



# CONVERSA

COM BIAL

PLANO COMERCIAL

2023





# CONVERSA COM BIAL

Com experiência de décadas de reportagem e o espírito curioso pela história do outro, Pedro Bial apresenta um amplo espaço para escutar, opinar e multiplicar opiniões.

O programa Conversa com Bial reúne debates inteligentes e convidados nas noites de segunda a sexta-feira na RBS TV.

A large, thick, gold-colored arrow pointing upwards and to the right, positioned in the upper left quadrant of the page.

ÓTIMA  
AUDIÊNCIA!

---

A solid cyan-colored right-angled triangle pointing towards the bottom right corner of the page.

# AUDIÊNCIA

RSE

POR  
MINUTO

294 MIL  
TELESPECTADORES

ALCANCE

332 MIL  
TELESPECTADORES

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



# PATROCÍNIO DO PROGRAMA

O patrocínio local do Conversa com Bial permite que sua marca se associe ao programa, no mercado de interesse, criando uma relação direta com o público local.

O patrocinador terá destaque com formatos de alta exposição - vinhetas de abertura e encerramento diárias - durante todo o período de exibição do programa, garantindo frequência e visibilidade.

Além das vinhetas de abertura e encerramento, o patrocinador poderá associar a sua marca, assinando com vinhetas de 5" ou 7" programetes exclusivo, no mesmo mercado em que estiver patrocinando o programa.

Esse programete, com duração de 45", será veiculado nos intervalos comerciais dos programas Encontro, Sessão da Tarde, Vale a Pena Ver de Novo e Supercine, sendo uma inserção em cada um deles por semana.

Nele, serão exibidos trechos de entrevistas icônicas, já apresentadas no Conversa com Bial.

É a oportunidade que a marca tem de estar presente em outras faixa-horárias, complementando seu alcance junto a uma nova audiência.

## PLANO DE PATROCÍNIO

**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"
- **OPÇÃO 4:** Qualquer uma das opções acima + programete

**PERÍODO MÍNIMO:** 4 semanas\*

**PREÇO DA COTA:** Conforme Slide 7 E 8

# PREÇO PATROCÍNIO COTA LOCAL



PREÇO POR QUATRO SEMANAS

## SUL

<b>RS1</b>	34.950
<b>CXS</b>	3.135
<b>SMA</b>	2.565
<b>PEL</b>	2.745
<b>PFO</b>	2.400
<b>STR</b>	1.665
<b>STC</b>	2.010
<b>CAL</b>	1.185
<b>BAG</b>	1.275
<b>URU</b>	1.365
<b>ERE</b>	1.185
<b>RGE</b>	1.440

# PREÇO PATROCÍNIO COTA LOCAL



COM A ENTREGA OPCIONAL DO  
FORMATO "PROGRAMETES"

PREÇO POR QUATRO SEMANAS

## SUL

<b>RS1</b>	61.787
<b>CXS</b>	5.898
<b>SMA</b>	4.610
<b>PEL</b>	4.745
<b>PFO</b>	4.149
<b>STR</b>	2.928
<b>STC</b>	3.690
<b>CAL</b>	2.178
<b>BAG</b>	2.334
<b>URU</b>	2.457
<b>ERE</b>	2.046
<b>RGE</b>	2.555

# INTERVALO COMERCIAL

---

Possibilidade do anunciante exibir seu comercial para todo O Rio Grande do Sul.

## ESQUEMA COMERCIAL

---

**DIA:** Segunda a sexta-feira

**HORÁRIO\*:** 2h00

**DURAÇÃO DO PROGRAMA\*\*:** 35'

**SIGLA:** BIAL

**PREÇO DE 30"':** Conforme Lista de Preços vigente

**COEFICIENTE 15"':** 0,5

**GÊNERO:** Entrevista

\*O PROGRAMA PODE APRESENTAR DIFERENTES HORÁRIOS CONFORME O DIA DA SEMANA.

\*\*O PROGRAMA PODE APRESENTAR DIFERENTES DURAÇÕES CONFORME O DIA DA SEMANA.

A large, thick yellow arrow pointing upwards and to the right, positioned in the upper right quadrant of the image.

# OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

---



# OBSERVAÇÕES COMERCIAIS



## GERAL

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas no período de 1º janeiro a 30 de junho/23, independentemente da data de exibição.
- Eventuais alterações de preços serão informadas e válidas apenas para cotas não comercializadas.
- Comercializações superiores a 12 meses poderão sofrer alterações nos valores do 13º mês em diante.

## PAGAMENTO

- O pagamento deverá ser feito até o dia 15 do mês subsequente ao de veiculação.

## 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.

## OBSERVAÇÕES COMERCIAIS

- 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.



**tvglobo**



**rbs tv**