



tv**24**

tv**ficção**

tv**reality**

tv**ífrica**

tv
Internacional

tv**player**

mc
MEDIA CAPITAL DIGITAL



AMAR DEMAIS

(NOME DE PROJETO)

QUEM NUNCA AMOU DEMAIS?

Para todas as mulheres que lutam e tanto se sacrificam para educar bem os seus filhos. Para fazer deles pessoas à sua imagem, homens de bem.

Quem nunca amou demais? Ou melhor: será amar demais errado? É que o amor nunca nos parece em demasia quando bate dentro de nós. Confirma quem o sente, confirma quem o vive, confirma quem esteve disposto a tudo em nome desse amor, confirmam os poetas que sempre escreveram sobre ele.

PERFIL DE TRANSMISSÃO:

Estreia – 2º Trimestre 2020

Diário - 2ª a 6ª

Período Horário – Prime-Time

QUEM NUNCA AMOU DEMAIS?

SINOPSE

Há quem esteja disposto a dar a vida, ou o seu tempo de vida, para salvar alguém, por amar mais...

É assim Zeca, o protagonista. Uma pessoa dotada de valores, com um enorme sentido de justiça, que nem sempre escolhe o caminho provável para ajudar quem ama, mas que nunca tem dúvidas sobre o que é prioritário: proteger os seus. É isso que o leva à prisão, quando aceita dar-se como culpado por um crime que não cometeu em nome de outrem para salvar a vida da sua mãe. Por a amar demais, Zeca abdica da sua própria liberdade, e do amor que Ema sente por ele. E quando percebe que foi enganado e que o seu sacrifício foi em vão, em vez de se revoltar, é resiliente. E prepara-se para o que será o dia do grande embate: o momento em que vai poder fazer justiça por tudo o que passou.

Zeca fica preso durante mais de 15 anos, mas quando sai está determinado a descobrir quem foram as pessoas que o traíram. Quer fazer justiça pelos anos perdidos, mas quer também provar a sua inocência. Quer ter o direito de recomeçar de novo, com a ficha limpa. E se para isso tiver de fazer algo que não deve no caminho, tudo bem: a pena já a cumpriu por antecipação. Um homem que sabe bem o que quer, sem que isso o torne calculista, frio ou incapaz de sentir ou amar... Talvez isso seja o seu lado feminino a manifestar-se, fruto de ter crescido com uma mãe e quatro irmãs. Afinal, não dizem que as mulheres são feitas para aguentar todo o tipo de provações? Zeca é uma versão de calças destas mulheres lutadoras. O filho que se sacrifica pela mãe. O irmão protetor. O homem que pela mulher que ama roda o mundo. O pai que pela filha se descobre um novo homem, capaz da força de um leão.

Zeca é um hino às mulheres que o educaram, porque o mundo em que vivemos pode ser considerado ainda dos homens, mas é do ventre das mulheres que eles nascem, são elas quem os educam, são a sua maior influência. O que mostra que na realidade o mundo está nas mãos das mulheres, a quem compete fazer dos seus filhos: homens tolerantes, homens amorosos que as amem e respeitem acima de tudo, que as tratem como iguais.

QUEM NUNCA AMOU DE MAIS?

ELENCO

Ana Varela, Graciano Dias, Sérgio Praia, Sofia Ribeiro, Ana Guiomar, Fernanda Serrano, Pedro Lima, Dina Félix da Costa, José Wallenstein, Nuno Pardal, Sofia Nicholson, João Lagarto, Susana Arrais, Madalena Brandão, Helena Costa, Beatriz Barosa, Matilde Reymão, Catarina Rebelo, Diogo Branco, Filipa Pinto, Filipe Matos, Joana Manuel, Joaquim Nicolau, Jorge Albuquerque, Miguel Bogalho, Ricardo Castro, Salvador Nery e Carla Vasconcelos são os rostos do novo projeto de ficção da TVI.



QUEM NUNCA AMOU DE MAIS?

PATROCÍNIO

O patrocínio permite ao anunciante reforçar a sua ligação com o conteúdo e garantir maior visibilidade e retorno. Em cada episódio teremos disponível um bloco para os patrocinadores da novela.

Regras:

- Limite de patrocinadores a 4 quotas;
- Duração do spot no bloco dos patrocinadores limitado até 20" (outras durações terão de ser avaliadas caso a caso);

Abaixo breve esquema ilustrativo do alinhamento de patrocinadores junto ao bloco.



QUEM NUNCA AMOU DE MAIS?

PATROCÍNIO

O patrocínio do programa (exclusivo a 4 anunciantes) engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- Junto às autopromoções do programa na TVI e TVI FICÇÃO: cartão de 5" (72 inserções), com referência em voz off ao anunciante, com a seguinte distribuição:

	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	10	10	7	4	0	31
	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	11	14	8	8	0	41

- Junto ao programa (no início e no fim): cartão de 5", com referência em voz off ao anunciante (10 inserções);
- Nos blocos do programa: spot com duração opcional (5 inserções);

INVESTIMENTO PARA 4 SEMANAS:

	CARTÕES 5"	CARTÕES 5" + SPOTS ATÉ 20"
4 SEMANAS	35 010€	68 890€

Notas:

- Para beneficiarem de exclusividade de categoria de produto, os patrocinadores devem considerar uma sobretaxa de 20%, que só poderá ser contratada se o patrocínio não tiver já sido comprado por um concorrente;
- Para patrocínios superiores a 4 semanas, e/ou duração de spots superiores a 20", consulte por favor o seu diretor de conta.

INVESTIMENTO PRODUÇÃO CARTÕES PATROCÍNIO: 1.500€ (Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel).

QUEM NUNCA AMOU DE MAIS?

COLOCAÇÃO DE PRODUTO

De acordo com a natureza do programa e tendo em vista satisfazer as necessidades de comunicação dos anunciantes, temos disponível os seguintes formatos:

- PRESENÇAS NORMAIS: Passivas, Manipuladas e Manipuladas com Alteração de Guião
- PRESENÇAS ESPECIAIS: Modelação de Guião e Modelação de Personagem

As presenças especiais terão também uma presença nas redes sociais TVI e destaque na homepage do site TVI ou TVI Player.

PRESENÇAS NORMAIS						PRESENÇAS ESPECIAIS							
Passivas 3''		Manipuladas 5''		Manipuladas com alteração de guião 10''		Modelação de guião 30''				Modelação de Personagem			
Media	Produção*	Media	Produção*	Media	Produção*	Media TV	Produção TV*	Media Digital	Produção Digital*	Media TV	Produção TV*	Media Digital	Produção Digital*
2 640€	250€	4 240€	1 250€	7 410€	2 500€	15 530€	3 500€	1 000€	1 000€	caso a caso	caso a caso	1 000€	1 000€

* Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel

Notas:

- Para mais detalhes sobre a natureza das referidas presenças, consultar também a Informação Comercial nº 002/19.
- A TVI e a Plural estão disponíveis para analisar outras soluções de comunicação à medida dos interesses de comunicação de cada anunciante, a integração da marca será analisada caso a caso mediante briefing do anunciante.

QUEM NUNCA AMOU DE MAIS?

TELEPROMOÇÕES

A escolha deste formato permite ao anunciante passar mensagens de carácter publicitário mantendo a ligação com o programa. As telepromoções são gravadas com recurso aos décors e atores da novela e exibidas sob a forma de spot em posição preferencial do respetivo bloco.

INVESTIMENTO MEDIA (por inserção de 60''): Valor negociado do anunciante + 100% de sobretaxa

INVESTIMENTO PRODUÇÃO (por execução): 25 000€ (Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel. Valor exclui direitos de imagem dos atores)

Notas:

- Todas as propostas para telepromoções carecem de validação prévia;
- Para as telepromoções com durações diferentes, serão aplicados os índices de conversão em vigor;
- Os investimentos de produção poderão sofrer alterações em consequência das especificidades de cada projeto, inclui gravação num décor associado à novela;
- O guião é da responsabilidade da TVI, elaborado mediante briefing detalhado do anunciante;
- As telepromoções estão sujeitas a aprovação editorial por parte da produção do programa;
- Cada telepromoção contempla direitos de exibição para 4 semanas;
- Direitos de imagem dos atores a definir caso a caso.
- Para mais detalhes sobre telepromoções, consultar a Informação Comercial nº 002/20.

DIGITAL

Mediante briefing e permitindo uma associação dos anunciantes às plataformas digitais, podem ser desenvolvidos presenças através de formatos especiais ou conteúdos personalizados.

INVESTIMENTO MEDIA E PRODUÇÃO: A definir, mediante briefing.

QUEM NUNCA AMOU DE MAIS?

LICENCIAMENTO

Caso o anunciante pretenda associar-se aos valores e notoriedade da novela e das suas caras poderá optar por uma solução de licenciamento.

MODELOS DE LICENCIAMENTO

- Licenciamento Produto - O anunciante adquire o direito de desenvolver produtos específicos ou inserir em produtos existentes elementos com associação direta da marca propriedade da TVI.
- Licenciamento Conteúdo - O anunciante adquire o direito de utilização de conteúdo nas suas redes sociais e sites, podendo desenvolver mecânicas promocionais associadas, exclusivamente nestes universos. Exemplo: post com fotografias e/ou clipes de vídeo do programa.
- Licenciamento Promocional - Possibilidade de utilizar a marca e elementos identificativos da marca e/ou conteúdo do programa no ponto de venda, promoções ou ações de loja com o direito de utilizar brindes exclusivos para associação com os seus produtos ou campanhas. Exemplo: utilização de logos do programa em materiais de Ponto de Venda (posters, stickers, tarjas, etc.); Mailings; Folhetos de Loja; Cupões de desconto.

INVESTIMENTO: A definir caso a caso.

Nota: Modelos de negócio a desenvolver caso a caso mediante briefing de anunciante

OBSERVAÇÕES GERAIS

- Condições apresentadas para valor bruto negociado;
- Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
- Aos valores apresentados, acresce IVA, impostos e taxas legais em vigor;
- Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deve ser efetuado antecipadamente de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial Audiovisual (TVI) e Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial da MCD;
- A contratação de espaço será feita de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial Audiovisual (TVI) e Condições Gerais de Contratação de Comunicação Comercial da MCD;
- A proposta é válida por 30 dias (de calendário), findos os quais poderá sofrer alterações, em virtude de mudanças de tabela e/ou grelha de programação. No caso de proposta de Colocação de Produto a validade é apenas de 15 dias (de calendário);
- As presentes condições comerciais são confidenciais destinando-se a utilização exclusiva da Agência de Comunicação/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou ao Anunciante objeto das condições. A sua divulgação a terceiros não poderá em quaisquer situações ser efetuada sem prévia autorização por escrito por parte da TVI;
- Os investimentos acordados para Colocação de Produto e Custos de Produção devem ser considerados como adicionais face aos investimentos acordados para a compra de media convencional;
- Os patrocinadores poderão ocupar posições preferenciais nos blocos do programa. A ocupação deste espaço será feita por ordem cronológica de receção das respetivas ordens de publicidade, salvo se existirem taxas negociadas para a ocupação dessas posições;
- Nos cartões de patrocínio, para além da referência à marca, descrição do produto ou serviço e contacto, podem ainda ser aceites outras menções se for feita prova de que as mesmas se encontram registadas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como integradas no logótipo do patrocinador;
- Todos os cartões de patrocínio têm que ser submetidos à apreciação prévia da TVI, com uma antecedência mínima de 3 dias úteis em relação à data de arranque da campanha;
- A TVI poderá colaborar na produção dos cartões de patrocínio para emissão exclusiva nos seus canais, mediante orçamento caso a caso. As locuções dos cartões de patrocínio são feitas pela TVI;
- Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI;
- Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (patrocínio e colocação de produto);
- Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
- Todas as ações de Colocação de Produto referidas neste documento, foram previamente aprovadas pela Direção de Programas/Produtora. Eventuais alterações ao seu conteúdo terão de ser novamente validadas.
- Os investimentos realizados ao abrigo da Tabela de Colocação de Produto, Licenciamento, bem como os Custos de Produção, não serão contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual ("Rappel").

