPUAVA



2 cotas
MERCADO
RPC CASCAVEL



2 cotas
MERCADO
RPC PONTA GROSSA



2 cotas
MERCADO
RPC CURITIBA



ENTREGAS POR PERÍODO

JULHO

AGOSTO

SETEMBRO

Campanha Temática

Campanha Temática

*Mídia de Apoio**

Quiz interativo

Quiz interativo

Informe Publicitário

Informe Publicitário

Informe Publicitário

* A produção da mídia de apoio é de responsabilidade dos cotistas.

CAMPANHA TEMÁTICA

Para iniciar a **jornada das marcas e dos telespectadores** com o universo do chimarrão vamos criar dois filmes que farão parte da campanha temática.



Cada material terá 30" de duração e devem utilizar como base criativa a relação da hora do chimarrão com os períodos do dia.
Um filme abordará a *hora do chimarrão pela manhã* e o outro os *demais momento do dia*.

A exibição dos materiais será personalizada de acordo com o período do dia em que os programas da grade vão ao ar. Assim, o telespectador terá uma mensagem mais customizada para o período do dia que ele está vivendo.

Aproveitamento das marcas: 5" de assinatura cada

Confira a mecânica

CAMPANHA TEMÁTICA

Os dois filmes que irão compor a campanha temática terão a seguinte dinâmica de veiculação



manhã

Temática do filme: ***"A Hora do chimarrão é pela manhã"***



| será exibido em programas da faixa da manhã



tarde



noite

Temática do filme: ***"A Hora do chimarrão é em qualquer momento do dia"***



| será exibido em programas da faixa da tarde ou noite*

Aproveitamento das marcas: *5" de assinatura cada*

* Consulte plano do mercado de interesse

QUIZ INTERATIVO

O quiz interativo é um formato que vai **envolver ainda mais a audiência com o tema e gerar conexão das marcas com o universo do chimarrão.**

EXEMPLO DE QUIZ



Exemplo:

Duas cotas comercializadas em Guarapuava.
A marca X terá um filme de quiz
e a marca Y terá outro filme de quiz.

No caso da comercialização das duas cotas,
cada marca terá um filme de quiz exclusivo para o mercado adquirido.

Aproveitamento das marcas: 15" de material exclusivo*

INFORME PUBLICITÁRIO

Para que a **marca e o público continuem com a jornada de envolvimento ao tema**, cada cotista terá direito a um informe publicitário em cada um dos meses do projeto, nos mercados adquiridos.

Os conteúdos serão publicados no g1 e terão a função de conectar a marca aos usuários e aproxima-los do assunto "chimarrão".

Sugestões de assuntos que podem ser trabalhados:

JULHO

Dar continuidade ao quiz da TV também no digital e explorar formatos que permitam a **interatividade do usuário com perguntas e respostas**.

AGOSTO

Caso opte por realizar algum tipo de ativação neste período a marca poderá abordar o assunto neste conteúdo. Dando ainda mais destaque a ação e reforçando o envolvimento da marca com a "Hora do Chimarrão".

SETEMBRO

Dar continuidade ao quiz da TV também no digital e explorar formatos que permitam a **interatividade do usuário com quiz de personalidade** ou explorar temas relacionados ao chimarrão como: dicas de preparo, benefícios da bebida, curiosidades.



INFORME PUBLICITÁRIO

Aproveitamento das marcas neste formato

De acordo com o mercado adquirido, serão **três informes publicitários por apoiador do projeto**.

Para cada informe serão **7 dias de mídia de divulgação** que será **assinada de forma exclusiva** por cada anunciante.

Na página do informe o **anunciante contará com a publicação de peças de mídia exclusiva** e estes materiais irão direcionar os usuários para um ambiente digital de escolha do anunciante.

Já está previsto no custo de produção deste produto o **desenvolvimento de 3 conteúdos** para publicação, além da mídia de divulgação do informe.

As peças de mídia exclusiva são de responsabilidade de cada apoiador.

[CONFIRA UM EXEMPLO DE INFORME PUBLICITÁRIO](#)



MÍDIA DE APOIO

A mídia de apoio será utilizada para compor o envolvimento do público com as marcas que apoiam o projeto. Por meio de um material exclusivo de 15", a marca poderá utilizar este formato conforme a sua necessidade.

Algumas sugestões de como este material poderá ser aproveitado pelas marcas:

DIVULGAR UMA AÇÃO DE ATIVAÇÃO

MATERIAL INSTITUCIONAL DA MARCA

MATERIAL PROMOCIONAL

MATERIAL DE PRODUTO/SERVIÇO

Esta é uma opção flexível e poder ser utilizada de acordo com a estratégia de cada marca.

* O filme de 15" é de responsabilidade do cliente

JORNADAS DAS MARCAS

JULHO

CAMPANHA TEMÁTICA (TV)
15 inserções

QUIZ INTERATIVO (TV)
5 inserções

1 INFORME PUBLICITÁRIO

AGOSTO

MÍDIA DE APOIO
15 inserções

1 INFORME PUBLICITÁRIO

SETEMBRO

CAMPANHA TEMÁTICA (TV)
15 inserções

QUIZ INTERATIVO (TV)
5 inserções

1 INFORME PUBLICITÁRIO



**SE A SUA MARCA BUSCAR CONECTAR-SE COM ESTE
ASSUNTO E ESTAR MAIS PRÓXIMA DESTE PÚBLICO,
SAIBA MAIS SOBRE "A HORA DO CHIMARRÃO"**

ENTRE EM CONTATO COM O SEU ATENDIMENTO COMERCIAL

OBSERVAÇÕES TV

- O preço do projeto é fixo.
- Prazo de comercialização é de até **dia 10/06/2025**, às 16h (horário de Brasília).
- **Entrega do material: a assinatura deve ser entregue pelo cliente até o dia 16/06/2025.**
- A produção das vinhetas de 5" (texto de até 10 palavras) são de responsabilidade dos patrocinadores e devem estar de acordo com normas e práticas comerciais da TV Globo.
- O projeto poderá ser realizado com a comercialização de 1 cota por mercado.
- Caso seja vendida apenas 1 cota por mercado – a assinatura passará a ser de 7" (texto de até 12 palavras).
- Os filmes de 15" da mídia de apoio e do formato quiz são de responsabilidade de cada anunciante.
- Reservamo-nos o direito de exclusividade na veiculação;
- A mídia prevista será administrada pelo marketing RPC e poderá sofrer alteração em virtude da disponibilidade, sem comprometer a entrega, mantendo a relação previsto versus exibido no total do projeto. O acerto de contas acontecerá no final do projeto, pelo total de inserções exibidas.
- O custo de produção deverá ser pago à RPC. O custo é líquido e sobre ele não haverá negociação nem incidirá remuneração de agências, agenciadores ou corretores autônomos.
- Os roteiros dos filmes serão desenvolvidos e aprovados pela RPC.
- O cotista terá exclusividade dos filmes somente nos mercados adquiridos.
- O filme de TV poderá ser exibido e assinado por outros anunciantes em outros mercados.
- Deverão ser emitidos documentos para pagamentos distintos em relação à mídia TV aberta, Digital e Produção.
- O uso da marca do projeto deve ser submetido à avaliação e autorização da RPC.
- A RPC poderá exibir chamadas adicionais sem a marca do patrocinador, em função de necessidades estratégicas e/ou promocionais.
- Esse material será produzido pela RPC para utilização privada e é proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, especialmente por sistemas gráficos, micro filmicos, reprográficos, fonográficos e videográficos, bem como qualquer alteração/edição em conteúdo. Essas proibições aplicam-se também às características gráficas da obra e à sua editoração. Proibido o uso não autorizado sob pena de responsabilização dos infratores.
- **Programação local:**
 - O programa Bom Dia Paraná é exibido de segunda a sexta, às 6h, para todo o estado do Paraná.
 - O programa Meio Dia Paraná é exibido de segunda a sexta, às 11h45, para a área de cobertura da praça adquirida.
 - O programa Boa Noite Paraná é exibido de segunda a sexta, às 19h10, para todo estado do Paraná.
- Fonte: Kantar Ibope Instar – Curitiba setembro/24 – Ponta Grossa, Guarapuava e Paranavaí – 1º semestre 2024.
- Este projeto foi desenvolvido pelo Marketing da RPC, que detém a propriedade de seus direitos autorais.

OBSERVAÇÕES DIGITAL

- Os preços tem base na tabela vigente de fevereiro 2024.
- O prazo de comercialização é até o dia 10/06/2025. A diminuição desse prazo pode influenciar na qualidade da entrega.
- A disponibilidade de entrega de mídia está sujeita à consulta no momento da aprovação do plano.
- As cotas mensais não contemplam e não garantem mídia exclusiva em projetos e em formatos de conteúdo publicitário.
- Toda comercialização de mídia é realizada sob condição de não cancelamento, independentemente dos setores a que pertençam ou do volume de suas verbas. As compras na RPC e na Globo dependerão de aprovação prévia de cadastro e devem ser precedidas de entendimento comercial.
- A visibilidade estimada dos formatos em CPM variam de acordo com a audiência no período da campanha.
- Poderá haver outros anunciantes na home, nas páginas internas e vídeos do site patrocinado, sem bloqueio de concorrência para o segmento do patrocinador.
- Os custos de produção dos conteúdos e peças de mídia de divulgação já estão considerados no projeto. As peças de mídia exclusiva são de responsabilidade do cliente. Sobre este valor não há negociação, comissão da agência e descontos.
- O cliente obriga-se, por si, seus funcionários e prepostos, a manter o mais absoluto sigilo de toda e qualquer informação, operação, criações/projetos e/ou condições comerciais da RPC, em virtude da negociação ora acordada/proposta, sob pena de arcar com as perdas e danos que der causa, por infringência às disposições dessa cláusula.
- A Globo Digital e a RPC se reservam no direito de realizar alterações na estrutura do conteúdo dos sites e, eventualmente, substituições nos formatos originalmente previstos no plano de inserções. Em nenhum caso haverá prejuízo na entrega comercial para o anunciante.
- A produção de conteúdo temático é independente e segue as linhas editoriais do jornalismo e/ou da programação da RPC, portanto, não há influência ou interferência de outras áreas da empresa, patrocinadores e/ou terceiros sobre o teor do conteúdo.

INFORMAÇÕES TÉCNICAS, ENVIO DE MATERIAL E PRAZO DE IMPLEMENTAÇÃO

- Consulte as especificações técnicas para conteúdos publicitários.
- Os materiais devem ser enviados por e-mail pela agência/anunciante, com cópia para o executivo de contas, para o endereço mktperformance@rpc.com.br, conforme normas técnicas e prazos Manual de Especificações Técnicas para Web. Solicite o documento para o seu atendimento comercial ou pelo e-mail mktperformance@rpc.com.br.
- A troca de material ocorrerá dentro do horário comercial respeitando os prazos de recebimento disponíveis no Manual de Especificações Técnicas para Web. Quando as trocas não forem informadas nos prazos definidos, os materiais em exibição serão mantidos. Quando não houver material para atender esta regra, o item não será veiculado.
- Caso o cliente não envie material de veiculação não haverá compensação pelo período não utilizado.
- Caso o cliente opte por veicular via Tag/contador, a responsabilidade pela contratação do AdServer é da agência/cliente.
- Quando houver erro operacional por parte do AdServer do cliente relacionado à veiculação, a Globo.com se reserva o direito de remover a tag imediatamente, sem direito a compensação.
- É importante que a produção de todos os formatos comerciais sejam desenvolvidos em HTML5, Jpg, Png ou GIF para que a veiculação seja exibida em qualquer browser.
- Entregas estimadas serão compensadas com a margem de erro maior ou igual a 10%, dentro do período de contratação.
- As compensações deverão ocorrer apenas após o término do plano/projeto/entregas: a equipe de operações comerciais de internet vai otimizar e corrigir fatura apenas quando necessário; análise de dimensão x tempo decorrido pode ser feita, para avaliar exceções.
- A assinatura do PI pelo ANUNCIANTE ou AGÊNCIA obriga as partes e seus sucessores, a qualquer título, tanto aos termos do próprio PI quanto aos termos e condições estabelecidos no Manual de Práticas Comerciais da Globo.com. A programação dos materiais só serão possíveis mediante a apresentação do PI antecipadamente. Enviar o PI para o endereço opcwweb@rpc.com.br.

