

# Momento Agrishow

Onde a informação se transforma em  
oportunidade e o agronegócio ganha força

GRUPOEP



CBN  
Ribeirão Preto  
Campinas



acidade  
on

g1  
EPTV

ge  
EPTV

tudo  
ep.com



ep  
painéis

pio  
hub

# Índice

A oportunidade



Porque faz sentido?



A força multicanal



Timeline da comunicação



Apresentação das entregas



Cotas e investimento



Observações



negócios.ep



Momento Agrishow



# A oportunidade

**Feiras e eventos Agro são pontos-chave de contato para negociações, aprendizado sobre novas tecnologias e networking entre os produtores.**

Essas feiras têm se consolidado como importantes no ecossistema agrícola, com agricultores buscando inovação e soluções para suas atividades.



# 60%

dos agricultores têm intenção de frequentar eventos futuros e, desse total, 64% pretende ir a feiras e exposições.



**E a Agrishow em Ribeirão Preto é uma das feiras mais citadas do país.**



27 de abril a 01 de maio/26

# Momento Agrishow

## Onde a informação se transforma em oportunidade e o agronegócio ganha força

O Momento Agrishow é o ponto de encontro das melhores oportunidades do agronegócio. Mais do que informar, ele entrega conteúdo estratégico, atual e relevante, traduzindo toda a energia e a transformação que movem o setor durante o período da feira Agrishow.

### RESUMO DO PROJETO | COTAS

- **Período:** 01/ABR até 17/MAI/2026
- **Tipo de Cota:** Local
- **Praça:** Campinas, Ribeirão, São Carlos e Sul de Minas
- **Quantidade de Cotas:** Exclusiva
- **Prazo para Venda:** 27/FEV/2026
- **Público** a ser impactado: ABC de 18 a 35 anos

Mercados disponíveis	Veículos   Meios do projeto	Setor Econômico	Território de Afinidade	Objetivo de Comunicação	Cotas / Faixa de Preço	Material de Apoio
CAM: Campinas e região	 TV aberta: EPTV	Agropecuária	Inovação e Tecnologia	Reconhecimento de Marca (Awareness)	\$	Resumo do Projeto Clique e baixe o Excel 
RIB: Ribeirão Preto e região	 Mídias digitais: portal g1 e redes sociais do EP Agro	Automotivo	Negócios	Construção de Imagem e Fortalecimento de Marca		Clique e baixe o PDF Detalhamento das entregas 
SCA: São Carlos e região		Financeiro e Securitário	Empreendedorismo	Reforço e Posicionamento institucional		Clique e baixe o PDF Mídia Kit dos veículos 
VAR: Sul de Minas Gerais	 Rádio de notícias: CBN Campinas e Ribeirão	Frota e Equipamentos		Conversão e Intenção de Compra		Clique e baixe o PDF Observações Comerciais 

# Por que faz sentido?



# 73%

Feiras, exposições agropecuárias e leilões representam 73% dos eventos preferidos de agricultores e pecuaristas.

Fonte: Mapa da Mina – 2021. ( 8ª Pesquisa de Hábitos do Produtor Rural ABMRA 2021 – Agribusiness Intelligence | IHS Markit | Base de amostra total: 3.048.

# O que se diz por aí...

nome do projeto



Feiras e eventos agropecuários são de grande interesse para os agricultores, com 60% indicando intenção de participar de futuros eventos.

RIBEIRÃO E FRANCA 

## Agrishow 2025 movimentará R\$ 14,6 bilhões em intenções de negócios

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.



## Agrishow 2025 começa hoje e mira recorde de R\$ 15 bilhões em negócios

[Índice](#)



# Experimente a força multicanal

nome do projeto



## 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 lembrança

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.



## O consumidor é multitelas

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



# Multicanalidade

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

GRUPOEP



CBN  
Ribeirão Preto  
Campinas



JP  
Ribeirão Preto | 93.1

acidade  
on

g1  
EPTV

ge  
EPTV

tudo  
ep.com



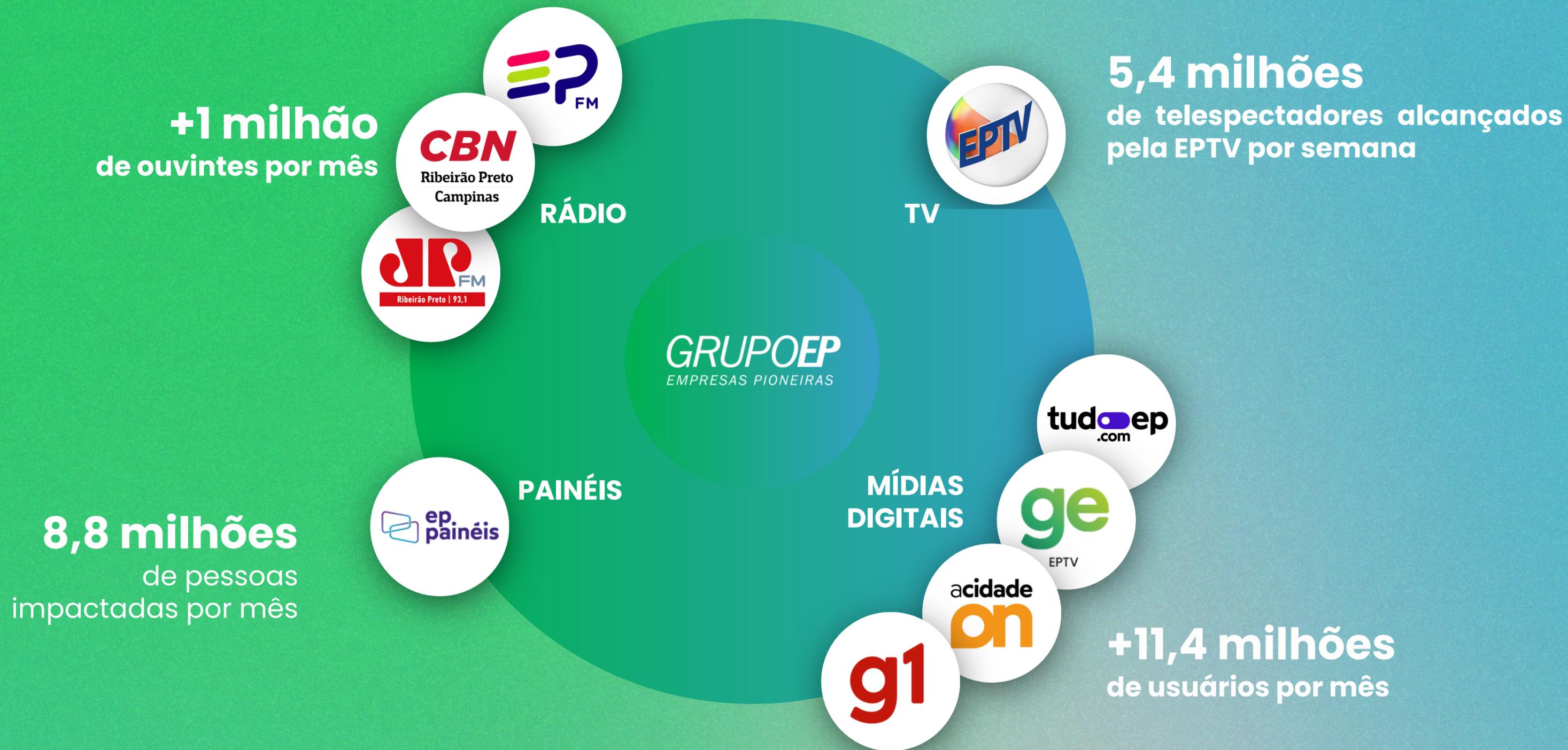
ep  
painéis

pio  
hub

Índice



# Com quem falamos?



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 R1 - 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

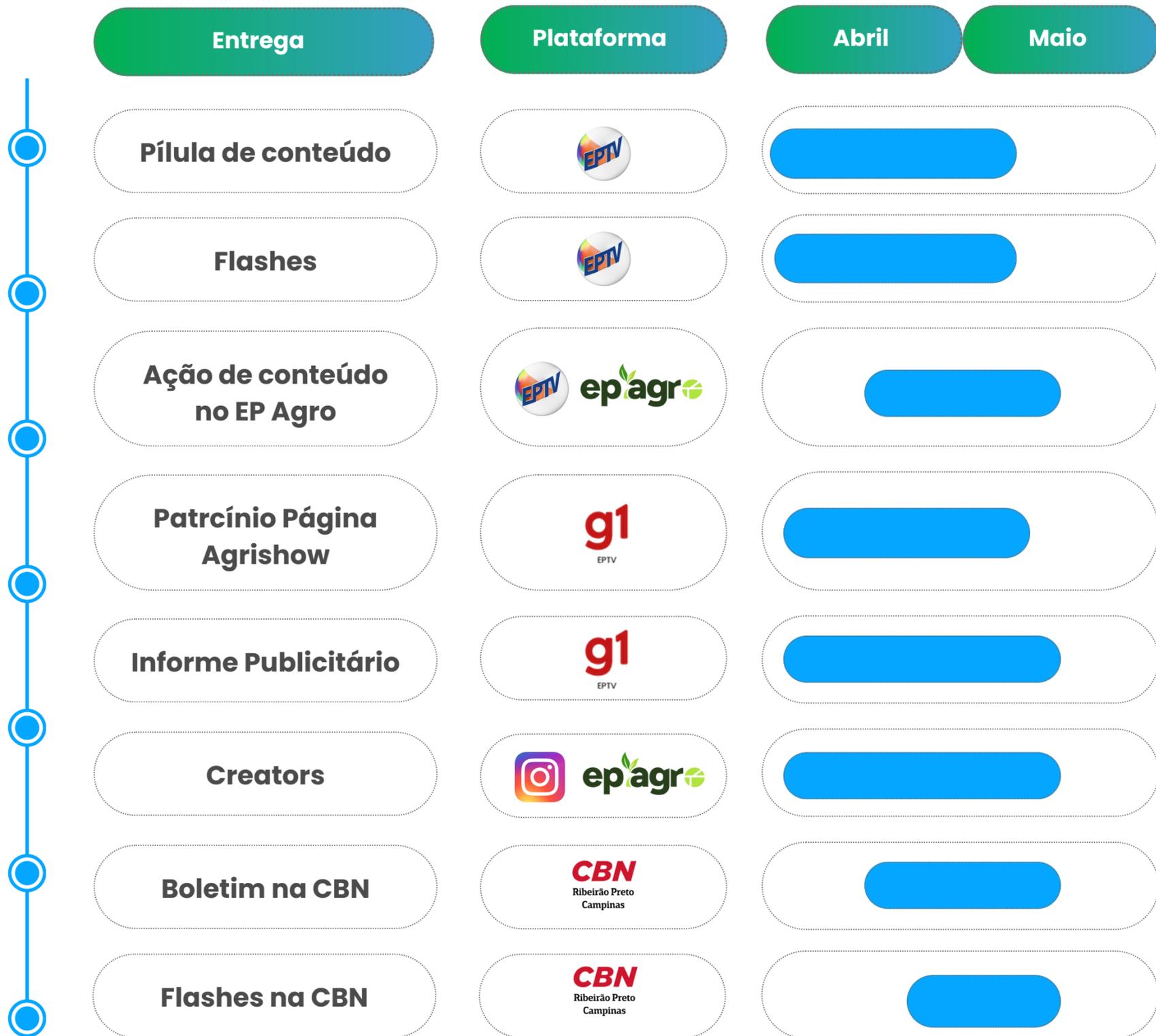


# Detalhamento de entrega

# Timeline da comunicação



Momento Agrishow



[Índice](#)



# Televisão

A EPTV, afiliada da Rede Globo, reúne 4 emissoras regionais (Campinas, Ribeirão Preto, São Carlos e Varginha), unindo sotaque local e proximidade com a comunidade, além de ser vitrine estratégica para empresas.

**Municípios:** 319  
**IPC%:** 7,18  
**População total:** 12,4 milhões  
**Domicílios com TV:** 4,4 milhões  
**Telespec. potenciais:** 11,9 milhões

Se a EPTV fosse um estado, teria o 4º maior potencial de consumo do país, à frente de Rio Grande do Sul e Paraná. O consumo per capita da região supera até o do Rio de Janeiro.



## Entregas:

### Pílula de conteúdo

Os conteúdos do “Momento Agrishow” serão exibidos em VTs ao longo da programação. Marcelo Ferri abordará temas do setor agro, como inteligência artificial, sustentabilidade e conectividade, e finalizará trazendo dados e novidades sobre a Agrishow.

**MERCADO:** CAM/RIB/SCA/VAR  
**COTAS:** Exclusiva  
**PERÍODO:** 01 de abril a 02 de maio/26  
**INSERÇÕES:** 45 inserções (CAM e RIB), 79 inserções (SCA) e 89 inserções (VAR)  
**DURAÇÃO:** 60” sendo 55” de conteúdo e 5” de assinatura do patrocinador  
**QUANT. DE VTS:** 3 vts

### Flashes

Durante o evento, flashes serão exibidos na programação Globo/EPTV, com três inserções diárias nos principais programas. Eles mostrarão, em tempo real, os destaques e acontecimentos do evento.

**MERCADO:** CAM/RIB/SCA/VAR  
**COTAS:** Exclusiva  
**PERÍODO:** 27 de abril a 01 de maio  
**INSERÇÕES:** 15 inserções por praça  
**DURAÇÃO:** 60” sendo 55” de conteúdo e 5” de assinatura do patrocinador  
**MÍDIA BÁSICA:** 5 no Bom dia Brasil  
5 no Jornal Hoje e 5 no Jornal Nacional

### Ação de conteúdo

O patrocinador terá ações de conteúdo integradas ao EP Agro. Sugerimos uma ação pré-feira, para apresentar novidades que serão levadas ao evento, e uma pós-feira, mostrando o estande e o balanço final. As inserções poderão destacar produtos ou serviços, com QR Code e site exibidos na tela.

**TIPO DE AÇÃO:** Ação plena      **QUANTIDADE:** 3 ações  
**PERÍODO:** 24 de abr e 02 e 05/mai



Momento Agrishow



[Índice](#)



# Digital

Nossos portais locais valorizam o localismo e a conexão com a comunidade. Somados aos portais Globo (g1, ge, receitas.com, Globoplay e Home de Programação), oferecem credibilidade e entretenimento em páginas dedicadas à região, alcançando mais de 11,4 milhões de usuários mensais.

**77% dos consumidores brasileiros já se interessaram por produtos e serviços vistos em propagandas online.**

**Os portais do Grupo EP recebem, em média, por mês, 14 milhões de usuários.**

## Entregas:

### Página Agrishow

Para os internautas ficarem por dentro de todas as notícias, informações e novidades, o G1 Ribeirão Preto e Franca vai trazer uma página especial voltada para a Agrishow. Um projeto rico de informações e uma ampla cobertura.

#### IMPRESSÕES

**CAM:** 597.500 mil

**SCA:** 355.000 mil

**RIB:** 507.500 mil

**VAR:** 412.500 mil



### Informe Publicitário

O patrocinador irá associar a sua marca a esse projeto conceituado no mercado com o patrocínio da página e 1 informe publicitário que poderá utilizar para falar sobre sua marca.

#### IMPRESSÕES

**CAM:** 393.778 mil

**SCA:** 119.844 mil

**RIB:** 228.689 mil

**VAR:** 135.611 mil

### Extensão da Ação

O patrocinador terá um informe publicitário na home de programação do programa, como extensão da ação de conteúdo. O vt da ação, estará presente no informe e o patrocinador poderá complementar o conteúdo que foi citado na ação.

#### IMPRESSÕES

**CAM:** 126.922 mil

**RIB:** 103.570 mil

**SCA:** 98.753 mil

**VAR:** 87.161 mil



### Creators

O apresentador estará presente dentro da sua campanha e ação. As ações poderão ser entregues no Instagram do programa + collab com o perfil do cliente fazendo a extensão do conteúdo.

**PUBLICAÇÃO DE 1 STORIES NO INSTAGRAM DO EP AGRO POR AÇÃO**

# Rádios

O portfólio de rádios do Grupo EP une grandes marcas nacionais e presença regional. A CBN Campinas e Ribeirão são referência em jornalismo e garantem alcance, relevância e proximidade com o público.

**Ele alcança as pessoas em movimento, em seus deslocamentos de rotina. O meio é eficaz para ativar jornadas de comércio, com promoções e ativações.**

**83% Dos ouvintes de rádio ouviram comerciais ou publicidade em formato de áudio.**

# Entregas:

## Boletins de conteúdo

Os boletins de conteúdo nas rádios CBN, acompanham o conteúdo das pílulas exibidas na TV, trazendo para o rádio a mesma credibilidade e relevância. Eles vão ao ar na semana que antecede e durante a feira, conectando o público com as principais novidades, tendências e temas ligados ao agronegócio. É a oportunidade da marca se associar a informações de qualidade e estar presente no maior evento agro da região.

**MERCADO:** Campinas e Ribeirão  
**MATERIAL:** Conteúdo do boletim + Ass 5" de cada patrocinador  
**HORÁRIO:** Rotativo 6h-19h  
**INSERÇÕES:** 22 inserções

## Flashes

Durante a feira, locutores entram ao vivo com flashes direto do evento, destacando a presença da marca, produtos e novidades, além de convidar o público para o estande. Uma ação dinâmica que reforça a conexão com o agro e amplia a visibilidade no momento mais quente da feira.

**MERCADO:** Campinas e Ribeirão  
**MATERIAL:** Conteúdo de 90" do patrocinador  
**HORÁRIO:**  
Praça Campinas: CBN Campinas (9h-11h) e Estúdio CBN (14h-16h)  
Praça Ribeirão Preto: Manhã CBN (9h-12h) e Estúdio CBN (14h-16h)  
**INSERÇÕES:** 05 inserções (3 no programa matinal + 2 no programa vespertino)



# Investimento

# Investimento

Plataforma	CAM	RIB	SCA	VAR
Mídia TV	R\$ 177.827	R\$ 94.669	R\$ 53.883	R\$ 47.639
Ação de conteúdo	R\$ 41.796	R\$ 34.632	R\$ 22.842	R\$ 22.140
Digital (sites globo)	R\$ 21.923	R\$ 17.626	R\$ 12.483	R\$ 13.456
Crossmídia (sites ep e redes sociais)	R\$ 25.928	R\$ 18.927	R\$ 10.700	R\$ 8.900
Produção Ação de conteúdo	R\$ 13.950	R\$ 13.950	R\$ 13.950	R\$ 13.950
Direitos e Conexos	R\$ 6.269	R\$ 5.195	R\$ 3.426	R\$ 3.321
Direitos e conexos Digital	R\$ 1.166	R\$ 1.001	R\$ 927	R\$ 900
Produção Digital	R\$ 5.000	R\$ 5.000	R\$ 5.000	R\$ 5.000
Produção TV	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 9.000	R\$ 9.000
<b>Total</b>	<b>R\$ 302.858</b>	<b>R\$ 200.000</b>	<b>R\$ 132.211</b>	<b>R\$ 124.306</b>

# Observações

# 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.

**Prioridade Renovação:** 27/jan/2026 (Credicitrus - REDE)

**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.

Alteração 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](mailto:opec.digital@eptv.com.br).

## Pagamento e comissão de agência

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

**Pagos à EP 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



# Momento Agrishow

Onde a informação se transforma em oportunidade e o agronegócio ganha força

EPTV É RECONHECIDA  
COMO UMA DAS MELHORES  
EMPREGADORAS DO BRASIL

GRUPOEP



CBN  
Ribeirão Preto  
Campinas



JP  
Ribeirão Preto | 93.1

acidade  
on

g1  
EPTV

ge  
EPTV

tudo  
ep.com



ep  
painéis

pio  
hub

