

PLANO COMERCIAL



SHIPPADOS

ESTREIA EM JANEIRO



SEU PRÓXIMO SHIPP COMEÇA AQUI

Diante de tanta informação compartilhada precocemente, expectativas criadas e dúvidas constantes, o amor luta para sobreviver à avalanche do mundo digital.

Na era das redes sociais, ao mesmo tempo em que as possibilidades se ampliam, a continuidade dos relacionamentos se torna ainda mais rara.

Com Eduardo Sterblitch e Tatá Werneck, Shippados, série original da Globo produzida inicialmente para exibição no Globoplay, em janeiro estará na tela da TV Globo.

Uma comédia romântica de amor às avessas, que traz uma análise sarcástica deste cenário social criado pelos algoritmos da internet.







ELENCO

A série, escrita por Alexandre Machado e Fernanda Young, com direção artística de Patricia Pedrosa e direção de Ricardo Spencer e Renata Porto d'Ave, traz um humor de identificação, mostrando como pessoas esquisitas são muito mais normais do que pensamos.

Shippados conta uma história sobre jovens adultos neuróticos, navegando o complexo mundo dos relacionamentos modernos, onde tudo é mediado por redes sociais e aplicativos.




Luis Lobianco e
Clarice Falcão



Yara de Novaes



Júlia Rabello e
Rafael Queiroga



Eduardo Sterblitch
e Tatá Werneck



**OS INTERVALOS COMERCIAIS E O
PATROCÍNIO DA SÉRIE PERMITIRÃO QUE
MARCAS OFEREÇAM, NO INÍCIO DE 2021, UM
CONTEÚDO LEVE E DIVERTIDO PARA TODA A
AUDIÊNCIA.**



ESQUEMA COMERCIAL



PERÍODO 12 A 29/1/2021*

Nº DE EPISÓDIOS 10 (TER/QUI/SEX)

HORÁRIO 2º LINHA DE SHOWS

SIGLA SHIP

PREÇO DE 30" R\$ 1.221,00

PREÇO DE 15" R\$ 610,50

GÊNERO SÉRIE



PLANO DE PATROCÍNIO LOCAL*



MERCADO

LOCAL*

Nº DE COTAS

EXCLUSIVA

Nº DE INSERÇÕES

20, SENDO:

10 VINHETAS DE ABERTURA (ASS. 7")

10 VINHETAS DE ENCERRAMENTO (ASS. 7")

PREÇO DA COTA

R\$ 9.157,50

* Cota válida apenas se a cota de patrocínio nacional não for comercializado até o dia 30/12/2020 (16h, horário de Brasília)



OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

- Preço com base no Listo de Preços de Janeiro a Fevereiro 2021, devendo ser solicitado conforme o período de exibição.

- Composição das caracterizações (Aberturas/Encerramentos/Vinhetas de Passagem/Chamadas): As caracterizações dos patrocinios da programação de linha deverão seguir as seguintes orientações:

- Vídeos:

- Duração de 3", 5" ou 7" 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.

- Áudios:

- 3" máxima de 4 palavras.
- 5" máxima de 8 a 10 palavras.
- 7" máxima de 12 palavras.
- Identificação do anunciante 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 transmissor.

- Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.

- Chamadas: Além das chamadas definidas nos planos comerciais, poderão ser exibidas chamadas sem a natureza do cliente, em função de necessidades estratégicas e promocionais dos programas.

- A exibição das chamadas previstas no plano poderá ser alterada em função do data de compra do plano comercial. O valor correspondente as chamadas não entregues serão convertidas em mídia.

- Ofertas e promoções nas caracterizações

- Cota Local: Os patrocinadores poderão fazer ofertas e promoções, tanto em áudio quanto em vídeo, nas vinhetas caracterizadas (aberturas, encerramentos, 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).

- A Globo poderá desenvolver oportunidades comerciais adicionais.

- Cabe ao anunciante arcar com os custos de envio dos seus materiais (vinhetas e/ou comerciais) através dos players homologadas pela Globo: Adstream, Adtax, A+V Zarpa e Casa do Vaticano. O preço do envio é R\$ 375 para veiculação em área de cobertura diferente da localidade da agência e de R\$ 230 para veiculação na mesma área de cobertura da localidade da agência. O faturamento é feito direto pela Globo.



comercialonline.tv.br