

ESTAÇÃO DE INVERNO

Estação de Inverno, parceira da RBS TV e SESC, acontece na serra gaúcha, de 2 a 31 de julho de 2005. Um grande fluxo de pessoas frequenta a serra durante o inverno, em especial nas cidades de Gramado e Canela. Pessoas que estão dispostas a curtir os encantos destas cidades, suas paisagens e seu charme cultural. O projeto realizará atividades voltadas para o lazer lúdico, criativo, ambiental-ecológico, cultural e artístico, levando às pessoas que lá circulam diversas oportunidades de participação.

No Estação de Inverno serão realizadas as seguintes atividades:

- ❖ **CONCERTO DA ORQUESTRA SINFÔNICA SESC**
- ❖ **CORAL SESC**
- ❖ **TEATRO DE RUA**
- ❖ **MOSTRAS E EXPOSIÇÕES FOTOGRÁFICAS**
- ❖ **AVALIAÇÕES E EXAMES PREVENTIVOS**
- ❖ **CAMINHADAS ORIENTADAS**
- ❖ **RECREAÇÃO INFANTIL**
- ❖ **RECANTO DA LEITURA**

OBJETIVOS DA MÍDIA PARA O ESTAÇÃO DE INVERNO

- ❖ Incentivar o público a participar do Estação de Inverno, gerando fluxo no local.
- ❖ Informar os telespectadores sobre as principais atividades que acontecem no Estação de Inverno.
- ❖ Informar os telespectadores sobre os acontecimentos do Estação de Inverno através de cobertura jornalística.

MATERIAL PROMOCIONAL POR COTA / MERCHANDISING:

- ❖ 20 banners localizados nas atividades do Estação Inverno.
- ❖ Assinatura com logomarca em banner fundo de palco.
- ❖ Assinatura com logomarca nos 1.500 programas, quando da realização do concerto.
- ❖ Assinatura com logomarca nos 60.000 programas do Estação Inverno.
- ❖ Assinatura com logomarca nas 4 faixas de boas-vindas, localizadas nas entradas e saídas de Gramado e Canela (a ser confirmado com a Pref. de Gramado e Canela).
- ❖ Assinatura com logomarca nos 2 diretórios, que estarão mostrando a programação diária, em Gramado e Canela (a ser confirmado com a Pref. de Gramado e Canela).
- ❖ Possibilidade de exploração promocional do local da atividades do Estação Inverno (ação a ser aprovada com a produção do evento).
- ❖ Citação de patrocínio pelo sistema de som nas atividades do Estação Inverno que terem sonorização.

CROSS MÍDIA

Emissora	Produto	Freqüência	Aproveitamento comercial
TVCOM	Chamadas	80 x 30"	5" marca e slogan
	Vinheta de bloco Jornal TVCOM e Palco Estúdio 36	15 vinhetas	3" marca
	Programa Especial Café TVCOM	Vinheta abertura/encerramento	5" marca e slogan
	Shows TVCOM Orquestra Sinfônica	Vinheta abertura/encerramento	5" marca e slogan
	RÁDIO GAÚCHA	Chamadas	80 x 30"
RÁDIO ITAPEMA (POA e CXS)	Chamadas	80 x 30"	5" marca e slogan
ZERO HORA	Anúncios	2 anúncios ½ página cor	logomarca
CLICRBS	Full banner clicShow	300.000 impressões em rodízio	logomarca com link para o site do patrocinador

ESQUEMA COMERCIAL

Período de veiculação	2 a 31 de julho de 2005			
Mercado	RS 1 e CXS			
Target	Ambos ABC 18+			
Previsão domiciliar	1.000 GRP e 19.000.000 impactos (RS1) 1.584 GRP e 8.500.000 impactos (CXS)			
Nº de inserções	64 no período			
Descrição	<i>Período</i>	<i>Nº de inserções</i>	<i>Duração (segundos)</i>	<i>Assinatura patrocinadores (segundos)</i>
Chamadas	2 a 31 de julho/2005	50	30"	5"

Vinheta de bloco (BPRA, JOAL, VISA)	2 a 31 de julho/2005	14	-	3"
Mídia Básica Chamadas	Jornal do Almoço, Vídeo Show, Malhação, Novela III, Tela Quente, Linha de Shows, A Grande Família, Patrola Caldeirão do Huck e Domingão do Faustão			
Nº VTs	3 VTs			
Nº cotas	2			
Valor total por cota Mídia TV	R\$ 91.672,00			
Valor de produção por cota	R\$ 15.000,00			
Valor de cross mídia por cota	R\$ 10.672,00			
Valor total por cota	R\$ 117.344,00			
Observações:	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Preço com base na lista de preços de out/2004. ❖ A assinatura é de responsabilidade do anunciante. ❖ Reservamo-nos o direito de exclusividade na veiculação. ❖ A mídia básica poderá ser alterada em função da disponibilidade. ❖ Prazo de comercialização do projeto: 4 de junho. ❖ A viabilidade do projeto está condicionada à comercialização de todas as cotas de patrocínio. ❖ Os patrocinadores receberão faturas específicas de mídia e produção. ❖ Pode haver alterações nas datas de realização do evento, assim como, no período de veiculação da mídia. ❖ As atividades descritas no plano são apenas uma sugestão, podendo se alteradas conforme a necessidade da organização. ❖ O SESC assinará o projeto como realizador. ❖ Programação regional exibida nos seguintes horários: Bom Dia rio Grande - segunda a sexta, às 6h30; Jornal do Almoço - segunda a sábado, às 12h; RBS Notícias - segunda à sábado, às 19h; Vida e Saúde - sábados, às 8h e Patrola - sábados, às 13h45min. ❖ Fonte de Dados: IBOPE abril/2004 GPOA. 			