

Plano comercial

Mesa 42

COM CLAUDE TROISGROS

Grupo **RBS**

O brasileiro vive em vídeo!

3 horas e 50 minutos

Tempo médio diário que o público passa assistindo vídeos online. O YouTube segue como a **principal plataforma** para conteúdos longos.

99,63%

Do público brasileiro é alcançado por conteúdo em vídeo. O formato se consolidou como um dos principais **pontos de contato entre marcas e audiência**.

Tv conectada

O YouTube já faz parte do hábito de assistir TV. 45% assistem à plataforma na TV conectada ao menos uma vez por mês e 12% do tempo total de TV já é dedicado ao YouTube.

Igual, mas diferente

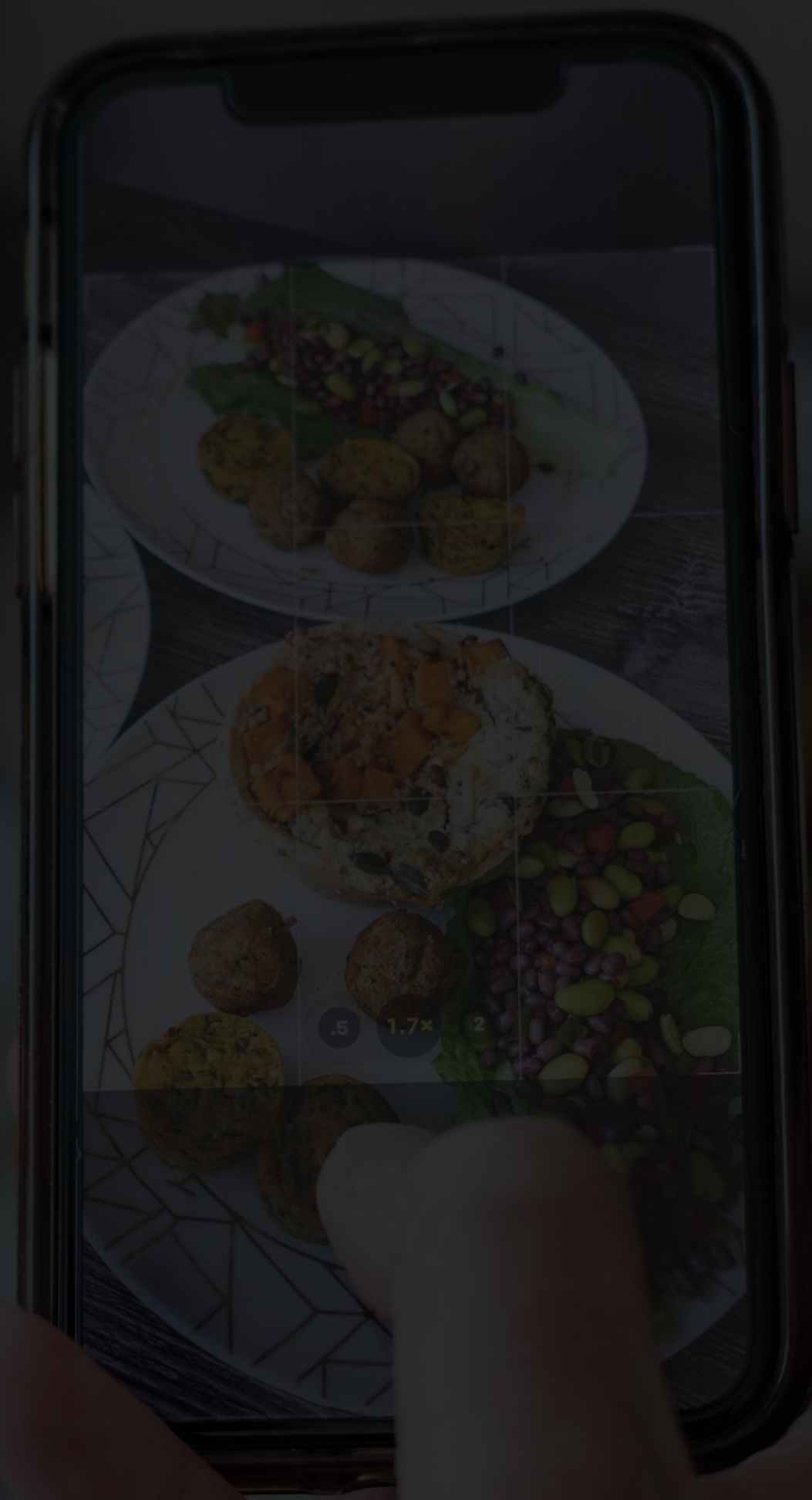
O ritual da TV migrou para o digital. Hoje o público descobre conteúdos no celular e assiste na TV da sala, recriando digitalmente a experiência dos programas de gastronomia.



Qual o apetite por **gastronomia** na internet?

Gastronomia não é apenas comida.

É **identidade, memória, afeto e conexão.**



A comida fala de tudo que importa. Com todo mundo, ao mesmo tempo.

MEMÓRIA E EMOÇÃO

Um prato pode ser infância.
Um cheiro pode ser casa.



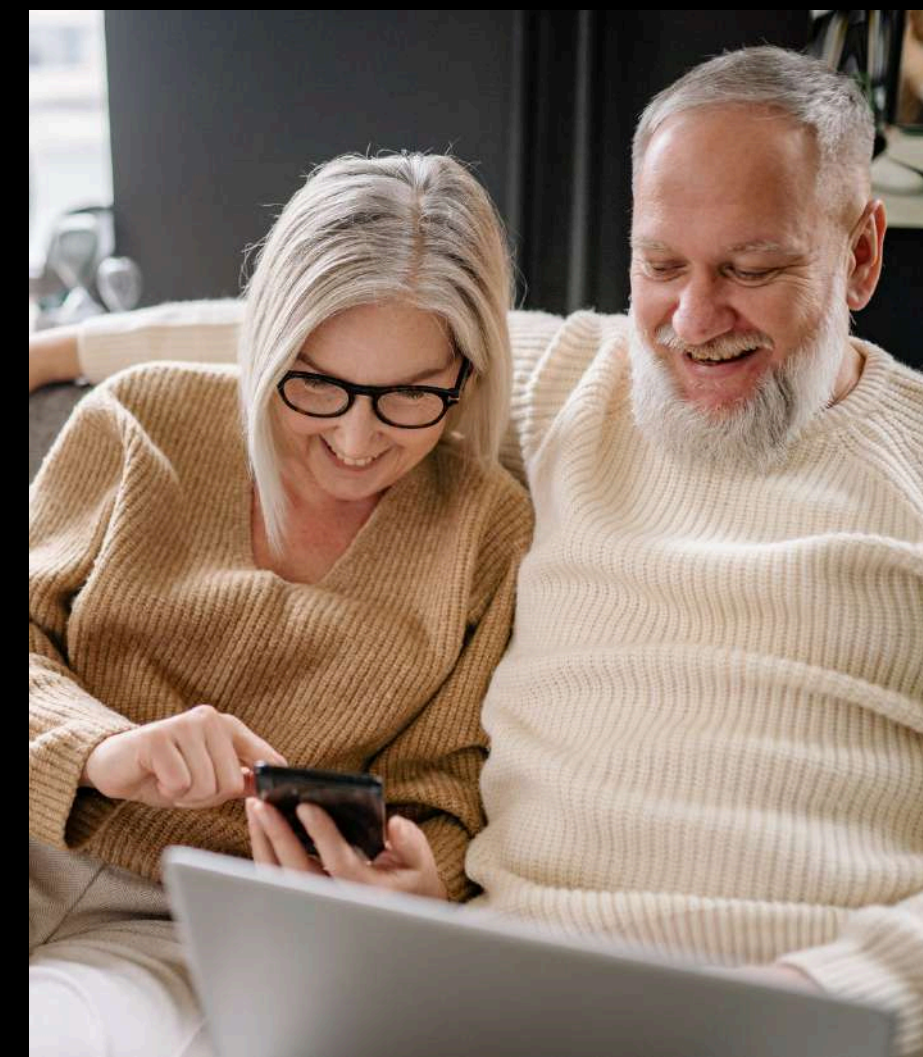
PERTENCIMENTO

A sensação de estar junto,
mesmo à distância.



DESACELERAÇÃO

Gastronomia é um tema que
relaxa e aproxima à distância.



Por que o público ama conteúdo de gastronomia no YouTube?

Segundo o Google, estes são os principais motivos de consumo:

ENTRETENIMENTO

Assistir a chefs e personalidades culinárias que divertem e inspiram.

REPERTÓRIO

Descobrir novos ingredientes, culturas e ideias na cozinha.

ESPECIALIZAÇÃO

Aprender ou aperfeiçoar técnicas de preparo.

FACILIDADE

Encontrar soluções rápidas ou inspiração para o dia a dia na cozinha.





Gastronomia em vídeo virou experiência.

INTERESSE

1 em cada 8 brasileiros consome conteúdo de **culinária no digital**.

VÍDEOS LONGOS

42,7% do consumo de vídeos no YouTube é sobre **gastronomia**.

NECESSIDADE

O consumo evoluiu de “como cozinhar” para temas como **bem-estar, conforto e sustentabilidade**.

SEM AMADORISMO

Com a saturação de conteúdos amadores, o público Millenial passa a valorizar **profissionais de referência**.

Gastronomia transforma tempo de tela em tempo de presença.

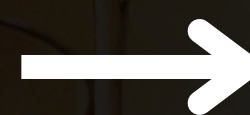
Em um cenário saturado de conteúdos técnicos, formatos que usam a **gastronomia** como **linguagem emocional** geram mais:

ATENÇÃO

VÍNCULO

ENGAJAMENTO

CONEXÃO



Assim, criando um ambiente altamente favorável para **marcas.**

É nesse contexto que nasce um **novo formato de conteúdo gastronômico:**

Mesa 42

COM CLAUDE TROISGROS

Claude é um dos **mais conhecidos chefs** no Brasil, atuando há **20 anos** em frente às câmeras.

Com seu estilo que combina técnica, carisma e narrativa e um sotaque inconfundível, Claude apresentou programas como **The Taste Brasil**, **Que Maravilha** e **Geladeiras em Ação** no GNT e Globoplay. Também esteve a frente do **Mestre do Sabor**, da Globo.



Desde que chegou ao Brasil, sua culinária **valoriza os ingredientes** e **sabores brasileiros** com **técnicas trazidas da França** que se tornaram sua marca registrada.

Foi aqui que ele **transformou técnica em afeto,**
cozinha em conversa e comida em
linguagem cultural.



Mais do que um chef,
Claude se tornou uma

**presença
familiar.**

Alguém que o público
**confia, escuta e
acompanha.**



O legados dos **Troisgros** ganha um novo capítulo.

Carola Troisgros traduz o legado da família para o presente, conectando tradição e novas formas de comunicar a gastronomia.

Carola simboliza a **continuidade** de uma história em que cozinhar é também compartilhar **conhecimento e afeto**.

Parceria de uma **vida.**

E não poderia faltar o **Chef Batista**, parceiro de Claude há mais de 40 anos. Juntos, eles ajudaram a construir uma ponte entre a **técnica francesa** e os **sabores brasileiros**, em uma troca contínua de aprendizado, respeito e cumplicidade que se reflete dentro e fora das cozinhas.



Confiança, troca e **afeto**.

É essa relação verdadeira que chega ao programa. **Mais do que grandes chefs**, Claude, Carola e Batista formam uma **mesa de encontros**. E é nela que o público será convidado a sentar-se junto.



A força do trio.



Claude Troisgros

Instagram: 1,2M seguidores
Facebook: 297 mil seguidores
TikTok: 26,1 mil seguidores



Carola Troisgros

Instagram: 104 mil seguidores



Batista

Instagram: 508 mil seguidores

A dinâmica

Claude, Carola e Batista recebem convidados para uma conversa que mistura **gastronomia, histórias e descontração.**



BOAS-VINDAS

O episódio começa com **Claude e Carola** recebendo o convidado na sala de casa e o levando para a cozinha, onde **Batista** já está à espera.



A RECEITA GANHA FORMA

Na cozinha, a conversa gira em torno dos gostos do convidado: **um ingrediente que ele não gosta ou uma comida que toca sua memória.**

A partir disso, Claude e Batista definem o **prato do episódio.**



À MESA

Batista assume a cozinha enquanto Claude e Carola seguem a conversa com o convidado.

Depois, todos voltam à cozinha. Claude dá o toque final e, juntos, **provam o prato e dão o veredito.**



Como acompanhar o programa:

13 episódios na primeira temporada.

Episódios publicados no **canal de Claude Troisgros no YouTube.**

Duração média de **60 minutos** por episódio

Divulgação nas redes sociais de **Claude e Carola Troisgros, Batista e RivoNews.**

O alcance da temporada

Estimativa baseada no perfil do programa e no comportamento das bases envolvidas.

YOUTUBE

Episódios completos

20-40 mil
visualizações por episódio

400 mil
visualizações ao longo da temporada

REDES SOCIAIS

Instagram, TikTok e Shorts

50 mil
média de visualizações por corte

2,6 milhões
visualizações ao longo da temporada

+ 3 MILHÕES
de visualizações na 1ª temporada

13 episódios com distribuição multiplataforma
Alcance potencial em bases que somam +2 milhões de seguidores próprios



[Clique aqui para assistir.](#)

Recado do **Claude Troigros**

Um prato cheio de oportunidades.

Como sua **marca**
entra nessa mesa?



Um menu de **oportunidades** para marcas

Cota Apresenta

Cota Ingrediente

Cota Receita Especial

Cota Delivery

Cota Mesa Posta

Cota Dica do Chef

Cota Harmonização

Cota Veste

Cota Mesa 21

Avulsos

Cota apresenta

A principal cota do projeto, que posiciona a marca como anfitriã da mesa e parte essencial da receita que dá vida ao programa. Com presença recorrente ao longo de toda a temporada, a marca se integra de forma estratégica à experiência do conteúdo, combinando **visibilidade, conexão** e construção de marca em diferentes pontos de contato.

A marca acompanha toda a jornada do projeto, com presença nos episódios, desdobramentos nas redes sociais e ações especiais de conteúdo.

R\$ 550.000

Valor total pelo programa.

Três cotas disponíveis.

**Mais do que patrocinadora,
a marca é a anfitriã da mesa.**

13	Logo em tela de abertura e encerramento	Youtube
26	Citação	
13	Link na descrição do episódio	
13	Formato em L + QR code	
3	Ação de conteúdo (merchan)	
3	Product Placement	
13	VT 30"	
26	Assinatura em recortes	Youtube, Instagram, Facebook e TikTok do Claude
13	Assinatura em post feed	
13	Assinatura em stories	Instagram e Facebook do Claude
13	Assinatura em stories "bastidores"	
2	Reels merchan collab	Instagram, Facebook e TikTok do Claude
6		Instagram da Carola
6	Assinaturas de stories	Instagram do Batista
6		Instagram do Rivo News

Cota Ingrediente

Posiciona a marca como **presença natural na cozinha** do programa, associando-se aos momentos de preparo e às receitas criadas pelo chef. Uma integração orgânica que conecta o produto ao universo gastronômico do projeto, reforçando **relevância** e **lembrança de marca**.

A marca passa a fazer parte da cozinha do programa, aparecendo de forma natural no preparo das receitas e reforçando sua presença no universo gastronômico.

R\$ 275.000

Valor total pelo programa.
Quatro cotas disponíveis.

Onde começa o sabor da receita.

13	Logo em tela de abertura e encerramento	Youtube
13	Citação	
13	Link na descrição do episódio	
13	Formato em L + QR code	
1	Ação de conteúdo (merchan)	
2	Product Placement	
6	VT 30"	
13	Assinatura em recortes	Youtube, Instagram, Facebook e TikTok do Claude
13	Assinatura em post feed	Instagram e Facebook e do Claude
13	Assinatura em stories	Instagram e Facebook do Claude
1	Reels merchan collab	Instagram, Facebook e TikTok do Claude
3	Assinaturas de stories	Instagram da Carola
3		Instagram do Batista
3		Instagram do Rivo News

Cota Receita Especial

A marca inspira o **tema do episódio**, conectando seu universo ao prato preparado pelo chef. A partir dessa provocação criativa, a receita ganha forma dentro da **dinâmica** do programa, associando a marca a um **momento central da experiência gastronômica**.

Ao inspirar o tema do episódio, a marca se posiciona no centro da experiência gastronômica.

R\$ 200.000

Valor por ação.

Limite de uma comercialização por cliente.

Três cotas disponíveis.

O tema que inspira o prato da vez.

1	Logo em tela de abertura e encerramento	
2	Citação	
1	Link na descrição do episódio	Youtube
1	Formato em L + QR code	
1	Ação de conteúdo (merchan)	
2	Product Placement	
1	VT 30"	
1	Assinatura em recortes	Youtube, Instagram, Facebook e TikTok do Claude
1	Assinatura em post feed	Instagram e Facebook e do Claude
1	Assinatura em stories	Instagram e Facebook do Claude
1	Reels merchan collab	Instagram, Facebook e TikTok do Claude

Cota Delivery

A marca se posiciona como a parceira que **garante que todos os ingredientes cheguem à cozinha** para que cada receita aconteça. Uma associação direta com o momento que antecede o preparo, conectando **praticidade, conveniência** e o universo gastronômico do programa.

Associação da marca ao início da experiência gastronômica do episódio, garantindo presença em um momento-chave da narrativa e reforçando sua conexão com o universo da cozinha.

R\$ 160.000

Valor por dois episódios.
Duas cotas disponíveis.

A chegada dos ingredientes que dão início a cada receita.

2	Logo em tela de abertura e encerramento	Youtube
4	Citação	
2	Link na descrição do episódio	
2	Formato em L + QR code	
2	Ação de conteúdo (merchan)	
2	Product Placement	
2	VT 30"	
2	Assinatura em recortes	Youtube, Instagram, Facebook e TikTok do Claude
2	Assinatura em stories	Instagram e Facebook do Claude
1	Reels merchan collab	Instagram, Facebook e TikTok do Claude

Cota Mesa Posta

A marca se integra ao momento final da experiência gastronômica, quando o prato é servido e a mesa ganha forma. Uma associação direta com **estética, convivência e o ritual de compartilhar uma refeição.**

Presença da marca em um dos momentos mais simbólicos do episódio, reforçando sua conexão com a estética, o cuidado e a experiência à mesa.

R\$ 155.000

Valor por dois episódios.
Três cotas disponíveis.

O cuidado com os detalhes que completam a experiência à mesa.

2	Logo em tela de abertura e encerramento	Youtube
4	Citação	
2	Link na descrição do episódio	
2	Formato em L + QR code	
1	Ação de conteúdo (merchan)	
2	Product Placement	
2	VT 30"	
2	Assinatura em recortes	Youtube, Instagram, Facebook e TikTok do Claude
1	Reels merchan collab	Instagram, Facebook e TikTok do Claude

Cota Dica do Chef

A marca se associa ao momento em que o chef compartilha **dicas, técnicas e pequenos segredos** da cozinha. Uma integração natural que conecta o produto ao **conhecimento gastronômico** e ao aprendizado dentro do episódio.

Presença da marca em um momento de aprendizado e autoridade do chef, reforçando sua conexão com o conhecimento gastronômico.

R\$ 130.000

Valor por ação.
Três cotas disponíveis.

Os truques que só um chef sabe.

1	Citação	Youtube
1	Link na descrição do episódio	
1	Formato em L + QR code	
1	Ação de conteúdo (merchan)	
1	Product Placement	
1	VT 30"	Youtube, Instagram, Facebook e TikTok do Claude
1	Assinatura em recortes	

Cota Harmonização

Toda boa receita pede uma boa companhia. A marca entra como a **bebida que harmoniza** com os momentos à mesa, associando sua presença ao **sabor, à experiência e à celebração** que envolvem cada episódio.

Associação da marca ao momento da mesa, conectando seu posicionamento à experiência gastronômica e ao ritual de compartilhar a refeição.

R\$ 130.000

Valor por ação.
Três cotas disponíveis.

O sabor que acompanha a conversa e a receita.

1	Citação	Youtube
1	Link na descrição do episódio	
1	Formato em L + QR code	
1	Ação de conteúdo (merchan)	
1	Product Placement	
1	VT 30"	Youtube, Instagram, Facebook e TikTok do Claude
1	Assinatura em recortes	

Cota Veste

Na cozinha, cada detalhe compõe a experiência, inclusive o **estilo**. A marca veste a apresentadora e passa a fazer parte do ambiente do programa, conectando **moda, personalidade e lifestyle** ao universo da gastronomia.

Presença da marca em um elemento visual recorrente do episódio, associando seu posicionamento ao estilo e à estética do programa.

R\$ 100.000

Valor por ação.
Três cotas disponíveis.

Quando estilo e gastronomia se encontram.

1	Citação	
1	Link na descrição do episódio	Youtube
1	Formato em L + QR code	
1	Reels merchan collab	Instagram da Carola
1	Assinaturas de stories	Instagram da Carola

Cota Mesa 21

Onde o Batista revela os segredos por trás da receita.

A marca se associa ao espaço em que Batista aprofunda as receitas e compartilha seus conhecimentos na cozinha. Em conteúdos publicados em suas redes, ele apresenta **técnicas, dicas e detalhes do preparo**, ampliando a experiência do episódio e conectando o público a um olhar mais **técnico** e próximo da gastronomia.

Presença da marca em conteúdos que revelam técnicas e bastidores da cozinha, reforçando sua conexão com o conhecimento gastronômico.

1	Citação	
1	Formato em L + QR code	Youtube
1	Product Placement	
1	Assinatura em recortes	Youtube, Instagram, Facebook e TikTok do Claude
1	Reels merchan collab	Instagram do Batista
1	Assinatura em recortes	

R\$ 90.000

Valor por ação.
Três cotas disponíveis.

Ação de conteúdo avulso

A marca se integra ao episódio por meio de uma **ação de merchan** conduzida de forma natural durante a conversa na cozinha ou à mesa. Os apresentadores mencionam o produto dentro do contexto do preparo ou da experiência gastronômica, **conectando a marca ao conteúdo do programa de forma orgânica.**

Integração natural da marca à dinâmica do episódio, reforçando sua presença dentro da experiência gastronômica.

R\$ 131.065

Valor por ação.

1	Ação de Conteúdo (merchan)	Youtube
---	----------------------------	---------

Product Placement avulso

A marca se integra ao episódio por meio de **product placement**, com o produto presente de forma natural na cozinha ou na mesa durante o preparo da receita. Inserido no **ambiente do programa**, o item compõe o cenário e acompanha a dinâmica do episódio de maneira orgânica.

Inserção visual da marca no cenário do episódio, conectando seu posicionamento à experiência gastronômica do programa.

R\$ 72.875

Valor por ação.

1	Product Placement	Youtube
---	-------------------	---------

Arquitetura de Cotas



Observações

Deadline comercial – 30 de junho de 2026.

Exibição semanal dos episódios nos meses de setembro à novembro.



A mesa está posta.
Vamos juntos?

Grupo **RBS**