

Nossa Cidade Nosso Orgulho

GRUPOEP



CBN
Ribeirão Preto
Campinas

EP
FM

DR
FM
Ribeirão Preto | 93.1

acidade
on

g1

ge

tudoep.com

epeventos

ep painéis

pio
hub

Índice

A oportunidade 

Porque faz sentido? 

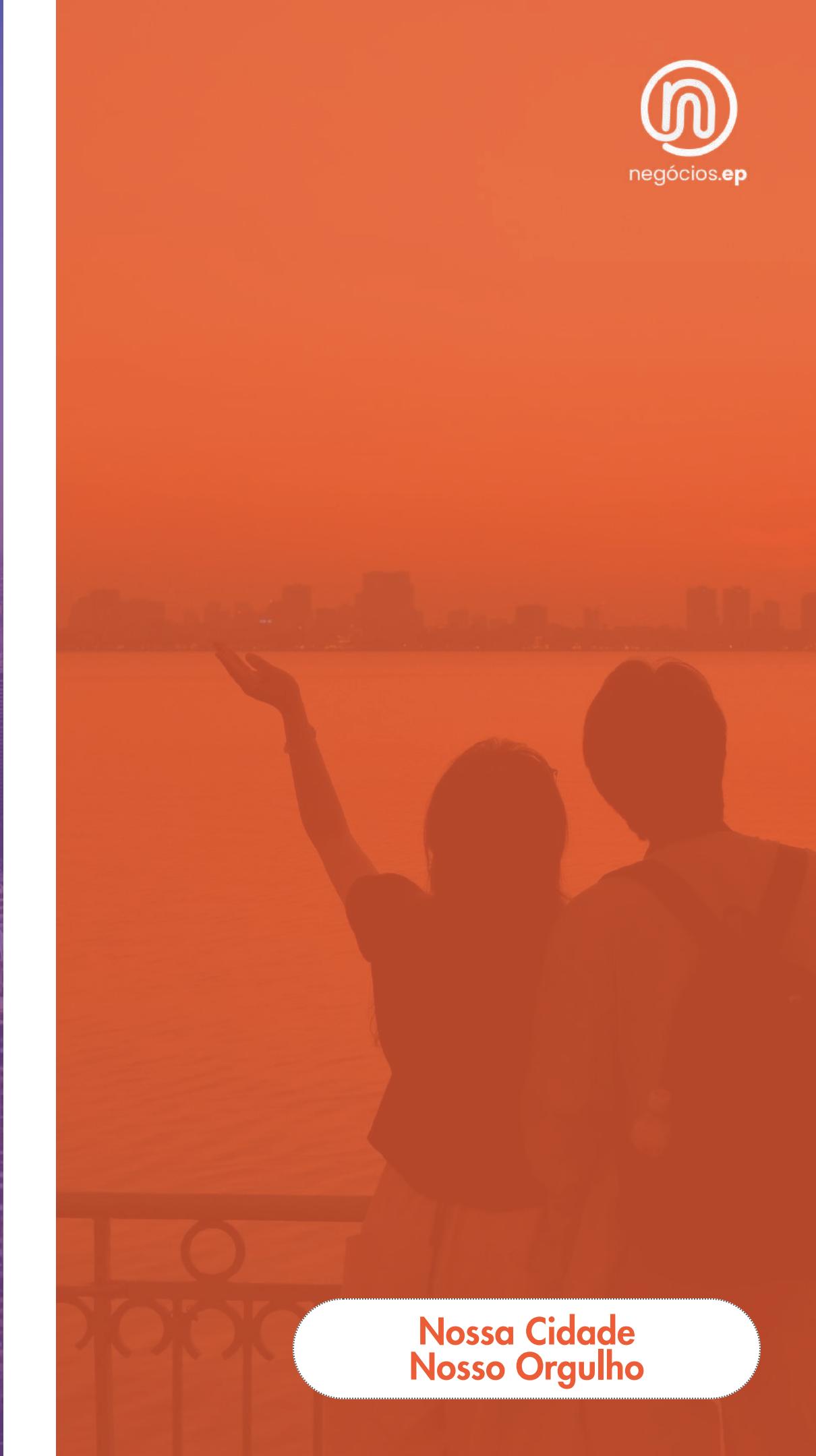
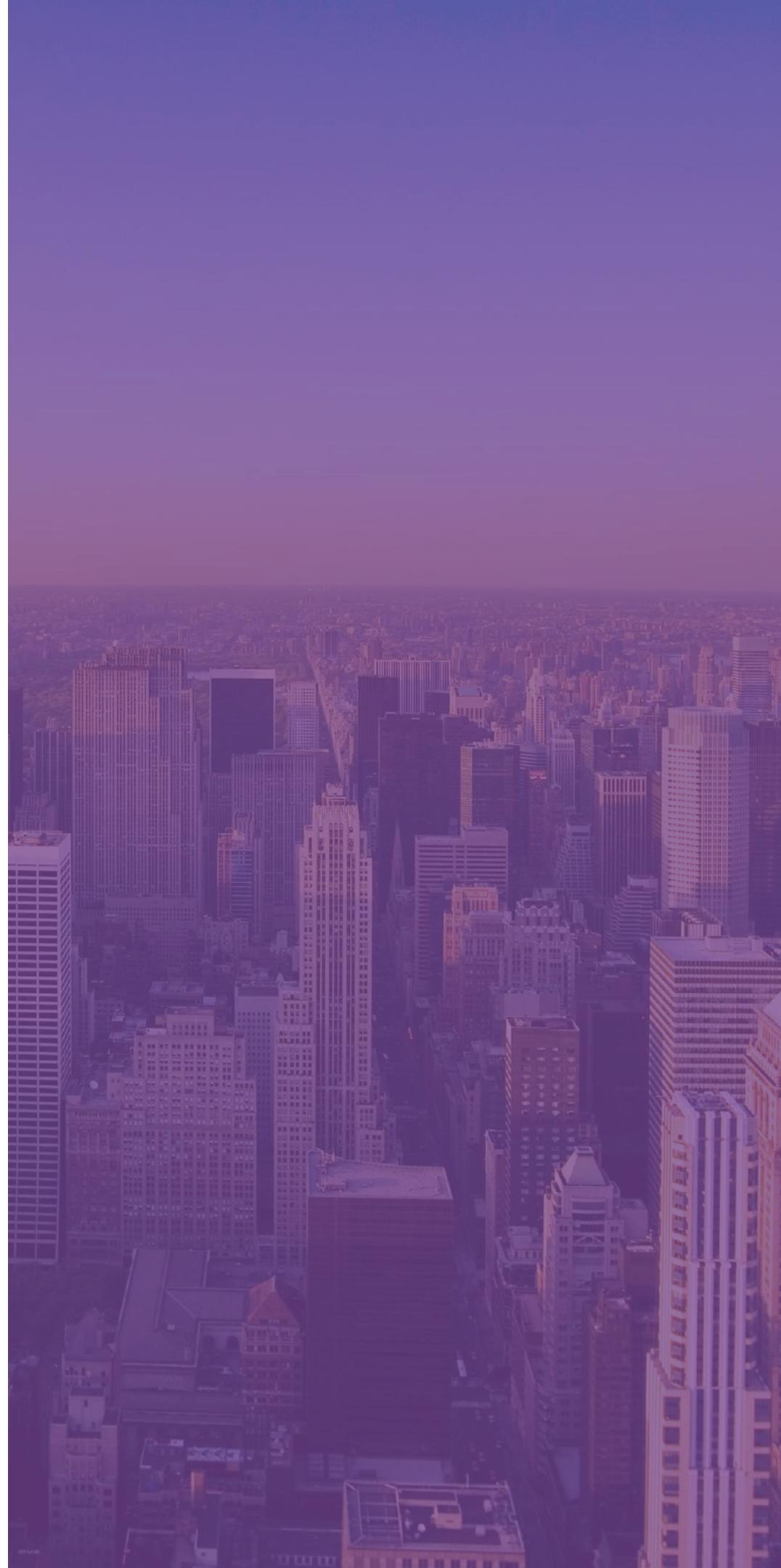
A força multicanal 

Timeline da comunicação 

Apresentação das entregas 

Cotas e investimento 

Observações 





A oportunidade

A construção do ranking das 50 cidades brasileiras mais felizes em 2025 baseou-se em uma metodologia analítica que combina dados objetivos com variáveis subjetivas de bem-estar.

Inspirado no modelo do World Happiness Report (WHR), publicado anualmente pela ONU, o estudo adaptou à realidade brasileira os critérios que determinam a qualidade de vida nas principais nações do mundo.

16

cidades da nossa área de cobertura estão no top 50 de cidades mais felizes do Brasil em 2025.



O aniversário da cidade é mais do que uma comemoração: é um momento de conexão com a comunidade, resgate da memória e valorização da identidade local.

Nossa Cidade Nosso Orgulho

Mais que uma celebração, é um momento de unir pessoas e valorizar a comunidade.

O aniversário da cidade vai além de uma simples festa: é uma oportunidade de aproximação com a comunidade, celebração da história e enaltecimento da identidade local. Apoiar esse projeto é vincular sua marca a um evento que une pessoas, desperta emoção e fortalece o sentimento de pertencimento.

RESUMO DO PROJETO | COTAS

- Período:** 07 dias a definir
- Tipo de Cota:** Local
- Praça:** Campinas, Ribeirão, São Carlos e Sul de Minas
- Quantidade de Cotas:** Exclusiva
- Prazo para Venda:** 30 dias antes da exibição
- Público a ser impactado:** ABC de 18 a 35 anos

Mercados disponíveis

CAM: Campinas e região



Veículos | Meios do projeto

TV aberta: EPTV



RIB: Ribeirão Preto e região

Mídias digitais:
portal g1 e redes sociais

SCA: São Carlos e região



VAR: Sul de Minas Gerais

CBN Campinas e Ribeirão.
EP FM Campinas, São Carlos/Araraquara e Jovem Pam

Setor Econômico

Administração Pública e Social

Bens e Serviços

Turismo

Varejo

Território de Afinidade

Tradição e História

Família e Cotidiano

Cultura

Turismo e Experiência de Vida

Objetivo de Comunicação

Reconhecimento de Marca (Awareness)

Construção de Imagem e Fortalecimento de Marca

Reforço e Posicionamento institucional

Conversão e Intenção de Compra

Cotas / Faixa de Preço



Material de Apoio

Resumo do Projeto
[Clique e baixe o Excel](#)



Clique e baixe o PDF
[Detalhamento das entregas](#)



Clique e baixe o PDF
[Mídia Kit dos veículos](#)



Clique e baixe o PDF
[Observações Comerciais](#)



Por que faz sentido?

Mais do que uma **comemoração**,
o projeto é uma **homenagem** à
história, à cultura e ao orgulho de
quem faz parte da cidade.



O que se diz por aí...

Nossa Cidade
Nosso Orgulho



o sentimento de orgulho de ser brasileiro passou de 77% para 83%, segundo a pesquisa publicada pelo jornal "Folha de S.Paulo".

g1

POLÍTICA

Datafolha: satisfação de morar no Brasil sobe de 59% para 74% em

...mais

Uma das feiras de maior tradição agro no país acontece na Área de Cobertura do Grupo EP, o que coloca a região no mapa das grandes oportunidades de networking para os negócios agro.

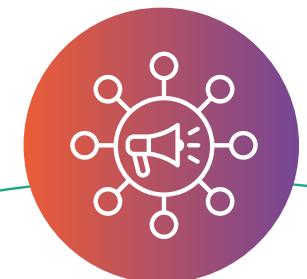
[Índice](#)



Experimente a força multicanal

Alcance real exige multicanalidade

TV, rádio e digital juntos ampliam a presença da marca em diferentes momentos e contextos. Mais canais, mais impacto.



Repetição gera lembraça

Ver, ouvir e interagir em diferentes meios fixa a mensagem na mente do consumidor. Presença reforçada = marca lembrada.



Cada meio tem seu papel no funil

TV constrói imagem, rádio acompanha o dia a dia e o digital gera ação. Integrados, eles guiam toda a jornada do consumidor.



O digital potencializa o plano

Mobile e desktop aumentam alcance, frequência e permitem ajustes em tempo real. Reforçam e amplificam a estratégia multicanal.



Multicanalidade

Sem atenção, não há memória.
Sem memória, não há marca.

O consumidor é multitelas

Sua campanha também precisa ser: Estar em um só canal não basta. Multicanalidade é o caminho para relevância e efetividade.



Com quem falamos?

+1 milhão
de ouvintes por mês



8,8 milhões
de pessoas
impactadas por mês

5,4 milhões
de telespectadores alcançados
pela EPTV por semana

+11,4 milhões
de usuários por mês

Fonte: **Rádios:** Kantar IBOPE TG Light – Ribeirão Preto (Mai/2024) (Pessoas) – Copyright TGI LATINA 2024 – Universo 3.516.803 pessoas | TG Light – São Carlos (Mai/2024) (Pessoas) – Copyright TGI LATINA 2024 – Universo 1.342.867. Target Group Index Brasil – Português-TG BR 2024 R3 – RM Campinas – Pessoas- Copyright TGI LATINA 2024 – Universo 7.400.00. | **OOH:** TG BR 2024 RI – RM Campinas (Pessoas) – Copyright TGI LATINA 2024 – Universo Praça de Campinas: 4.812.752. TG Light – Ribeirão Preto (Mai/2024) (Pessoas) – Copyright TGI LATINA 2024 Universo população praça de Ribeirão: 2.631.460 | TG Light – Varginha (Mai/2024) (Pessoas) – Copyright TGI LATINA 2024 Universo população praça de Sul de Minas: 2.975.319 | TV: Kantar Ibope Media Instar Analytics | Central e Ribeirão Preto – Maio/2025 | Varginha Junho/2025 | Campinas Janeiro a Junho/2025 | Total Indivíduos COV% e AVWkRch% | Globo | Universos extrapolados | Central 1.872.673 telespectadores, Ribeirão Preto 2.572.028 telespectadores, Varginha 2.905.218 telespectadores, Campinas 4.646.828 telespectadores. Fonte: Google Analytics | Janeiro a Junho de 2025| Total de usuários – Média Mensal.

Comunicação

Pilares de sustentação



Detalhamento de entrega

Timeline da comunicação



Nossa Cidade
Nosso Orgulho



Conecte sua marca ao público

Sua marca em contato direto com o público, criando uma experiência de proximidade e conexão genuína. Mais do que visibilidade, é a oportunidade de gerar identificação, fortalecer vínculos e estar presente nos momentos que realmente importam para sua audiência.



Campanha de Vídeo

A campanha de vídeo trará toda a beleza da cidade, onde moradores irão dar depoimentos sobre os pontos positivos de morar na região, entre eles o turismo, saúde e educação.

MERCADO: CAM/RIB/SCA/VAR

COTAS: Exclusiva

PERÍODO: a definir pelo patrocinador

INSERÇÕES: 18 inserções

DURAÇÃO: 30" sendo 23" de mensagem e 7" do patrocinador

QUANT. DE VTS: 1



Pré-roll

Ampliando a sua comunicação, o anunciante poderá contar com uma divulgação em pré-roll de até 30s com skip no g1 do material que será veiculado na TV.

IMPRESSÕES

CAM: 29.167mil

RIB: 25.000mil

SCA: 8.750mil

VAR: 11.375mil

Investimento



Nossa Cidade
Nosso Orgulho



Turbine com
adicionais

Mídias digitais



Redes Sociais

Turbe sua comunicação com a entrega de post e storie do cliente na rede social do acidade on (Instagram).

**PUBLICAÇÃO DE 1 POST FEED
PUBLICAÇÃO DE UM STORIE ATÉ 15"**



Mídias digitais



Especial Publicitário

O especial publicitário é um conteúdo produzido pelo cliente ou jornalista, com até 30 matérias em 30 dias de veiculação. Permite ao anunciente abordar temas relevantes do agronegócio e fortalecer o conhecimento sobre sua marca.

IMPRESSÕES

CAM: 1.2M

RIB: 1.2M

SCA: 615mil

VAR: 518mil

Branded Post

Ampliando a comunicação, o anunciente terá a publicação de algumas matérias do Especial Publicitário no Facebook do Jornal da EPTV e BDC Local.

PUBLICAÇÃO DE 4 POSTs FEED

CAM

RIB

SCA

VAR

 **R\$ 18.000**

R\$ 18.000

R\$ 9.500

R\$ 9.500

+ R\$1.000,00 de produção caso o cliente precise de apoio.

Rádios



Boletins de homenagem

Boletins especiais de homenagem ao aniversário da cidade, reforçando o orgulho local e a valorização da comunidade. Os conteúdos seguem a mesma linha da campanha exibida na TV, parabenizando a cidade e seus moradores em tom positivo e inspirador.

MERCADO: CAM/RIB/SCA

MATERIAL:

HORÁRIO: CBN e EP FM (rotativo 6h às 19h) e Jovem Pan (rotativo 6h às 20h).

INSERÇÕES: 20 inserções por rádio, sendo 40 por praça



Rádios



Boletins Histórias da nossa cidade

Boletins que trazem conteúdos sobre a história dos bairros, monumentos, e personalidades da cidade fortalecendo o sentimento de pertencimento e orgulho em relação à cidade.

MERCADO: CAM/RIB/SCA

MATERIAL:

HORÁRIO: CBN e EP FM (rotativo 6h às 19h) e Jovem Pan (rotativo 6h às 20h).

INSERÇÕES: 20 inserções na CBN e 30 inserções na EP FM e Jovem Pan



Nossa Cidade
Nosso Orgulho



Observações e

Observações gerais

Momento Agrishow



Prazos e condições comerciais

Preço do patrocínio: O preço do patrocínio é fixo e válido para compras realizadas entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2025.

Prazo de comercialização: Comercialização até dia 27/fev/2026

A cotas não comercializada até este prazo poderá ter atualização. Projeto não comercializado até esta data poderá ser ajustado para 2 cotas.

O plano de veiculação segue orientações estabelecidas pelo Manual de Práticas Comerciais, Manual de Formatos, Lista de Preços e Código de Ética e Conduta do Grupo Globo.

Alteraçāo mídia: A mídia poderá sofrer alteração em virtude da disponibilidade, sem comprometer a entrega.

Exclusividades e uso da marca

Exclusividade nos mercados adquiridos.

Exclusividade reservada pela emissora.

Exibição de chamadas Adicionais: A emissora pode exibir chamadas sem a marca do patrocinador.

Uso da marca do projeto pelo cliente: O uso da marca deve ser autorizado pela emissora e pode estar sujeita ao pagamento de licenciamento. Consulte.

Produção e envio de materiais de TV

Produção de materiais para TV (vinhetas) e do comercial é de responsabilidade do patrocinador. O custo destas produções é de responsabilidade do patrocinador.

Produção das vinhetas segue os formatos:

- de 3" (menção à marca),
- de 5" (até 10 palavras),
- de 7" (até 12 palavras)

Ofertas e promoções

Os patrocinadores poderão fazer ofertas e promoções tanto em áudio quanto em vídeo. nas vinhetas (abertura, encerramento, chamada, passagem, bloco e etc).

Multiplicidade:

Não será aceita multiplicidade nas caracterizações.

Envio de materiais de TV

Os custos de envio são arcados pelo patrocinador. O envio deve ser feito através dos players homologados pela Globo/EPTV.

Os roteiros dos filmes de chamadas, e ação de conteúdo serão desenvolvidos e aprovados pela EPTV.

Envio de marcas para aplicação em material promocional. As logomarcas devem ser enviadas em formatos específicos para a emissora.

MÍDIAS DIGITAIS | Observações

A produção dos formatos de mídia de patrocínio e apoio será responsabilidade do cliente/agência, seguindo os formatos especificados em <https://www.negociosep.com.br/midiakit/>. Serão aceitos materiais em .Png, .Jpeg, .Gif ou HTML5.

Todo material da Matéria Publicitária deve ser enviado com 5 dias úteis de antecedência para aprovação da equipe de Conteúdo da EPTV, para o e-mail: opec.digital@eptv.com.br.

Pagamento e comissão de agência

Pagos à EPTV: Mídia TV, sites Globo (g1, ge, gshow, Globoplay), produção de VT, produção de internet.

Pagos à OA Eventos: Produção do material promocional, curadoria e compra da premiação.

Demais mídias: Serão pagas aos respectivos meios.

Comissão de agência: Não há comissão de agência sobre custos das produções ou material promocional.

PI/Autorização: Deverão ser emitidas autorizações distintas em relação à mídia TV, Digital, Rádio, Evento e Produções.

RÁDIOS | Observações

PREÇOS

- O preço do patrocínio/projeto é fixo, válido para compras realizadas entre o período de Janeiro a Dezembro/2025, independentemente do período de veiculação.

SOBRE A PRODUÇÃO DOS MATERIAIS

- A produção dos materiais de conteúdo é de curadoria/responsabilidade da rádio.
- Este material produzido, é de uso exclusivo das emissoras de rádio do Grupo EP, sendo proibida sua reprodução, alteração ou uso não autorizado, sob pena de responsabilização.
- Spot de mídia em formatos de Jingle, Teatrinho, deverá ser enviado pronto.

Índice



Nossa Cidade Nosso Orgulho

EPTV É RECONHECIDA
COMO UMA DAS MELHORES
EMPREGADORAS DO BRASIL

GRUPOEP



CBN
Ribeirão Preto
Campinas

EP
FM

DP
FM
Ribeirão Preto | 93.1

acidade
on

g1
EPTV

ge
EPTV

tudoep.com

epeventos

ep painéis

pio
hub

