

GRUPOEP

# PRO JE TA

**AGRONEGÓCIO**

# NOSSOS PRODUTOS

## TV

A **EPTV** impacta mais de **12,1 milhões de telespectadores potenciais** nas praças Campinas, Ribeirão Preto, São Carlos e Sul de Minas.



## OOH E EP VENTURES

**EP Painéis**, frontlights que proporciona exposição da marca em pontos estratégicos de Campinas e Ribeirão Preto. O **EP Ventures** é responsável pelo investimento em empresas de alta tecnologia.



## RÁDIO

A programação diária da **EP FM** em **Campinas, Araraquara e São Carlos** é focada em assuntos regionais, incluindo programação de notícias, música, entretenimento, esportes, variedades e cultura. Programação jornalística 24h por dia, a **CBN** é o 4º veículo mais admirado do mercado e está presente em Campinas e Ribeirão Preto. A **Jovem Pan Ribeirão** apresenta uma programação totalmente diferenciada.



## DIGITAL

Líderes de audiência, o **g1** e o **ge das praças** são sinônimos de muita credibilidade e esportes regionais. O **acidade on** é o maior portal de notícias do interior paulista, e o **Tudo EP** é um portal para fãs de variedades com acesso a todo tipo de conteúdo e nos mais diferentes formatos. A **Home de Programação** da EPTV apresenta conteúdos relacionados aos programa que serão exibidos na televisão.



## EVENTOS

A **OA eventos** atua como idealizadora, agenciadora e organizadora de experiências de marca para inúmeros segmentos de mercado.



# ÁREA DE COBERTURA

E se a região de cobertura da EPTV fosse um país?

Seus **12 milhões de telespectadores** somam uma população maior que a dos países como Grécia, Portugal e Suécia.

O PIB dos 317 municípios é maior que o de países como Croácia, Costa Rica e Uruguai

Fonte: Atlas de Cobertura Rede Globo/2023



| Emissora          | Municípios | População Total   | DTV              | TELESP POT        |
|-------------------|------------|-------------------|------------------|-------------------|
| EPTV Campinas     | 49         | 4.857.207         | 1.613.671        | 4.745.218         |
| EPTV Ribeirão     | 66         | 2.709.149         | 911.707          | 2.667.410         |
| EPTV Central      | 42         | 1.963.219         | 667.042          | 1.931.769         |
| EPTV Sul de Minas | 160        | 3.044.808         | 1.008.128        | 2.896.407         |
| <b>TOTAL</b>      | <b>317</b> | <b>12.574.383</b> | <b>4.200.548</b> | <b>12.240.804</b> |

**UMA PROPOSTA,  
MÚTIPLAS  
VANTAGENS**

## PROPOSTA AGRO

Uma proposta que **permite aos nossos parceiros associação de sua marca a conteúdos exclusivos sobre agro**, produzidos por quem conhece de perto a realidade do setor na área de cobertura da EPTV.

### SUA MARCA PRESENTE AQUI



### ÁREA DE COBERTURA



**Quando a  
força do  
agro**

**encontra a  
força das  
médias do  
Grupo EP,**

**uma safra de  
impactos  
qualificados  
acontece.**

A woman with voluminous curly hair, wearing a light-colored collared shirt, is smiling warmly. She is positioned in the center of the frame, with a greenhouse structure visible in the background. The lighting is soft and natural, suggesting an indoor agricultural setting.

**De um lado, a mensagem de quem quer falar com o público agro. Do outro, quem impacta esse público: o Grupo EP.**

# UM PROJETO COM PROPÓSITO

## O QUE?

Uma proposta que **permite aos nossos parceiros associação de sua marca** a conteúdos **exclusivos sobre agro**, produzidos por quem conhece de perto a realidade do setor na área de cobertura do Grupo EP.

## POR QUE?

Concede ao **anunciante a apropriação do segmento agro**, se tornando **autoridade nos produtos** da vertical inédita sobre o setor no Grupo EP. Os benefícios são um **posicionamento de marca forte** na lembrança do consumidor e **valor agregado** aos negócios, atraindo clientes.

## COMO?

Um **planejamento de longo prazo**, com **entrega multiplataforma** e **grande alcance do público-alvo**, através de **produtos diversos**, que dialogam entre si durante toda a **jornada de comunicação**.

# JORNADA DO GRUPO EP

Sua marca pode estar em contato com até:

258 mil  
ouvintes por mês



**CBN**  
Ribeirão Preto  
Campinas

RÁDIO

TV



6,8 milhões

de telespectadores potenciais em  
todas as praças por **semana**

26 mil  
de usuários por **semana**



MÍDIAS DIGITAIS



375 mil  
de usuários por **semana**

1 milhão  
de usuários por **semana**



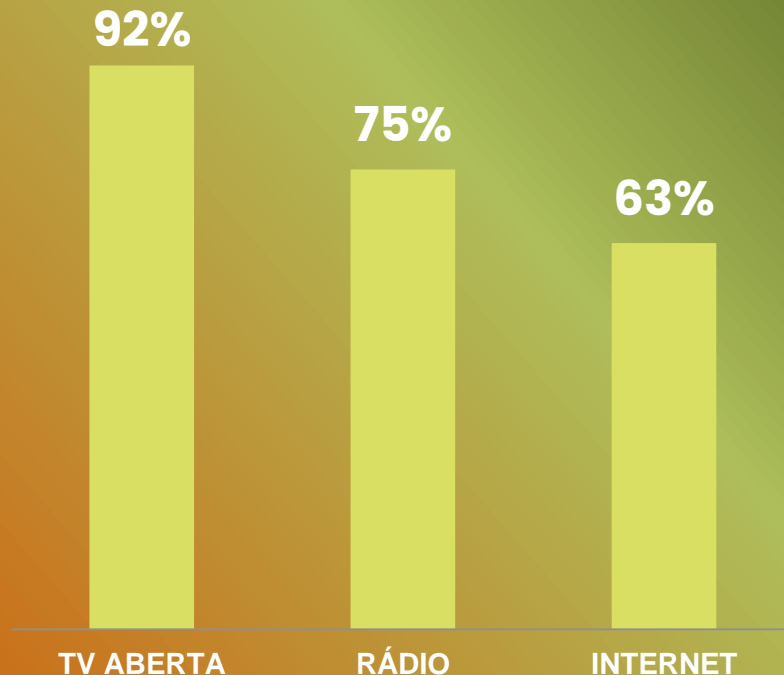
2,5 milhões  
de usuários por **semana**



# CONSUMO DOS MEIOS

*Mapa da Mina da Rede Globo*

A Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio (ABMR&A) disponibilizou em maio/2017 uma nova onda da Pesquisa **Hábitos do Produtor Rural**. Em sua 7ª edição, o estudo, realizado pela Informa Economics (IEG/FNP), investigou o **perfil do produtor rural**, seus hábitos de compra, envolvimento com a tecnologia e, principalmente, seus hábitos de mídia: os meios e veículos de comunicação que consulta para sua informação profissional e para seu entretenimento.



Fonte: 7ª Pesquisa Hábitos do Produtor Rural ABMRA – FNP/Informa – Ano 2017 (N: 2.835) | Perguntas formuladas na pesquisa: – O Sr.(a) costuma acessar o a internet? – O Sr (a) costuma assistir TV Aberta, mesmo que seja uma vez por mês? – O Sr. (a) costuma assistir TV por Assinatura, mesmo que seja uma vez por mês? – Costuma ler jornal? – Costuma ler revista? / Mídia exterior - Víu ou notou nos últimos 7 dias?

# PILARES PROJETO

Ao investir nesse projeto, sua marca vai ter um **alcance maior** devido à sua **exposição em diversas plataformas** complementares e exclusivas do Grupo EP, apropriando-se assim da **percepção de especialista** ou de referência junto ao universo agro, alcançando este público onde quer que esteja.



GRUPOEP

ALCANCE

APROPRIAÇÃO  
DO SEGMENTO

PROJETO  
MULTIPLATAFORMA

EXCLUSIVIDADE



# COMBO AGRO CONECTA

1 mês - disponível no período de janeiro a dezembro/2024

GRUPOEP

# AGRO CONECTA

1 mês – 1 evento a definir

GRUPOEP

MENU



Quem deseja a experiência de engajar a marca em **eventos relacionados ao agronegócio** tem neste combo a opção certa. As entregas comerciais promoverão o encontro da marca com um público altamente qualificado, formador de opinião e que representa grande parte do PIB brasileiro. Uma conexão perfeita!



Quadro Patrocinado  
**EP Agro**

2 episódios  
(vinhetas de 5" para abt. e enc.)

2  
semanas



Ação de Conteúdo  
**EP Agro**

Ação na TV + 1 informe  
publicitário de 7 dias  
(por ação)

2 ações



Near Live  
**Intervalo Jornal da EPTV 1**

1 comercial de 60"

1 ação



Patrocínio de Página  
**Estação Agro**

Banners + 1 informe publicitário  
(7 dias no período)

1 mês



Ação com Influenciadores  
**Instagram do Influencer**

1 post + 3 stories + presença VIP  
(por ação)

1 ação



Ação EP  
**EP FM São Carlos**

2 horas de duração com 4 flashes  
de 60" e 20 chamadas de 30"  
(por ação)

1 ação



News Truck  
**CBN Campinas e Ribeirão**

4 vinhetas de 5" (abt., pass. e  
enc.), 17 spots de 30", 15  
chamadas com 5 de assinatura"  
e 1 Truck CBN (por ação)

1 ação

# QUADRO PATROCINADO

COM AÇÃO DE CONTEÚDO NO EP AGRO\*

No EP Agro, teremos quadros especiais com **2 episódios**, trazendo informações **sobre algum evento agro da região**, e poderá ter um bate papo com o patrocinador relacionado a participação dele e da marca no evento.

Com o patrocínio do quadro, a marca está **presente na vinheta de abertura** do quadro (5") atrelada a ação de conteúdo, trazendo uma "apropriação" do conteúdo que será tratado.



CLIQUE AQUI PARA VER UM EXEMPLO DE OUTRO PROGRAMA.

Patrocínio + Ação  
de conteúdo

2 episódios

2 ações de  
conteúdo



\* O patrocínio do quadro deve ser atrelado a ações de conteúdo.

# AÇÃO DE CONTEÚDO

## NO EP AGRO

Em um episódio do EP Agro, será feita uma ação de conteúdo com o Marcelo Ferri para o cliente. Na ação, Ferri aparece em externa no cliente ou em estúdio, contextualizando sobre o produto/serviço do cliente nesse universo do agronegócio e a participação dele no evento agro. Ferri também poderá ter um rápido bate-papo com um responsável. Neste ponto, ele cita e qualifica o cliente. Fecha ação de conteúdo com QR Code e site da empresa.



[CLIQUE AQUI PARA VER UM EXEMPLO.](#)



# NEAR LIVE

Modelo de comercial com **imagens captadas e editadas momentos antes da sua exibição** no intervalo de um programa predefinido da EPTV .

O Near Live poderá abordar conteúdos do anunciante de acordo com a sua estratégia de comunicação e **será transmitido direto de algum evento de agronegócio** da região.

## PROGRAMAS SUGERIDOS:

BOM DIA CIDADE E JORNAL DA EPTV 1



CLIQUE AQUI PARA VER UM EXEMPLO.

Comercial  
de 60"

intervalo do  
Bom dia Cidade  
ou

intervalo do  
Jornal da EPTV 1



# ESTAÇÃO AGRO

O “Estação Agro” é uma **página no g1 local produzida pelo jornalismo do portal** com conteúdos de grande relevância para a região. A página “Estação Agro” aborda temas do agronegócio como:

- feiras e eventos agro;
- equipamentos agrícolas;
- tecnologias;
- soluções agrícolas;
- sustentabilidade, entre outros.

Página no g1  
das praças

Produzido  
pela EPTV

Patrocínio  
da Página

g1



CLIQUE ABAIXO E  
VEJA A PÁGINA





# INFLUENCIADORES

## NO INSTAGRAM DO INFLUENCER\*

Fechando a composição da campanha, um influencer regional do nosso HUB estará presente dentro da sua campanha e ação. As ações serão entregues nas redes sociais dos influencers com um post no Instagram, **divulgando as ofertas da sua campanha ou produto**, condições especiais e falando da participação em algum evento agro da região, sendo, 1 Feed + 3 Stories e Presença VIP no dia do evento.



**Alessandra  
Decicino**



**Paula  
Martino**



**Agro  
Mulher**



**Cafeicultura  
de ponta**

Clique acima nas fotos e conheça o perfil dos nossos influencers!

1 Feed

3 stories

Presença no  
evento

\* Influencers sugeridos e sujeito a disponibilidade



# NEWS TRUCK

O News Truck da CBN Campinas é um estúdio móvel que **leva a rádio para qualquer lugar\*** e transmite in loco toda a programação da emissora, com a mesma qualidade e credibilidade como se estivesse em seus estúdios.

O caminhão tem toda a tecnologia de transmissores, internet e equipamentos necessários para veicular sua programação de onde estiver. A proposta é transmitir toda a programação local da CBN direto dos eventos de agronegócio da região.

1 ação

Transmissão  
no evento

Caminhão  
envelopado

\* Consultar disponibilidade



Transmissão ao vivo  
e pelo YouTube



# AGRO CONECTA

Esquema Comercial – Para 1 mês

GRUPOEP

MENU



## INVESTIMENTO TOTAL | MÍDIA + PRODUÇÃO

COTA EXCLUSIVA

CAM

RIB

SCA

VAR

REDE

Total para 1 mês

R\$ 148.072

R\$ 104.735

R\$ 78.308

R\$ 64.946

R\$ 280.686

# AGRO CONECTA

Esquema Comercial – Para 1 mês

GRUPOEP

MENU



## DISTRIBUIÇÃO DA VERBA DE MÍDIA

| COTA EXCLUSIVA | CAM        | RIB        | SCA        | VAR        | REDE       |
|----------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Mídia TV       | R\$ 59.309 | R\$ 40.032 | R\$ 29.412 | R\$ 25.297 | R\$ 96.750 |
| Mídia Digital  | R\$ 40.496 | R\$ 23.954 | R\$ 20.296 | R\$ 15.000 | R\$ 82.765 |
| Rádio          | R\$ 13.142 | R\$ 7.020  | R\$ 3.500  | -          | R\$ 23.661 |

# AGRO CONECTA

Esquema Comercial – Para 1 mês

GRUPOEP

MENU



## DISTRIBUIÇÃO DA VERBA DE PRODUÇÃO

| COTA EXCLUSIVA       | CAM       | RIB       | SCA       | VAR          | REDE      |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|--------------|-----------|
| Produção TV          | R\$25.125 | R\$23.730 | R\$23.100 | R\$22.650    | R\$45.510 |
| Produção Sites Globo | R\$1.500  | R\$1.500  | R\$1.500  | R\$1.500     | R\$6.000  |
| Produção Rádio       | R\$8.000  | R\$8.000  | R\$10.000 | Sob consulta | R\$26.000 |



# **OPORTUNIDADE AVULSA**

*GRUPOEP*

# ATIVACÃO EM EVENTOS

Em eventos agro da região, o Grupo EP levará uma ativação do programa EP Agro junto a marca do cliente para **interagir ainda mais com o público do evento.**

Teremos um espaço, com distribuição de água e café, além de uma roleta interativa com perguntas sobre o agro e mitos e verdades, para que o público interaja e ganhe um brinde. O brinde será um mini coador de café + uma caneta ou um saquinho com sementes de alface e tomate para uma hortinha em casa.

## PRINCIPAIS EVENTOS

Coplacampo (CAM)

Agrishow (RIB)

Expocafé (VAR)

EAPIC (SCA)

Fenasucro (RIB)

Expoflora (CAM)

Valor Sob  
consulta

1 ação por  
evento

Presença no  
evento





# OBSERVAÇÕES

GRUPOEP



# OBSERVAÇÕES – MÍDIA TV

## PREÇO

-O preço do patrocínio/projeto é fixo (base: Janeiro a Julho 2024), válido para compras realizadas entre o período de 1 de janeiro a 30 de julho de 2024, independentemente do período de veiculação.

## PRAZOS DE COMERCIALIZAÇÃO COMBOS

**-Prazo de comercialização combos: 20 dias uteis antes da veiculação. Em caso que envolvam eventos 45 dias úteis antes da realização.**  
**Prioridade de renovação EP Agro: os patrocinadores atuais tem prioridade conforme política comercial da TV Globo e de acordo com datas do SIS.COM.**  
**Cotas vendidas: CAM: todas as cotas disponíveis. RIB: todas as cotas vendidas – Vittia (Set a Dez), Cocred (Set a Nov) e Copercana (Set a Nov).**  
**SCA: 2 cotas vendidas – Vittia (Set a Dez) e UNIFEOB (Set a Nov). VAR: 1 cota vendida: Café Brasil (Set/23 a Set/24).**  
O patrocínio dos programas pode ser comercializado isoladamente. Consultar disponibilidade de cotas e prioridade de renovação por praça.

## FATURAMENTO POR VEÍCULOS (TV, DIGITAL, RÁDIO) | NATUREZA (MÍDIA OU PRODUÇÃO) | PARCEIRO (REALIZADOR OU TERCEIRO)

-Valores pagos à EPTV: Mídia TV e Cross Mídia Sites Globo (gl, ge e Home de programação): 15 d.f.m.  
-Valores pagos à EPN: Mídia Digital e produção (Tudo EP e Acidade On) 15 d.f.m.  
-Valores pagos à O.A Eventos: 15 d.f.m.  
-Valores pagos às rádios: Mídia e produção (CBN Campinas, CBN Ribeirão, Jovem Pan Ribeirão, EP FM Campinas, São Carlos, Araraquara):15 d.f.m.

## SOBRE A MÍDIA BÁSICA DE DIVULGAÇÃO DO PROJETO

-A mídia será administrada pelo Marketing da EPTV e poderá ocorrer alteração em virtude da disponibilidade, sem comprometer a entrega, mantendo a relação previsto versus exibido no total do projeto. O acerto de contas dar-se-á no final do projeto, pelo total de inserções exibidas. Mídia básica local: EP AGRO (EPAG) às 07h20, JORNAL DA EPTV 1 (PTV1) às 12h00 e TERRA DA GENTE (TRGE) às 14h10.  
-A assinatura do material será precedida de “oferecimento”. Reservamo-nos o direito de exclusividade na veiculação.  
-A EPTV se reserva o direito de exibir chamadas sem a marca do patrocinador, em função de necessidade estratégica e/ou promocionais.  
-Os vídeos serão produzidos pela EPTV para utilização privada e é proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, especialmente por sistemas gráficos, microfílmicos, reprográficos, fonográficos, videográficos, redes sociais e canais do cliente ou de terceiros, bem como é vedada qualquer alteração/edição em seu conteúdo. Essas proibições aplicam-se também às características gráficas da obra e à sua editoração. Proibido o uso não autorizado sob pena de responsabilização dos infratores.  
-O uso da marca do programa em redes sociais e/ou canais de internet deve ser submetido à avaliação e autorização do Marketing da EPTV.  
-As datas do programa poderão ser alteradas de acordo com a grade de programação da TV Globo.  
-Reservamo-nos ao direito de ajustar as informações da presente proposta sem prévio aviso. Quaisquer informações poderão ser ajustadas a qualquer momento sem prejuízo ao Grupo EP.

# OBSERVAÇÕES – MÍDIA TV

## SOBRE O MATERIAL DO PATROCINADOR (ASSINATURA E VT COMERCIAL)

-A produção das vinhetas de 5" (texto de até 8 palavras) e comercial de 30" são de responsabilidade do patrocinador e devem estar de acordo com as normas e práticas comerciais da TV Globo.

-Entrega digital: Cabe ao patrocinador arcar com os custos de envio dos seus materiais (vinhetas e/ou comerciais) através dos players homologados pela Globo: Adstream, Adtox, A+V Zarpa e Casa do Vaticano. O faturamento é feito direto pela EPTV.

## PATROCÍNIO DE QUADRO

O programa poderá apresentar quadros com planos de patrocínio específicos.

Esses planos não poderão ser comercializados para concorrentes dos patrocinadores do programa.

A cota é EXCLUSIVA. Respeitando o intervalo de 15 dias entre clientes do mesmo segmento.

A entrega só contempla o insert, sem locução. Com abertura de 5".

O formato é atrelado a ação de conteúdo, não sendo permitida a venda isolada.

Caso a compra do patrocínio do programa ocorra depois da compra do patrocínio do quadro, por uma marca concorrente, o patrocínio do quadro será cancelado e o preço correspondente ao saldo será revertido em outras entregas.

# OBSERVAÇÕES – AÇÃO DE CONTEÚDO

## PREÇO

-Valor com base na lista de preços vigente.

## PRAZO DE COMERCIALIZAÇÃO E DE PRODUÇÃO

-Prazo de comercialização: até 20 dias úteis da data da primeira exibição. Produção: até 15 dias antes da exibição.

-Poderão ser comercializadas até duas ações de merchandising por programa, reservado a uma ação por anunciante.

-Checar disponibilidade de espaço com área de marketing.

## SOBRE FATURAMENTO DE VALORES E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

-O cliente receberá 4 faturas separadas:

- **Mídia TV (faturar para EPTV):** 15 D.F.M.
- **Cross Mídia de Internet (sites Globo – g1, ge e Home de Programação):** 15 D.F.M.
- **Direitos e conexos (faturar para EPTV)** 15 dias úteis após o fechamento da ação
- **Produção da ação (faturar para EPTV):** 15 dias úteis após o fechamento da ação

-Sobre o valor de direitos e conexos e do valor de produção da ação não haverá negociação e também não incidirá comissão de agências, agenciadores ou corretores autônomos.

-Os custos de produção são responsabilidade do anunciante, e podem sofrer alterações após reunião de briefing/roteiro final com a direção artística do programa.

# OBSERVAÇÕES – AÇÃO DE CONTEÚDO

## SOBRE O PROGRAMA E TALENTOS

- O programa poderá ser cancelado mediante alteração da programação GLOBO. Caso isso ocorra haverá remanejamento na data da exibição sem cancelamento da ação.
- A EPTV se reserva o direito de trocar apresentadores, repórteres e parceiros a frente das atrações, sem aviso prévio, de maneira temporária ou definitiva, por quaisquer que sejam os motivos. Não serão permitidas alterações de data da ação em função do talento, visto que a ação no conteúdo é caracterizada pelo programa e faixa horária correspondentes.
- Os talentos envolvidos podem ter contratos pessoais com marcas concorrentes dos anunciantes que estarão nas ações no conteúdo do programa. Fazer consulta prévia, pois as ações estão sujeitas a bloqueio mediante contratos pessoais dos talentos envolvidos.
- Não é garantido o uso ou consumo do produto por parte dos talentos envolvidos na ação.

## SOBRE ROTEIRO E CRONOGRAMA DE PRODUÇÃO

- Os roteiros serão apresentados de acordo com as informações enviadas no briefing e são sugestões de ações possíveis de realização e podem sofrer alterações.
- Da compra da ação à sua execução é necessário um intervalo de tempo para sua produção, gravação e exibição.
- Este prazo será informado pela produção do programa após a aprovação dessa proposta. Após essa aprovação, a versão final utilizada na gravação será elaborada pela direção do programa, e validada pela EPTV.
- Caso os prazos acordados não sejam cumpridos, a ação poderá sofrer alterações de formato/data, visando a segurança dos fluxos necessários para a entrega.
- Qualquer mudança conceitual e estrutural no formato criativo do projeto deverá ser redesenhado, reconsultado e precificado com impacto na data de exibição. A disponibilidade de espaço deverá ser consultada.

# OBSERVAÇÕES – AÇÃO DE CONTEÚDO

## DOES & DONT'S GENÉRICOS DAS AÇÕES

- As ações no conteúdo não são vendidas atreladas a tempo de duração da mensagem.
- As ações comercializadas não interferem no conteúdo e pautas do programa que terá sempre sua independência editorial.
- Está vetada ação de conteúdo com exibição e consumo de bebidas alcoólicas.
- Não serão aceitos, sob nenhuma hipótese, conteúdos político-partidários
- Não serão aceitos conteúdos considerados inadequados à linha editorial do programa e ao horário em que o mesmo é exibido.
- Não será permitida a utilização da marca do programa e/ou vinheta do quadro pelo cliente, salvo mediante contrato de licenciamento.
- O programa tem liberdade para definir abordagem, produtos, lugares e personagens utilizados no conteúdo editorial, assim como o posicionamento das ações comercializadas em função destes conteúdos, que não necessariamente são exibidos colados a eles.
- O merchandising poderá conter oferta de preço e promoções desde que dentro das orientações comerciais vigentes (relações indústria x varejo).
- As ações deste projeto não poderão ser transformadas em ações promocionais.
- Os produtos que aparecerão nestas ações deverão ser disponibilizados pelo cliente.

## VT COMERCIAL ASSOCIADO AO BREAK DA AÇÃO

- Caso o cliente tenha comercial de 30" ou 15" associado, enviar até 7 dias úteis antes da exibição da ação.

## SOBRE AS AÇÕES

- As oportunidades aqui apresentadas são sugestões pré-aprovadas e poderão ser ajustadas de acordo com a direção geral do programa.
- Os detalhes das ações serão definidos em reunião de briefing entre agência, anunciante e TV Globo, e deverão ter a aprovação da direção artística do programa.
- A ação será considerada entregue e bem sucedida sempre que a comunicação principal do anunciante for entregue.
- Embora haja um roteiro, o speech poderá ser adaptado durante a fala dos talentos, adequando a linguagem ao estilo dos apresentadores, assim, palavras, frases e parágrafos poderão sofrer alteração sem comprometer o conteúdo previamente aprovado.
- Em programas ao vivo, quaisquer ocorrências corrigidas a tempo e que não prejudiquem a mensagem e/ou o entendimento do telespectador não são passíveis de compensação da ação. Qualquer mudança conceitual e estrutural no formato criativo do projeto deverá ser redesenhado, reconsultado e precificado

# OBSERVAÇÕES – INTERNET – SITES GLOBO

## SOBRE FATURAMENTO DE VALORES

-Valores pagos aos sites Globo em notas separadas: **Cross Mídia Internet g1, ge, gshow, globoplay, receitas.com e Home de Programação:** 15 d.f.m.

**Produção:** vencimento 10 dias úteis após comercialização.

## MÍDIA DE DIVULGAÇÃO

-A mídia de divulgação direciona o internauta para a página especial do projeto.

-A produção dos formatos da mídia de divulgação deste projeto será de responsabilidade da equipe do Grupo EP de internet.

-Para a produção da mídia de divulgação, a agência/cliente enviará logomarca com fundo transparente, formato vetorial (illustrator cs, .Ai) ou bitmap (photoshop cs, .Psd) com fundo claro/escuro e vertical/horizontal, encaminhando também o manual de aplicação da referida marca para a produção dos formatos acima indicados.

-O prazo de implementação dos formatos é de 5 dias úteis após o recebimento da logomarca/material.

## MÍDIA DE PATROCÍNIO E MÍDIA DE APOIO

-A mídia de patrocínio e de apoio direcionam o internauta ao site do patrocinador.

-A produção dos formatos de mídia de patrocínio da página especial e de apoio serão de responsabilidade do cliente/agência.

Os formatos estão especificados em [https://negocios.empresaspioneiras.com.br/pdf/midia-kit/2023/Midia\\_Kit\\_Sites\\_Globo.pdf](https://negocios.empresaspioneiras.com.br/pdf/midia-kit/2023/Midia_Kit_Sites_Globo.pdf). Serão aceitos apenas materiais produzidos em formatos de imagem (.Jpg, png ou .Gif) ou em HTML5.

-O prazo de validação dos formatos enviados pelo cliente/agência, pela equipe do Grupo EP de internet, é de 1 dia útil após o recebimento da material. A peça deverá ser enviada com 3 dias úteis de antecedência à data de sua veiculação para se prevenir da necessidade de algum ajuste técnico.

# OBSERVAÇÕES – INTERNET – SITES GLOBO

## ENVIO E PRAZO DE IMPLEMENTAÇÃO E APROVAÇÃO

-Para o envio de logomarca/material ou dúvidas sobre os prazos de implementação, consulte a equipe de operações comerciais de internet em: [lista.branded.content@eptv.com.br](mailto:lista.branded.content@eptv.com.br).

## CONSIDERAÇÕES SOBRE MATÉRIAS PUBLICITÁRIAS

-Todo o material que compõe a Matéria Publicitária deve ser encaminhada com 5 dias úteis antes da veiculação para que seja aprovada pela equipe de Conteúdo do Grupo EP. O envio do material deve ser feito à: [opec.digital@eptv.com.br](mailto:opec.digital@eptv.com.br)

-O agendamento da semana de exibição da matéria publicitária e das chamadas na home dos sites globo devem ser feitos com antecedência e está sujeita a disponibilidade.

-**O pagamento da veiculação do informe será feito em 15 d.f.m.** Para o pagamento desta prestação será emitida uma nota fiscal.

## DISPOSIÇÕES GERAIS SITES GLOBO

-A assinatura do PI pelo ANUNCIANTE ou AGÊNCIA obriga as partes e seus sucessores, a qualquer título, tanto aos termos do próprio PI quanto aos termos e condições estabelecidos no Manual de Práticas Comerciais da Globo.com.

-A Globo.com se reserva o direito de proceder alterações na estrutura do conteúdo dos sites, e, eventualmente, substituições nos formatos originalmente previstos no plano de inserções. Em nenhum caso haverá prejuízo na entrega comercial para o anunciante.

-A entrega estimada de impressões tem como base a análise histórica de audiência, portanto o volume de entrega pode variar de acordo com a audiência real.

-Custos estimados de produção orçados à parte, sendo total responsabilidade do cliente. Sobre este valor não há negociação, comissão da agência e descontos.

-De acordo com a sinalização de interesse e adequação do projeto aos objetivos do anunciante, faz-se necessária a consulta aos envolvidos e responsáveis pelo(s) site(s) em questão, que devem aprovar e autorizar o andamento da proposta comercial final, bem como analisar, orçar e estimar um cronograma para as possibilidades de desenvolvimento da ação. Esse processo necessita de um prazo para ser realizado a ser estipulado de acordo com a complexidade do projeto.

-Tanto os preços, quanto as propriedades apresentadas poderão ser revistos no momento da aprovação.

-A disponibilidade de entrega está sujeita à consulta no momento da aprovação do plano.

-A criação de um projeto especial deve ser firmada sob a parceria entre veículo, agência e anunciante.

# OBSERVAÇÕES – INTERNET – SITES GRUPO EP

## SOBRE FATURAMENTO DE VALORES

-Valores pagos aos sites do Grupo EP em notas separadas: Cross Mídia Internet cidade on Campinas, cidade on Ribeirão, cidade on São Carlos, cidade on Araraquara e Tudo EP: 15 d.f.m. Produção: vencimento 10 dias úteis após comercialização.

## MÍDIA DE DIVULGAÇÃO

- A mídia de divulgação direciona o internauta para a página especial do projeto.
- A produção dos formatos da mídia de divulgação deste projeto será de responsabilidade da equipe do Grupo EP de internet.
- Para a produção da mídia de divulgação, a agência/cliente enviará logomarca com fundo transparente, formato vetorial (illustrator cs, .Ai) ou bitmap (photoshop cs, .Psd) com fundo claro/escuro e vertical/horizontal, encaminhando também o manual de aplicação da referida marca para a produção dos formatos acima indicados.
- O prazo de implementação dos formatos é de 5 dias úteis após o recebimento da logomarca/material.

## MÍDIA DE PATROCÍNIO E MÍDIA DE APOIO

- A mídia de patrocínio e de apoio direcionam o internauta ao site do patrocinador.
- A produção dos formatos de mídia de patrocínio da página especial e de apoio serão de responsabilidade do cliente/agência.
- Os formatos estão especificados em [https://negocios.empresaspioneiras.com.br/pdf/midia-kit/2023/m%C3%ADdia\\_kit\\_cidade\\_on\\_maior2023.pptx.pdf](https://negocios.empresaspioneiras.com.br/pdf/midia-kit/2023/m%C3%ADdia_kit_cidade_on_maior2023.pptx.pdf).
- Serão aceitos apenas materiais produzidos em formatos de imagem (.Jpg, png ou .Gif) ou em HTML5.
- O prazo de validação dos formatos enviados pelo cliente/agência, pela equipe do Grupo EP de internet, é de 1 dia útil após o recebimento da material.
- A peça deverá ser enviada com 3 dias úteis de antecedência à data de sua veiculação para se prevenir da necessidade de algum ajuste técnico.



# OBSERVAÇÕES – INTERNET – SITES GRUPO EP

## ENVIO E PRAZO DE IMPLEMENTAÇÃO

-Para o envio de logomarca/material ou dúvidas sobre os prazos de implementação, consulte a equipe de operações comerciais de internet em:  
[lista.branded.content@eptv.com.br](mailto:lista.branded.content@eptv.com.br).

## CONSIDERAÇÕES SOBRE MATÉRIAS PUBLICITÁRIAS

- Todo o material que compõe a Matéria Publicitária deve ser encaminhada com 5 dias úteis antes da veiculação para que seja aprovada pela equipe de Conteúdo do Grupo EP. O envio do material deve ser feito à: [opec.digital@eptv.com.br](mailto:opec.digital@eptv.com.br)
- O agendamento da semana de exibição da matéria publicitária e das chamadas na home dos sites do Grupo EP devem ser feitos com antecedência e está sujeita a disponibilidade.
- O pagamento da veiculação do informe será feito em 15 d.f.m.
- Para o pagamento desta prestação será emitida uma nota fiscal.

# OBSERVAÇÕES INTERNET

## DOS MATERIAIS

- A produção dos formatos da mídia de divulgação deste projeto será de responsabilidade da equipe EPTV internet.
- Para a produção da mídia de divulgação, a agência/cliente enviará logomarca com fundo transparente, formato vetorial (illustrator cs, .Ai) ou bitmap (photoshop cs, .Psd) com fundo claro/escuro e vertical/horizontal, encaminhando também o manual de aplicação da referida marca para a produção dos formatos acima indicados.
- A mídia de divulgação direciona o internauta para a página especial do projeto.
- O prazo de implementação dos formatos é de 5 dias úteis após o recebimento da logomarca/material.
- A produção dos formatos de mídia de patrocínio desta página especial será de responsabilidade do cliente/agência. Os formatos estão especificados em <http://anuncie.globo.com/redeglobo/formatos/index.html>. Serão aceitos apenas materiais produzidos em formatos de imagem (.Jpg ou .Gif) ou em HTML5.
- A mídia de patrocínio direciona o internauta ao site do patrocinador.
- O prazo de validação dos formatos enviados pelo cliente/agência, pela equipe da EPTV internet, é de 1 dia útil após o recebimento da material. A peça deverá ser enviada com 3 dias úteis de antecedência à data de sua veiculação para se prevenir da necessidade de algum ajuste técnico.

## ENVIO E PRAZO DE IMPLEMENTAÇÃO

- Para o envio de logomarca/material ou dúvidas sobre os prazos de implementação, consulte a equipe de operações comerciais de internet em: [opec.digital@eptv.com.br](mailto:opec.digital@eptv.com.br).

## CONSIDERAÇÕES GLOBO.COM

- A assinatura do PI pelo ANUNCIANTE ou AGÊNCIA obriga as partes e seus sucessores, a qualquer título, tanto aos termos do próprio PI quanto aos termos e condições estabelecidos no manual de práticas comerciais da Globo.com. Custos estimados de produção orçados à parte, sendo total responsabilidade do cliente. Sobre este valor não há negociação, comissão da agência e descontos. A criação de um projeto especial deve ser firmada sob a parceria entre veículo, agência e anunciante. Os formatos publicitários não contemplados no plano comercial poderão exibir anúncios de outros clientes, mesmo que sejam do mesmo segmento do patrocinador do projeto.
- Valores pagos ao ACidade On: Cross Mídia Internet ACidade ON e Tudo EP: 15 d.f.m.
- Entrega digital: Cabe ao patrocinador arcar com os custos de envio dos seus materiais (vinhetas e/ou comerciais) através dos players homologados pela Globo: Adstream, Adtox, A+V Zarpa e Casa do Vaticano. O faturamento é feito direto pela EPTV.

# OBSERVAÇÕES - RÁDIOS

## PRAZO DE COMERCIALIZAÇÃO

-Prazo de comercialização: 20 dias úteis antes do início da veiculação.

## PREÇOS

-O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de 1 de janeiro a julho/2024, independentemente do período de veiculação.

## FORMA DE PAGAMENTO

-Forma de pagamento: 15 dias fora mês.

## SOBRE A PRODUÇÃO DOS MATERIAIS

-A produção dos materiais de conteúdo é de responsabilidade da rádio.

-O roteiro e demais materiais necessários para produção do spot serão definidos após a comercialização.

-Esse material será produzido pelas emissoras para utilização privada e é proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, especialmente por sistemas gráficos, micro fílmicos, reprográficos, fonográficos e videográficos, bem como qualquer alteração e/ou edição em seu conteúdo. Essas proibições aplicam-se também às características gráficas da obra e à sua editoração. Proibido o uso não autorizado sob pena de responsabilização dos infratores.

-O cliente deverá enviar texto de até 8 palavras para a produção de assinatura de 5". Lembramos que essas caracterizações não podem conter menção em áudio e ofertas e promoções/preços.

-Spot de mídia em formatos de Jingle, Teatrinho, deverá ser enviado pronto.

-A assinatura do material será precedida de "oferecimento".

## VEICULAÇÃO

-As rádios se reservam o direito de alterar itens relacionados a data e/ou horário, adequando-as às necessidades do projeto.

-As emissoras também se reservam o direito de exibir chamadas adicionais sem a marca dos patrocinadores, em função de necessidades estratégicas e/ou promocionais

# OBSERVAÇÕES – INFLUENCERS – HUB EPTV

## ASSOCIAÇÃO A UM PROJETO DO GRUPO EP

-A ação com influenciadores sempre deve ser atrelada a um projeto ou a uma outra comercialização dos veículos do Grupo EP, nunca de forma avulsa.

## VALIDADE DA PROPOSTA E VALORES

- A proposta é válida por dez dias a partir do seu envio ao cliente;
- Valores pagos ao Grupo EP: 15 D.F.M.

## CONTRATAÇÃO, CACHÊ E PÓS-VENDA

- O cachê do influenciador contempla exclusividade no segmento pelo menos durante o período da ação e da sua validade;
- A confirmação final do influenciador depende da sua sinalização de disponibilidade;
- A ação prevê a entrega de um pós-venda com os resultados de desempenho;

## PRAZOS DE PRODUÇÃO E ALINHAMENTO EDITORIAL

- Período mínimo de 10 dias para a pré-produção do projeto a partir da data de aprovação e confirmação do influenciador;
- O período de validade da ação é definido de acordo com o projeto e o acordo comercial, após isso, o influenciador pode excluir a ação dos seus canais sociais;
- As ações feitas dentro do conteúdo precisam estar alinhadas com a linguagem/contexto do canal do influenciador;

## COMPATILHAMENTO DA AÇÃO DO INFLUENCER

- O cliente poderá compartilhar os conteúdos publicados pelo influenciador a partir de ferramentas oficiais das plataformas;
- Não é permitido baixar o conteúdo e publicar de forma nativa;
- É proibida a reprodução do conteúdo produzido, total ou parcial, sem autorização prévia;

# OBSERVAÇÕES – GERAIS – O.A. EVENTOS

Sobre os custos de Produção de VT, Material Promocional/Propriedade de Arena/Produção do Evento não incidirão comissão de agência.

Valor pago à O.A. Eventos: 30 dias úteis antes da realização do evento.

Uso da marca do evento deve ser submetido à avaliação e autorização da O.A. Eventos.

O evento é uma iniciativa EPTV e realização O.A. Eventos.

A O.A. Eventos se reserva o direito de alterar itens relacionados a propriedades de arena, data e/ou local, adequando-os às necessidades do evento.

A O.A. Eventos poderá comercializar cotas de arena e/ou apoio não conflitantes com os patrocinadores do projeto.

Para confecção de materiais, o patrocinador deverá enviar sua logomarca com fundo transparente em arquivo extensão .Ai, .Eps, ou .Cdr, com no mínimo 300 dpi, para o marketing EPTV, até 30 dias antes do evento, com manual de aplicação.

A inclusão da logomarca do cliente fica condicionada à data da comercialização do projeto, em virtude do prazo de fechamento para impressão.

GRUPOEP



tudoep  
.com

acidade  
on

g1

CBN  
Ribeirão Preto  
Campinas

FM

JP  
RIBEIRÃO PRETO

ep.  
paineis

Capão  
Azul

negociosEP.com.br | @negocios.EP