



A FAZENDA

NOVA CHANCE



A FAZENDA voltou
de cara nova
e repleta de
NOVIDADES!



9ª TEMPORADA

86 Episódios

16 Participantes

Apresentação **Roberto Justus**

Prêmio de **2 milhões de reais**, sendo **1 milhão e meio** para o grande vencedor e **500 mil reais** em prêmios diversos que serão disputados entre os participantes.

ESTREIA PREVISTA

1ª Quinzena de Setembro/2017

Segunda a Sexta logo após o Jornal da Record

Sábado logo após o Programa da Sabrina

Domingo logo após o Domingo Espetacular





Com um elenco formado por ex-participantes de diferentes realities da televisão brasileira, A Fazenda dará a eles uma nova chance em busca do grande prêmio.

Serão novos desafios que os peões terão que enfrentar e, para isso, vão ter que provar que são inteligentes e fortes o bastante para suportar o confinamento, além de ter que lidar com questões como vaidade, emoção e a saudade de casa.

NOVA ESTRUTURA

Confinados numa fazenda do interior de São Paulo, as celebridades enfrentam desafios e realizam, semanalmente, diversas tarefas do campo.

A **nova sede** de A Fazenda é o grande diferencial dessa edição. O novo espaço também contará com diversas câmeras encarregadas de monitorar os participantes 24 horas por dia.



**A cada dia
da semana,
DIFERENTES
ATRAÇÕES
surpreenderão o
telespectador.**

MECÂNICA¹

Segunda-feira: Votação – ao vivo

Terça-feira: Prova do Fazendeiro

Quarta-feira: Convivência

Quinta-feira: Eliminação – ao vivo

Sexta-feira: Prova da Chave

Sábado: Festa

Domingo: Atividade Especial

¹Sujeita a alteração





A FAZENDA

NOVA CHANCE

ESPECIAL RECEITAS



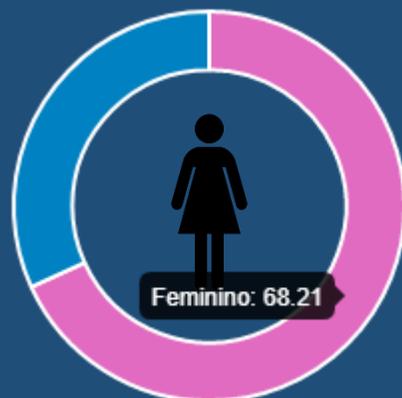


UMA PARCERIA DE SUCESSO!

A RECORD MULTIPLATAFORMA PREPAROU UM PROJETO DE COMUNICAÇÃO PARA DIVULGAR OS PRODUTOS **ITAMBÉ** QUE VAI IMPACTAR DIRETAMENTE O SHOOPER DE VAREJO, **AS CONSUMIDORAS**.

PARA ISSO CONTAREMOS COM PERFORMANCE DOS NOSSOS INFLUENCIADORES DIGITAIS COM VÍDEOS DE BRANDED CONTENT E AINDA UTILIZAREMOS A FORÇA DAS NOSSAS REDES SOCIAIS PARA ENGAJAR A AUDIÊNCIA.

A PARCERIA VISA COMO RESULTADO O AUMENTO NA TAXA DE CONVERSÃO NOS PONTOS DE VENDA DE TODO O BRASIL.



68% do público que acessa o R7 são mulheres



Televisão é o assunto que mais interessam os usuários do R7

ITAMBÉ EM ‘A FAZENDA’



DURANTE A EXIBIÇÃO DO PROGRAMA “A FAZENDA – NOVA CHANCE” TEREMOS TRÊS INSERÇÕES NO GC DA RECORD TV SEM MENÇÃO À MARCA CONVIDANDO A AUDIÊNCIA PARA CONHECER AS DELICIOSAS **RECEITAS DA FAZENDA BY ITAMBÉ**.

ESSAS RECEITAS ESTARÃO NO SITE DE “A FAZENDA – NOVA CHANCE” E SERÃO **OFERECIDAS POR ITAMBÉ COM MÍDIA DISPLAY DA MARCA**.

ALGUMAS (OU TODAS) DAS RECEITAS PODERÃO SER DIVULGADAS EM FORMATO DE **INSTANT ARTICLES** NO FACEBOOK DE “A FAZENDA – NOVA CHANCE”.

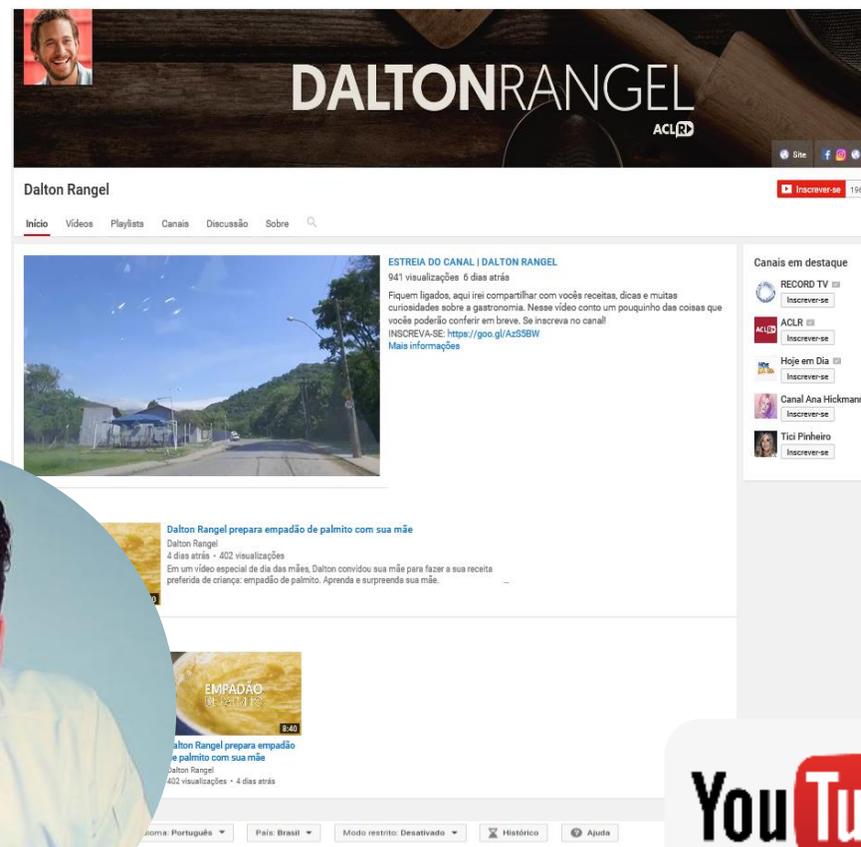


TOQUE DO CHEF



COM A ESTREIA DO REALITY SHOW MAIS ESPERADO DO ANO, **DALTON RANGEL** JUNTO COM A **ITAMBÉ** DARÁ SEU TOQUE DE CHEF ÀS RECEITAS DA FAZENDA EM SEU **CANAL DO YOUTUBE**.

ELE ENSINARÁ O PASSO A PASSO DAS RECEITAS UTILIZANDO PRODUTOS DA **ITAMBÉ**. O VÍDEO CONTERÁ COM VINHETA DE ABERTURA E ENCERRAMENTO DA MARCA.



You Tube
VEJA O CANAL

DIVULGAÇÃO EXCLUSIVA DOS VÍDEOS



OS VÍDEOS TERÃO UM TEASER QUE SERÁ PUBLICADO NO FACEBOOK DO R7 COM EFEITO DE CHAMADA



OS VÍDEOS SERÃO DIVULGADOS NO FACEBOOK DO R7



DESTAQUE FIXO NA HOME DO R7 NA ABA ESPECIAIS E ROTATIVO NO MÍDIA BOX.



OS VÍDEOS VEICULARÃO NO FORMATO DE NATIVE NO R7

DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES NO R7



TEREMOS DESTAQUES EDITORIAIS NA HOMEPAGE DO R7 DIVULGANDO TODAS AS AÇÕES EM TORNO DAS RECEITAS DA FAZENDA:

ESPECIAIS

AÇÃO

FÁCIL DE FAZER

Fique linda para festas com este penteado. Veja



O QUE FAZER?

Alergia pode ser mais sério do que você imagina!



DIVANDO!

Belas da Record TV adotam o visual platinado



FILHOS

Blogueira fala sobre fase 'correr, cair e levantar'



VOTE

Qual destas celebridades fica mais bonita loira?



VEJA DICAS

Lavar roupas de bebê é mais fácil do que você pensa

VITRINE DE ESPECIAIS

The screenshot shows the R7 website homepage. At the top, there's a navigation bar with categories like R7 TV, NOTÍCIAS, ENTRETENIMENTO, ESPORTES, RECORD TV, HORA 7, and SERVIÇOS. Below the navigation, there's a main banner with the word 'AÇÃO' in large white letters on a red background. To the right of the banner, there's a news article titled 'DF: Temer revoga decreto que pôs Exército nas ruas' with a list of bullet points. Below the main banner, there are several smaller news articles and sections, including 'SAÚDE' with a headline 'Campanha de vacinação contra a gripe termina amanhã', 'CRACOLANDIA' with 'Onda de devastação pelo crack começou há 27 anos em São Paulo', and 'ENTRETENIMENTO' with 'Após criticar ação, secretária de Direitos Humanos deixa a pasta'. There are also social media icons and a search bar at the top right.

MÍDIA BOX

AS AÇÕES PRECISAM SER APROVADAS PELOS ARTISTAS. HAVERÁ CUSTOS DE PRODUÇÃO E CACHÊ, QUE SERÃO ORÇADOS POSTERIORMENTE.

DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS



PARA DIVULGAR AS AÇÕES DA CAMPANHA E AUMENTAR O ENGAJAMENTO DOS CONTEÚDOS, TEREMOS UM PACOTE ROBUSTO DE **SOCIAL MEDIA** COM CHAMADAS EDITORIAIS CRIATIVAS QUE LEVARÃO OS USUÁRIOS AO CONTEÚDO PROPRIETÁRIO DE **ITAMBÉ**.



 **13 MM**
DE CURTIDAS

 **4.4 MM**
DE SEGUIDORES



 **3 MM**
DE CURTIDAS

 **541 MIL**
DE SEGUIDORES



OBSERVAÇÕES GERAIS MULTIPLATAFORMA



1. DIREITOS AUTORAIS E CONEXOS, PRODUÇÃO E ALGUMAS AÇÕES ESPECIAIS EM REDES SOCIAIS SÃO COBRADOS A PARTE. ESTES ITENS NÃO SOFREM APLICAÇÃO DE DESCONTO E NÃO ESTÃO SUJEITOS A COMISSÃO DE AGÊNCIA, DEVENDO SER AUTORIZADOS EM UM DOCUMENTO SEPARADO DA MÍDIA.
2. A FORMALIZAÇÃO DE COMPRA DEVERÁ SER ATRAVÉS DE CARTA DE ACORDO OU PI E MEDIANTE O ACEITE DO ACLR.
3. PACOTE DISPONÍVEL MEDIANTE DISPONIBILIDADE DE INVENTÁRIO NA OCASIÃO DA COMPRA.
4. FORMATOS DE PATROCÍNIO, MERCHANDISING ONLINE E PRODUCT PLACEMENT SÃO COMERCIALIZADOS PELO PERÍODO E NÃO POR AUDIÊNCIA. PORTANTO, AS AUDIÊNCIAS SÃO ESTIMATIVAS.
5. FORMATOS COMERCIAIS PODERÃO SOFRER ALTERAÇÃO E SERÃO INFORMADOS PARA NOVA IMPLEMENTAÇÃO E AJUSTE DO VOLUME DE MÍDIA REAPLICADO SÓ SERÁ VÁLIDO NA COMPRA TOTAL DO PACOTE .
6. TODAS AS NEGOCIAÇÕES ESPECIAIS SÓ SERÃO VÁLIDAS NA COMPRA TOTAL DO PACOTE.
7. TODAS AS PEÇAS, CONTEÚDO OU ROTEIROS GERADOS PELO ANUNCIANTE PODEM SER VETADOS PELO EDITORIAL DO ACLR OU PELO ARTISTA SE FOREM CONSIDERADOS IMPRÓPRIOS OU CONFLITANTES A LINHA EDITORIAL.
8. CASO O VOLUME PROPOSTO NÃO SEJA UTILIZADO NOS PRAZOS ESTIPULADOS ACIMA, SERÁ DEFINIDO (EM COMUM ACORDO) NOVAS ENTREGAS DE ACORDO COM INVENTÁRIO DISPONÍVEL.
9. QUAISQUER AÇÕES PROMOCIONAIS DEVEM SER DETALHAS E APROVADAS PREVIAMENTE.
10. PRAZO PARA INÍCIO DAS PROGRAMAÇÕES DOS FORMATOS TRADICIONAIS: 48 HORAS DA DATA DE FECHAMENTO DO ACORDO. OS PRAZOS PARA IMPLEMENTAÇÃO DOS FORMATOS ESPECIAIS SERÃO AVALIADOS PELO TIME ACLR.
11. CONTEÚDOS DISCRIMINADOS NO PROJETOS PODERÃO SOFRER ALTERAÇÃO E SERÃO INFORMADOS AOS ANUNCIANTES.
12. TODO E QUALQUER CONTEÚDO PRODUZIDO PELO ACLR É DE PROPRIEDADE DA NETWORK, PARA COMPARTILHAMENTO EM OUTRAS PLATAFORMAS DEVERÁ SER PREVIAMENTE APROVADO PELA MESMA.
13. CENÁRIOS, AMBIENTAÇÃO E FORMATOS ESPECIAIS DEVEM SER PREVIAMENTE ANALISADOS E PRECIFICADOS COMO PRODUÇÃO EM DOCUMENTO SEPARADO.



A FAZENDA

NOVA CHANCE

ANEXOS



RECORDTV
MULTIPLATAFORMA

Já consolidada após oito edições, **A Fazenda** está de volta e vai marcar presença **todas as noites** nos lares brasileiros.

Uma excelente oportunidade para divulgar a sua marca/produto a **milhões de telespectadores** que estarão ligados na **RECORD TV**, ao longo de quase **três meses**, para acompanhar, torcer e interagir com o reality.

Reality Show está entre os **gêneros preferidos dos brasileiros.**

Em muitas rodas de amigos ou nas reuniões da família, os programas do gênero viram assunto nas conversas. E os **telespectadores** da **RECORD TV** se identificam com o gênero mais do que a média da população.

Assistem
frequentemente
**REALITY
SHOW:**

População



Telespectadores
RECORD TV

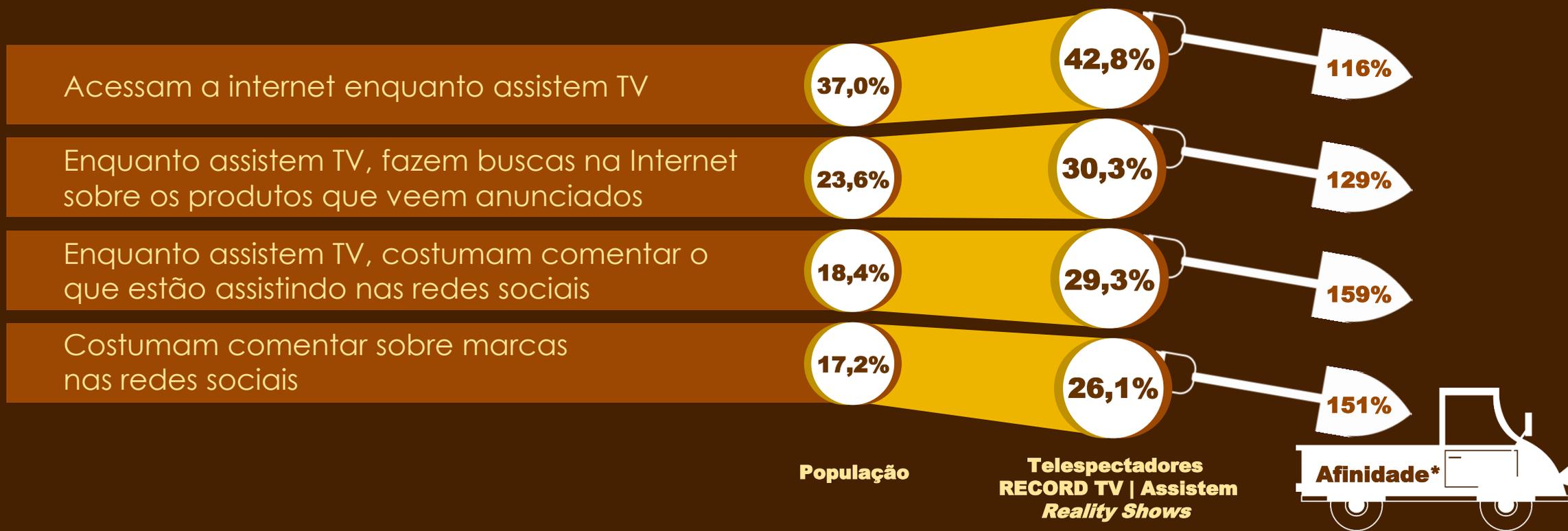


Afinidade



Um público que assiste TV enquanto navega na internet.

Telespectadores da **RECORD TV** que assistem *Reality Show* possuem alta afinidade com os dois meios: veem televisão enquanto acessam a internet.



O público que assiste *Reality Show* na RECORD TV tem potencial de compra e consome diversos segmentos de produtos.

Média de telespectadores atingidos por minuto pelo gênero *Reality Show* na RECORD TV:

4

Milhões

Afirmam que educação é o melhor caminho para garantir um bom futuro

3,6

Milhões

Consomem refrigerantes*

3,2

Milhões

Consomem chocolates e bombons*

2,9

Milhões

Gostam de provar novos produtos alimentícios

2,4

Milhões

Gostam de cozinhar

2,1

Milhões

Usam esmalte para unhas**

2,2

Milhões

Sentem prazer em qualquer tipo de compra

2,1

Milhões

Gastam muito dinheiro com cosméticos e produtos para higiene pessoal

1,7

Milhão

Consomem cerveja*

1,4

Milhão

Usam tintura para cabelo***

1

Milhão

Pretendem comprar automóvel nos próximos 12 meses

500

Mil

Consomem vitaminas ou suplementos**

Acompanhe os excelentes resultados da última edição de A Fazenda.

Audiência



5,2
Milhões

de domicílios por minuto



7,2
Milhões

de telespectadores por minuto

21% dos domicílios ligados em todo o Brasil

Tempo de Transmissão

63 horas

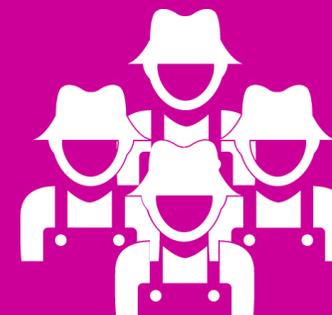
de envolvimento



Alcance de Telespectadores

120
Milhões

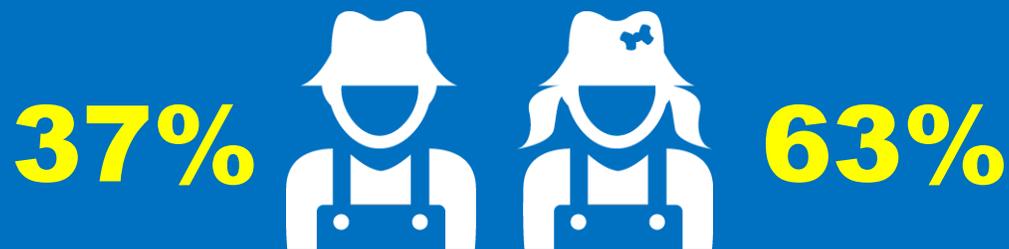
de telespectadores em todo o Brasil



+ 3,7
Milhões de telespectadores em relação a Fazenda 7.

Perfil do Público

A audiência do reality foi composta principalmente pelo público adulto, acima dos 18 anos e pelas classes sociais ABC.

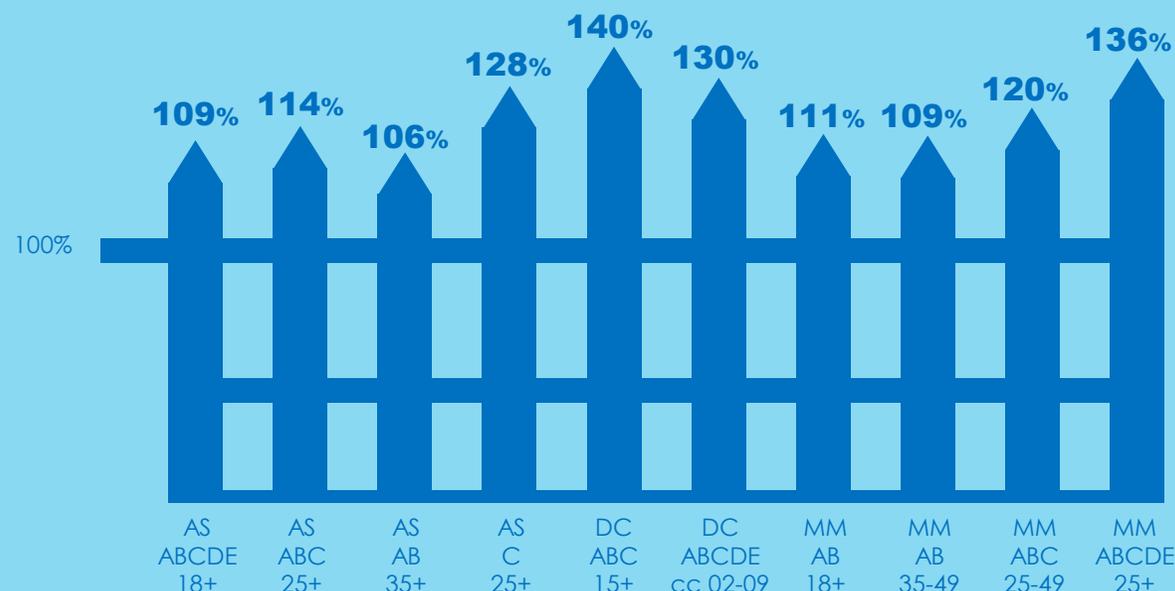


83% classes **ABC**

85% acima de **18 ANOS**

Adequação com diversos públicos

Os **índices de afinidade** mostram que A FAZENDA tem total adequação com diversos targets: adultos, mulheres, donas de casa de todas as classes sociais e faixas etárias.

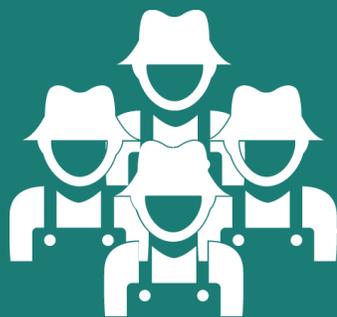


Perfil do Público Digital

A audiência do R7 tem interesse em televisão:

60%

DOS PAGE VIEWS



E reality shows (microsegmentos):

25%

**DOS USUÁRIOS
ÚNICOS**

33%

DOS PAGE VIEWS



RECORDTV



RN
RECORD NEWS



RECORDTV
MULTIPLATAFORMA