



**VINHOS**  
DE **PORTUGAL**

**P**  
Público

O GLOBO



A terceira edição do VINHOS de PORTUGAL, realizada pelos jornais O Globo e Público, desembarcou pela primeira vez na Barra, no CasaShopping, e superou as expectativas.

Público geral do evento:

**8.000**  
PESSOAS



**Público do  
Mercado de Vinhos\***

<b>1127</b> <i>Sexta</i>	<b>1650</b> <i>Sábado</i>	<b>1230</b> <i>Domingo</i>
-----------------------------	------------------------------	-------------------------------

<b>31%</b> <i>Zona Sul</i>	<b>30%</b> <i>Barra</i>	<b>16%</b> <i>Zona Norte</i>
-------------------------------	----------------------------	---------------------------------

<b>6%</b> <i>Niterói</i>	<b>17%</b> <i>Outros</i>
-----------------------------	-----------------------------

*Outros:  
Recreio, Jacarepaguá, São Gonçalo,  
Baixada Fluminense e Outras Cidades*



\*Fonte: Ingresso Certo



 **VINHOS**  
DE **PORTUGAL**

 **OGLOBO**

## MERCADO DE VINHOS

Alentejo, Douro, Dão, Bairrada, Setúbal, Verde, Tejo ou Porto. Foram cerca de 450 rótulos, apresentados por mais de 60 produtores. No Mercado de Vinhos, os amantes da bebida sentiram o gostinho das grandes regiões vinícolas da Terrinha em um só lugar.

O ingresso dá direito a uma sessão de 2 horas



 **VINHOS**  
DE **PORTUGAL**

 **O GLOBO**



## MERCADO PROFISSIONAL



Sessão especial do Mercado de Vinhos destinada exclusivamente a profissionais do setor (restaurantes, lojas, supermercados etc.).

Um espaço onde eles têm a oportunidade de conhecer a produção portuguesa e fazer negócios.



## PROVAS, CURSOS E HARMONIZAÇÕES



O ambiente ideal para degustar e aprender. Guiado por críticos renome, o público saboreia alguns dos mais sofisticados vinhos do país.

Em 2016, foram 18 turmas, com a presença de nomes como Luis Lopes, Pedro Garcias, Alexandra Prado Coelho (Público), Luciana Fróes e Pedro de Mello e Souza (O Globo), além do único Master of Wine brasileiro, Dirceu Vianna Jr.

 **VINHOS**  
DE **PORTUGAL**

 **P** **O GLOBO**

## “TOMAR UM COPO”

Em um ambiente marcado pela descontração, especialistas conversam com os visitantes em bate-papos agradáveis regados a bons vinhos e degustações deliciosas.



NÚMEROS 2016

Sexta-feira: 167 participantes

Sábado: 268 participantes

Domingo: 248 participantes



## ÁREA DE CONVIVÊNCIA



Nos intervalos entre aulas e provas, os visitantes curtiram a Área de Convivência.



 **VINHOS**  
DE **PORTUGAL**

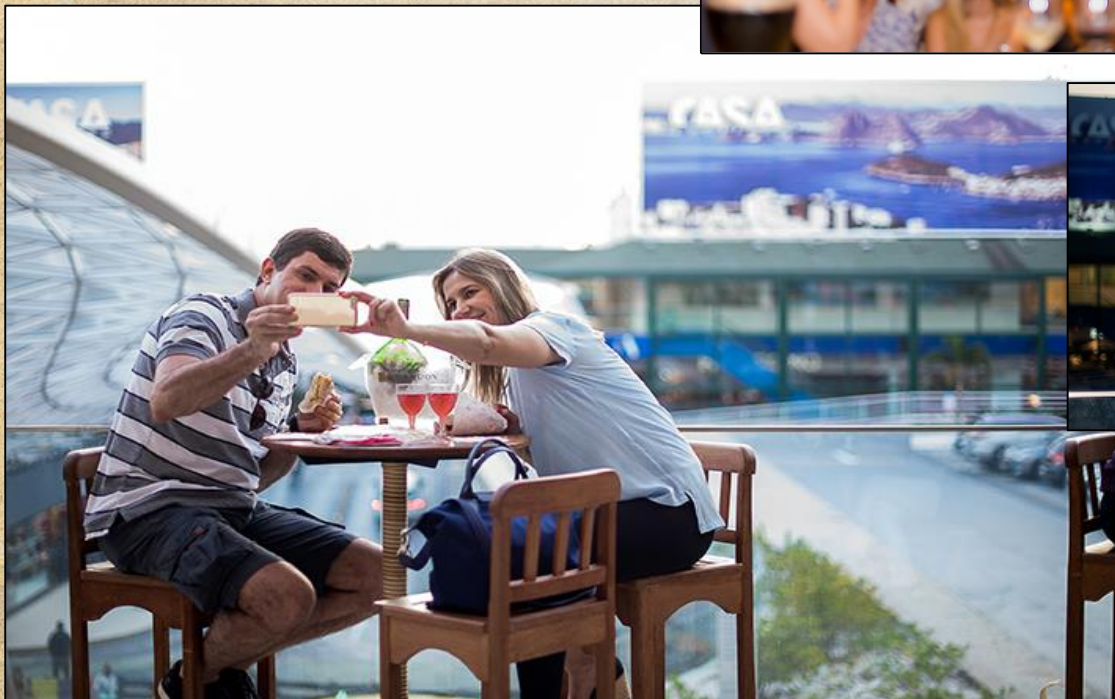
 **P** O GLOBO

# CASA SHOPPING

O Vinhos de Portugal 2017 tem tudo para repetir o sucesso da última edição.

O amplo e belo espaço montado no CasaShopping deu ainda mais charme e sofisticação ao evento e conquistou o público.

02, 03 e 04 de junho



## **PRÓXIMA PARADA: SÃO PAULO**



Devido ao sucesso do evento, e com objetivo de ampliar ainda mais o seu alcance no Brasil, a novidade para 2017 é a possibilidade da realização do Vinhos de Portugal também em São Paulo, no sofisticado Shopping JK Iguatemi.

Programação sugerida:

- Mercado de Vinhos
- Sala com Provas, Cursos e Harmonizações
- Espaço Tomar um Copo
- Loja para compra de vinhos

**09, 10 e 11 de junho**





# CONTEÚDO ESPECIAL



## Revista de Vinhos

Publicação totalmente dedicada ao tema Vinhos de Portugal, a revista especial é escrita por jornalistas e críticos de vinhos do Público e do Globo. Editada por Manuel Carvalho do Público e Inês Amorim, Editora do Rio Show. Um rico conteúdo que vai além de um ótimo guia para o evento.

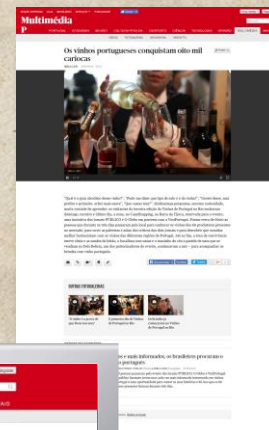
Distribuída gratuitamente para leitores do Globo, circulação Rio e São Paulo; do Valor, na praça São Paulo, e durante os dias de eventos.

Tiragem aproximada: 170 mil exemplares

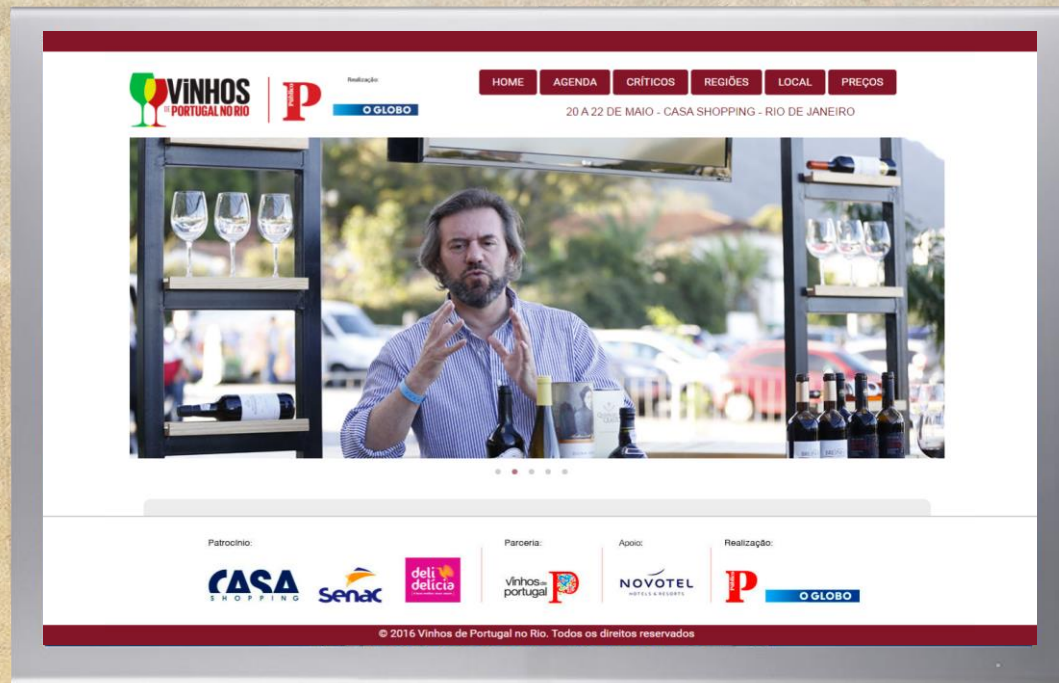


# COBERTURA NO JORNAL PÚBLICO

Jornal Público também dá grande destaque ao evento em Portugal



# HOTSITE HOME



## Conteúdo Digital

*Site Vinhos de Portugal*

O site criado para o evento repercute em todo o país. Traz a programação completa das atividades, informações sobre os palestrantes, cursos, palestras e harmonizações, além da venda antecipada de ingressos.



# MÍDIA DE DIVULGAÇÃO RIO

Anúncios de grandes formatos, em diversos cadernos e suplementos, dão grande visibilidade ao evento e aos patrocinadores.

- Mais de 22 anúncios, todos com as assinaturas dos patrocinadores



# MÍDIA DE DIVULGAÇÃO SÃO PAULO

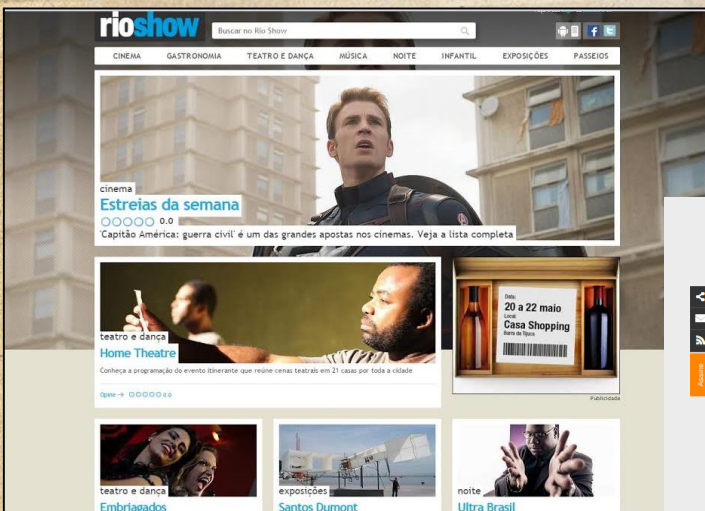
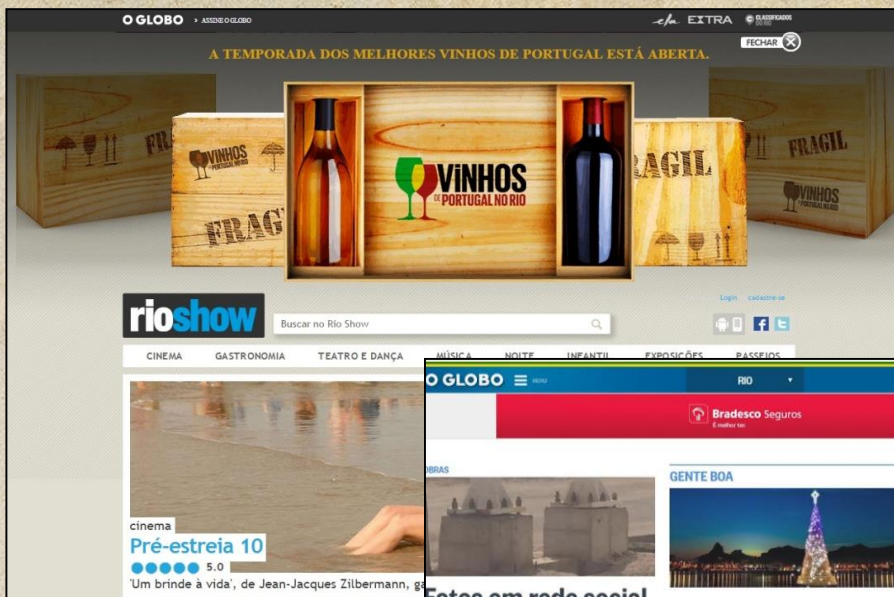
Além do reforço do Editorial do Valor, uma série de anúncios no Globo, no Valor, e em títulos da Editora Globo, inclusive os canais digitais, com a assinatura do patrocinador.



# MÍDIA DE DIVULGAÇÃO ONLINE RIO E SÃO PAULO

Diversos formatos nos sites do Globo, Valor, Rio Show e Ela repercutem o evento em todo o Brasil.

Mais de 10 milhões de Impressões





# MÍDIA ESPONTÂNEA

O Vinhos de Portugal no Rio é notícia nos mais variados veículos. Sucesso nos jornais, revistas, blogs e sites.



## Estão abertas as inscrições para o maior evento de vinhos portugueses do Brasil

Os jornais PÚBLICO e O Globo organizam a 3ª edição do Vinhos de Portugal no Rio. Em Maio de 2016, o evento muda-se para a Barra da Tijuca, em busca de novos mercados.



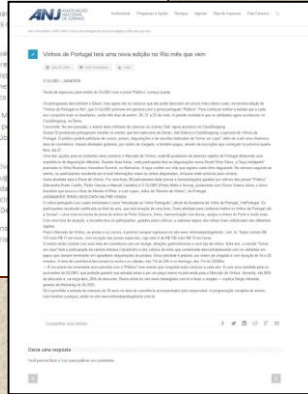
De 20 a 22 de Maio, o Rio vai transformar-se na capital brasileira do vinho português. O evento muda-se para a Barra da Tijuca, uma das regiões que mais cresceu no Rio de Janeiro e principal sede dos produtores de vinhos portugueses ao Jockey Club, na zona sul do Rio de Janeiro.

Este ano, os visitantes terão oportunidade de degustar vinhos portugueses num ambiente descontraído em contacto com os produtores. Haverá ainda provas, cursos e harmonizações com os melhores chefes de cozinha e o novo Master of Wine brasileiro, Diogo Vianna Júnior, e uma mesa de mercado ao lado de profissionais. Um dos sucessos da edição de 2015, o espaço Tasting with a Copy, com conversas informais de mesa-hora sobre as regiões e vários aspectos da produção e degustação de vinhos, vai ter ainda mais sessões. Um suplemento especial sobre as regiões e os vinhos portugueses será publicado a 10 de Maio na véspera do evento.

As inscrições dos produtores decorrem até 4 de Março, através da VinhosPortugal. Mais informações em: [www.vinhosportugal.com.br](http://www.vinhosportugal.com.br) ou pelo e-mail [isabel.vieira@vinhosportugal.com.br](mailto:isabel.vieira@vinhosportugal.com.br) ou pelo telefone 213 550 899. As entradas para o público em geral devem estar à venda a partir de Abril.

A parceria entre o jornal PÚBLICO e O Globo faz parte da estratégia do PÚBLICO na sua expansão para o Brasil. Neste âmbito, uma versão mensal do suplemento Brasil foi publicada ao longo do ano passado. Além de eventos, o jornal tem uma presença no [LIDL.com.br](http://LIDL.com.br) maior portal de notícias do Brasil. Actualmente mais de 10 por cento dos visitantes do site do PÚBLICO vem do Brasil.

Vinhos de Portugal no Rio em 2016 conta também com o apoio da Comissão Vitivinícola de Setúbal e do Instituto do Vinho do Porto (IVDP), além de patrocínio de empresas brasileiras.

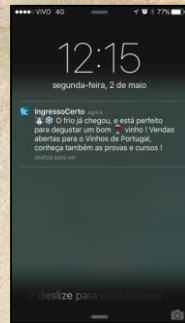
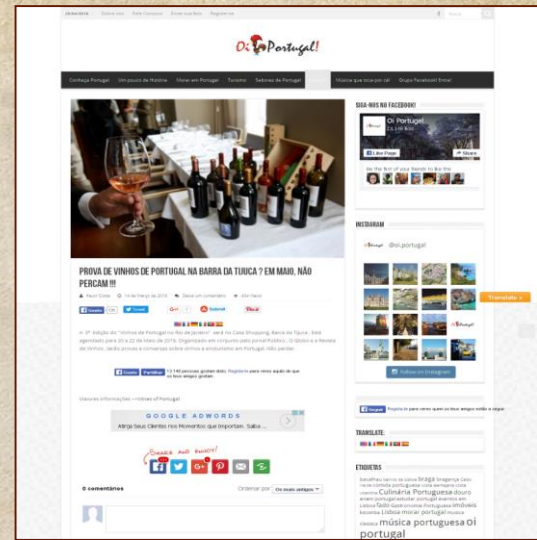


**AGENDA**

**6 MAIO** Primeiro dia da Festa do Divino, em cidades como Paraty; são dez dias de festa típica

**11 MAIO** Começa a 2ª TasteWeek de Bragança Paulista (tasteweek.com.br), em que 27 casas oferecem menus a R\$ 38,90

**20 MAIO** Tem início o evento Vinhos de Portugal no Rio, com três dias de degustações e aulas (vinhosdeportugal.norio.com.br)



## PROPRIEDADES DO PATROCINADOR

- Assinatura em toda cenografia e mídia de divulgação
- 4 convites por cada sessão do Mercado de Vinhos
- Possibilidade de ativação(\*) no evento, sugestão: Espaço para stand de 12m<sup>2</sup>.
- Publicidade Nativa, Mídia Livre e na Revista Especial Vinhos de Portugal.



*Imagem ilustrativa*



\*Custo da ação de ativação é de propriedade do patrocinador.

# PUBLICIDADE NATIVA

É um modelo de comunicação publicitária que utiliza o ambiente, a forma e a linguagem do veículo para transmitir um conteúdo, ao mesmo tempo, de interesse comercial para a marca e de relevância para a audiência.

O Patrocinador pode utilizar essa plataforma para divulgar seus produtos e/ou serviços junto ao leitor, de uma forma contextualizada, com a credibilidade e a penetração do Globo.



O verão vai embora e leva com ele o bronzeado conquistado graças a muitas horas de exposição ao sol. Para fazer a cor durar mais tempo é preciso começar a preparação da pele ainda no inverno. Além de manter a hidratação em dia, obrigatória em todas as estações do ano, os especialistas recomendam fazer uma esfoliação suave a cada quinze dias, para promover a regeneração mais rápida da pele. Na sequência, até um mês antes, a indicação é aumentar o consumo de alimentos ricos em betacaroteno, substância que vai sendo acumulada no organismo e, posteriormente, ajudará a manter o bronzeado.

O surto de MERS na Coreia tem aumentado nos últimos dias. As autoridades sul-coreanas anunciaram o registro de mais 14 casos de MERS, incluindo uma grávida de 38 anos. Deuses 14 novos casos, oito sofreram contágio no Hospital Samsung, o maior centro médico do sul de Seul, onde 55 pessoas contrainam a doença.

Dos 122 casos confirmados, este é o primeiro de uma grávida", relata o Ministério sul-coreano da Saúde, acrescentando que o quadro da paciente é "estável".

O primeiro caso foi diagnosticado em 20 de maio, em um paciente que havia viajado para a Arábia Saudita. O homem de 68 anos propagou a doença, após visitar quatro outros médicos, onde infectou outros pacientes e profissionais de Saúde. Desde então, quase 3.500 pessoas foram colocadas em quarentena.

O governo da Coreia do Sul recebeu críticas pelo gerenciamento da crise. O país foi o maior foco da epidemia depois da Arábia Saudita. Nesta quarta, a presidente sul-coreana, Park Geun-Hye, adiou sua viagem aos Estados Unidos.

Homens e mulheres, as autoridades testaram duas pessoas, que estiveram na Coreia do Sul, antes e uma pessoa foram consideradas suspeitas de portarem a doença. Os exames, que deram negativos.

PUBLICIDADE (970X90 px)

ESPECIAL PUBLICITÁRIO

Lorem ipsum dolor sit amet, no per paulo luptatum  
 Lorem ipsum dolor set ipsul lorem serum lis adrium petris natium iari

20/05/2014 21:58 / ATUALIZADO 20/05/2014 10:30

Conteúdo de responsabilidade do anunciante

FOTO

PUBLICIDADE (300X250 px)

PUBLICIDADE LOGO (100X250 px)

CONTÉUDO DE RESPONSABILIDADE DO ANUNCIANTE

# PUBLICIDADE NATIVA

## DIVULGAÇÃO (por matéria)

- ✓ 3 diárias de chamadas de especial publicitário na Home do site e na capa da editoria Rio;
- ✓ Box rotativo por 11 dias em ROS pelo site do Globo (web + mobile)
- ✓ 800 mil impressões de mídia de apoio para gerar maior amplitude à divulgação dos conteúdos de Publicidade Nativa (Formatos: Retângulo e Super Leaderboard)
- ✓ 1 post no facebook do Globo.



# MÍDIA LIVRE PATROCINADOR

- 1 anúncio de 1/2 página na Ed. Rio, País ou Economia.
- 1 anúncio de 1 página na revista Vinhos de Portugal.
- 2 anúncios de página na Revista O Globo.
- 1 diária de retângulo na home do site do Globo
- 1.000.000 impressões de Super Leaderboard na Rio/Economia.
- 1.000.000 impressões de Retângulo Expansível na Rio/Economia.
- 500.000 impressões de Fullbanner no Mobile do Globo
- 500.000 impressões de Retângulo no Mobile do Globo
- 1 matéria de Publicidade Nativa no site do Globo.



## PROPRIEDADES DO APOIADOR

- Assinatura em toda cenografia e mídia de divulgação
- 4 convites por cada sessão do Mercado de Vinhos
- Possibilidade de ativação(\*) no evento, sugestão: Espaço para stand de 9m<sup>2</sup>.
- Mídia Livre e na Revista Especial Vinhos de Portugal.



Foto de 2016



\*Custo da ação de ativação é de propriedade do apoiador.

# MÍDIA LIVRE APOIADOR

- 1 anúncio de 1/4 de página na Ed. Rio ou País.
- 1 anúncio de 1 página na revista Vinhos de Portugal
- 1 anúncio de página na Revista O Globo.
- 1 diária de retângulo na home do site do Globo
- 500.000 impressões de Super Leaderboard na Rio/Economia.
- 500.000 impressões de Fullbanner no Mobile do Globo
- 500.000 impressões de Retângulo no Mobile do Globo





**VINHOS**  
DE **PORTUGAL**

**P**  
Público

**O GLOBO**