



**SECRET**  
CASA DOS SEGREDOS  
**STORY**

**INFORMAÇÃO COMERCIAL N° 269-25**  
DIREÇÃO COMERCIAL  
25 DE AGOSTO DE 2025



# GRANDE REGRESSO EM SETEMBRO, COM O MAIOR PRÉMIO DE SEMPRE!

O formato que apaixonou o público português está de volta com novos concorrentes, segredos surpreendentes e com um **prémio de 250 mil euros**.

O Secret Story vai voltar a abrir as portas para receber novos concorrentes e novos segredos.

Cristina Ferreira é a anfitriã desta edição que promete muitos mistérios e surpresas.



**ESTREIA SETEMBRO**

Todos os dias na TVI e TVI Reality

# EM SETEMBRO, HÁ SEGREDOS QUE VOLTAM A GANHAR VOZ!

Depois de um regresso apoteótico em 2024, que agarrou milhares de portugueses ao ecrã desde o primeiro minuto, o Secret Story está de volta!

**Uma edição mais imprevisível, mais intensa, mais desafiante e com o maior prémio de sempre: 250 mil euros em jogo.**

Nada é o que parece. Um grupo de concorrentes fortes, ambiciosos e determinados entra numa casa onde cada gesto conta, cada palavra tem peso, e só os mais astutos conseguirão manter o segredo até ao fim... e conquistar o prémio. **Várias gerações, diferentes perfis e origens sociais refletem a diversidade da nossa sociedade.** Essa pluralidade aproxima o público, desperta identificação e permite gerar empatia pelos participantes.

**A nova casa do Secret Story vai surpreender tudo e todos, com cenários renovados e espaços inéditos.** Uma Sala de Confrontos, onde as tensões se resolvem... ou se agravam. Um recanto no jardim, que promete ferver em teorias, alianças e conspirações. Uma casa onde a arte se mistura com o mistério e cada detalhe pode ser uma pista escondida à vista de todos. Segredos inconfessáveis, provas intensas, reviravoltas inesperadas e emoções à flor da pele. Nesta casa, tudo pode mudar num piscar de olhos.

Prepare-se para mergulhar num jogo onde só os mais fortes resistem. **Uma nova era do Secret Story começa agora e nada será como antes!**

# PERFIL DE TRANSMISSÃO PREVISTO



	ÚLTIMA HORA	DIÁRIO	ESPECIAL	EXTRA	SEMANA (COMPACTO)	GALAS
PERIODICIDADE	2ª a 6ª feira	2ª a 6ª feira	2ª a 6ª feira	2ª a 6ª feira	Sábado	Domingo
FAIXA HORÁRIA PREVISTA	Access (18h)	Access (19h)	Prime Time	Late Night	Late Night	Prime Time



Canal inteiramente dedicado ao programa

# PORQUÊ COMUNICAR NO SECRET STORY?

**Formato** que representa o dia a dia dos consumidores e **que consegue grande envolvimento emocional com o público**, permitindo desenvolver **ativações surpreendentes, inovadoras e impactantes, que criam proximidade com a audiência.**

Possibilidade de criar **conteúdos únicos e diferenciadores**, que potenciam conexão genuína e orgânica entre marca e consumidor.

Tipologia de programas vencedora, em **todas as idades e em diversos targets: Universo, Adultos, Responsável de compras, ABCD 15/54**, entre outros, **preferem os reality shows da TVI.**

Capaz de atrair novas gerações pela **programação cada vez mais multiplataforma e casting real** – aposta em figuras reais.

**Os concorrentes envolvem-se com as marcas de forma única**, são heavy consumers em alguns segmentos, verdadeiros prescritores de produtos.

Emissões em acesso, prime time e late night, o que possibilita uma **comunicação transversal ao longo da semana, tanto em FTA como no cabo.**

**Cria tendências e gera debates, sendo dos temas mais pesquisados no Google e frequente trending topic nas redes sociais.** São programas Reality por serem baseados na "vida real", o que permite identificação e envolvimento diário com a comunidade/público.

# OS NÚMEROS | UM SUCESSO INCONTESTÁVEL

6

As Galas de domingo contactam semanalmente com **mais de 1 MILHÃO E 700 MIL PESSOAS (adultos)** e lideram nos principais targets, em toda as idades e regiões.

O Especial de prime time também é um êxito, **lidera em Adultos (+31%) e em ABCD 15/54 (+24%)** vs concorrente direto.

O programa contacta com **mais de 1 MILHÃO E 100 MIL PESSOAS (adultos)**.

O Diário de 2<sup>a</sup> a 6<sup>a</sup> é o preferido entre os 4/44 e em ABCD 15/54, onde lidera com mais de 54% de audiência vs segundo canal.

Extra em late night também liderou em **Adultos (+26%) e ABCD 15/54 (+36%)** vs concorrente direto.

O site registou mais de **3 MILHÕES UNIQUE USERS, 15 MILHÕES de VIDEOPLAYS** e 100 000 de PAGEVIEWS.

Redes Sociais com mais de **197 MIL SEGUIDORES no Instagram e 964 MIL no Facebook**.

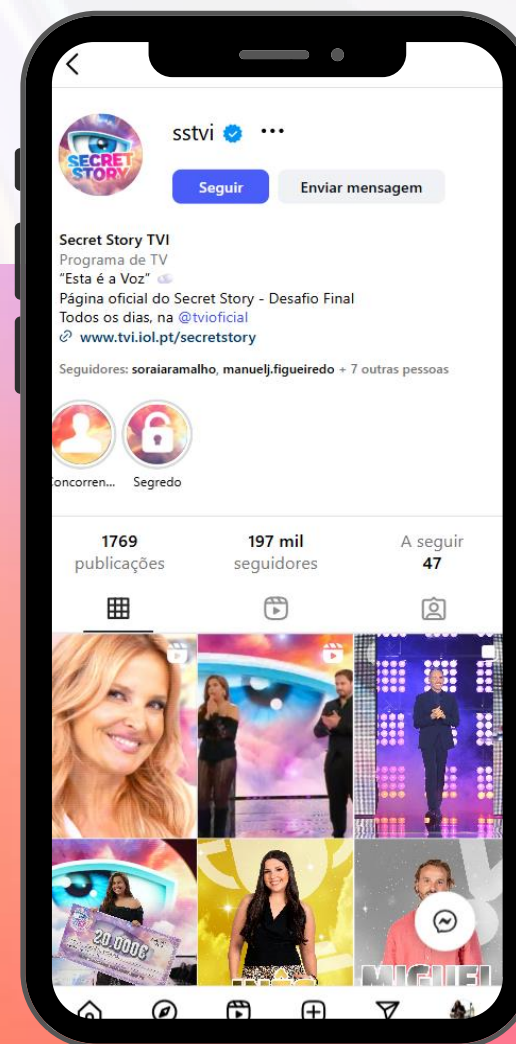
Mais relevantes do que nunca, os reality shows continuam a ser uma grande tendência mundial, **ADAPTADOS EM MAIS DE 70 PAÍSES**.

# COM UMA FORTE PRESENÇA DIGITAL!

Os espectadores poderão acompanhar todos os momentos no **TVI Player** com conteúdos live e on demand.

**Site** onde se poderá acompanhar, em tempo real, os concorrentes, com acesso aos melhores momentos do programa, a conteúdos exclusivos e ainda a rever todos os programas, **com mais de 3 milhões de unique users, 15 milhões de videoplays e 100 milhões de pageviews.**

Todos os conteúdos na palma da sua mão através da **App** TVI Reality, também no site do TVI Reality e ainda no canal de youtube.



**+197 MIL**  
SEGUIDORES

**+1.9 MILHÕES**  
ALCANCE



**+964 MIL**  
SEGUIDORES

**+2.3 MILHÕES**  
ALCANCE

# A CASA CRIA VERDADEIRAS ESTRELAS

## O SUCESSO DE ANÓNIMOS PÓS PARTICIPAÇÃO

Analisando o histórico dos últimos anos dos reality shows da TVI, é evidente o vasto leque de concorrentes que, após a sua presença no programa, se transformaram em verdadeiros influenciadores, com as suas páginas nas redes sociais a registarem um crescimento exponencial.

### ALGUNS EXEMPLOS



**FANNY RODRIGUES**  
538 MIL SEGUIDORES



**MARCO COSTA**  
607 MIL SEGUIDORES



**LILIANA FILIPA**  
850 MIL SEGUIDORES



**MÁRCIA SOARES**  
195 MIL SEGUIDORES



**FRANCISCO  
MONTEIRO**  
221 MIL SEGUIDORES



**CRISTIANA JESUS**  
560 MIL SEGUIDORES

# COLOCAÇÃO DE PRODUTO

De acordo com a natureza do programa, e tendo em vista satisfazer as necessidades de comunicação dos anunciantes, temos disponíveis as seguintes oportunidades:

**PRESENCAS ESPECIAIS:** Enquadrado no perfil do programa, e de acordo com os limites legais existentes, há a possibilidade de criar situações à medida dos interesses de comunicação de cada anunciante. As presenças serão avaliadas caso a caso mediante briefing do anunciante. O tempo de duração destas presenças será definido caso a caso, sendo a exposição do produto ou marca limitada ao tempo necessário tendo em conta o contexto da ação ou da narrativa do programa. As presenças serão ainda partilhadas no Instagram do programa.

**AQUISIÇÃO DE DECOR:** É possível adquirir um décor (ou parte dele) de forma contínua. Ao adquirir o décor o anunciante estará presente na casa de forma natural, na dinâmica diária dos concorrentes. Esta aquisição não pressupõe a verbalização da marca nem de características do produto e será avaliada após briefing.

VEJA AQUI OS MELHORES EXEMPLOS



## OS CLÁSSICOS

- Festas
- Telefone
- Jantares Temáticos
- Mini provas de vantagem para a Gala
- Prova de acesso à Despensa
- Prova de Imunidade
- Outros – A definir caso a caso

# COLOCAÇÃO DE PRODUTO



**OPORTUNIDADE  
COMERCIAL**

## INTEGRAÇÕES ESTRUTURAIS, DÉCORES À MEDIDA

- Lavandaria
- Ginásio
- Lounge jogo
- Reciclagem
- Aquecimento
- Cabine telefónica
- Cozinha
- Despensa
- Eletrodomésticos
- Coffee bar
- Beauty/Makeup/Cabelo
- Casa de banho
- Dois quartos
- Sala multifunções (Cubo)

**OPORTUNIDADE  
COMERCIAL**

# CONTEÚDOS

FORMATO COMERCIALMENTE DINÂMICO



# COLOCAÇÃO DE PRODUTO

## 2 GRANDES PILARES

### PISTAS

Portas e paredes secretas.  
Áreas reservadas que servirão para criar conteúdo e integrar marcas!

### MISSÕES SECRETAS

Desafios que, quando bem sucedidos, farão os jogadores ganhar dinheiro ou pistas.

**Por exemplo:** um presente – produto marca

# COLOCAÇÃO DE PRODUTO

## NOVAS OPORTUNIDADES

### EMPRESA DE SEGURANÇA / BANCO / SEGURADORA / MARCA DE MALAS

Quem segura o prémio de  
250.000€?

Quem guarda o que está na mala  
ícone do SS?

- O adereço mais marcante do formato! Na gala de estreia esconde o segredo e, mais tarde, o dinheiro que vão conquistando ao longo do programa. Na gala final é aberta a mala e descobrem quando conquistaram.
- Ou ser simplesmente a mala dos concorrentes, onde guardam os seus pertences.



### SECRET BRAND

Ao longo dos dias, serão introduzidas pistas na casa para que os concorrentes descubram qual é a marca. A comunicação será feita através de mensagens relevantes, integradas de forma orgânica na dinâmica do jogo e totalmente alinhadas com o formato.



### CACIFOS - ENTREGAS / CORREIOS / BETTING

- Quem fornece as pistas dos segredos?
- Momento de impacto editorial em que os concorrentes têm acesso a informação!



# COLOCAÇÃO DE PRODUTO

## ALGUMAS MARCAS QUE JÁ INTEGRARAM REALITY SHOWS NA TVI:

- AGÊNCIA ABREU
- AMBRE SOLAIRE
- A VACA QUE RI
- AUSÓNIA
- A VACA QUE RI
- BECKEN
- BETANO
- BURGUER KING
- CASTRO ELETÓNICA
- CONTINENTE
- DECO
- DONUTS
- EMMA
- EDICLUBE
- EGF
- ESPAÇO CASA
- FAIRY
- FRUCTIS
- GARNIER
- GATO PRETO
- GILLETTE
- GROUP SEB (ROWENTA/M OULINEX)
- IZIDORO
- INTERMACHÉ
- LUSIAVES
- LEBULL
- LEMON FIT
- LENOR
- MAYBELLINE
- MEN EXPERT
- MR PIZZA
- NORWEGIAN SEAFOOD COUNCIL
- OLA
- ORAL B
- PANTENE
- PALADIN
- PLANTA
- RELÓGIOS ONE
- RELISH
- SPV
- SHEIN
- SOLARIS
- SWIFFER
- SKINLABO
- SGL
- TAMPAX
- THE FORK
- TRAGA PILHAS
- TOP BRANDS
- UBER EATS
- WINESTONE
- VENUS
- WORTEN

# COLOCAÇÃO DE PRODUTO

**INVESTIMENTO** (por presença):

PROGRAMA	PRESENCAS ESPECIAIS - MEDIA		PRESENCAS ESPECIAIS - PRODUÇÃO (*)	
	TELEVISÃO TVI + TVI REALITY	DIGITAL	TELEVISÃO	DIGITAL
DIÁRIO 2ª A 6ª - <b>ÚLTIMA HORA (18H)</b>	6 000€	900€	1 800€	900€
DIÁRIO 2ª A 6ª - <b>DIÁRIO (19H)</b>	6 600€	900€	1 800€	900€
DIÁRIO 2ª A 6ª - <b>ESPECIAL (PT)</b>	9 600€	900€	4 800€	900€
DIÁRIO 2ª A 6ª - <b>EXTRA (LN)</b>	3 000€	900€	1 800€	900€
<b>GALA DOMINGO (PT)</b>	9 600€	900€	4 800€	900€

(\*) este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel).



**Notas:**

- A hora de emissão das presenças é referente à passagem do programa na TVI. Na TVI Reality a presença poderá ser emitida num outro horário;
- Valores sujeitos a revisão tendo em conta a especificidade da presença;
- Valores de media e produção para a aquisição de décor/decores serão a orçamentar caso a caso após briefing;
- Os valores relativos a investimentos de produção contemplam apenas 1 cachet.
- Eventuais VT'S a incluir, gravações no exterior ou necessidades de décor não previstas serão objeto de orçamento,

# PATROCÍNIO

O patrocínio do programa engloba as seguintes contrapartidas semanais:

- Junto às autopromoções do programa na TVI e TVI Reality: **cartão de 5"** (mínimo 51 inserções), com referência em voz off ao anunciante, com a seguinte distribuição:

	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	7	11	4	1	2	25
	FAIXAS HORÁRIAS	08-13	13-20	20-24	24-03	03-08	TOTAL
	Nº DE INSERÇÕES	6	9	6	5	0	26

- Junto aos **programas na TVI** (no início e no fim): **cartão de 5"**, com referência em voz off ao anunciante **(44 inserções)**;
- Junto aos **programas na TVI Reality** (no início e no fim): **cartão de 5"**, com referência em voz off ao anunciante **(42 inserções)**;
- Nos **blocos dos programas na TVI: spot** com duração opcional **(23 inserções)**;
- Nos **blocos dos programas na TVI Reality: spot** com duração opcional **(28 inserções)**;
- **Plataformas digitais:** pre/mid/post roll com duração opcional até 30" **(25 000 visualizações)**.

**INVESTIMENTO DE MEDIA TOTAL** (variável de acordo com a duração do spot/preroll e número de semanas contratadas):

	CARTÕES 5"	CARTÕES 5" + SPOTS 20" + PREROLL 20"
4 SEMANAS	132 850€	247 730€

Notas:

- Para beneficiarem de exclusividade de categoria de produto, os patrocinadores devem considerar uma sobretaxa 20%, que só poderá ser contratada se o patrocínio não tiver já sido comprado por um concorrente.
- Para patrocínios superiores a 4 semanas, e/ou duração de spots diferentes, por favor contacte-nos.

# PUBLICIDADE EM ECRÃ FRACIONADO

O programa contempla a possibilidade de realização de inserções de publicidade em ecrã fracionado durante a sua exibição. Esta forma de comunicação tem grande impacto e permite que a audiência veja a mensagem publicitária sem interrupção para intervalo. O número de inserções por programa é variável e será definido posteriormente, tendo em conta a natureza e a integridade do conteúdo do programa e os interesses de comunicação do anunciante.

## INVESTIMENTO

MEDIA	PRODUÇÃO
<p><b>Por inserção</b> Valor negociado do anunciante + 100% de sobretaxa</p>	<p><b>Por execução: 1 500€</b> (Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel)</p>

Notas:

- Valor de produção contempla até ao limite de duas alterações. Outras revisões estão sujeitas a orçamento.



### CARACTERÍSTICAS:

**Inserção exibida** de forma individualizada;  
**Área máxima de inserção:** equivalente a 1/4 do ecrã;  
**Separação gráfica** entre os 2 conteúdos;  
**Presença da menção "Publicidade"** durante a exibição.

EXEMPLO DE FORMATO AQUI

# TELEPROMOÇÕES

Temos também disponível a comercialização de telepromoções. A escolha deste formato, além de permitir um alto envolvimento do produto/marca com o programa, permite ao anunciante passar mensagens de carácter publicitário, com explicação e call to action. As telepromoções são gravadas no décor do programa e exibidas no decorrer do mesmo.

EXEMPLO DE FORMATO AQUI

## INVESTIMENTO:

FAIXA HORÁRIA	MEDIA (POR INSERÇÃO)	PRODUÇÃO (*) (POR EXECUÇÃO)
<b>DIÁRIO 2ª A 6ª</b> - ÚLTIMA HORA 18H	4 200€	1 800€
<b>DIÁRIO 2ª A 6ª</b> - DIÁRIO 19H	7 200€	1 800€
<b>2ª A 6ª</b> - ESPECIAL PT	9 000€	3 000€
<b>2ª A 6ª</b> - EXTRA LATE NIGHT	3 000€	1 800€
<b>GALA DOMINGO</b> - PRIME TIME	9 000€	3 000€

(\*) Este valor exclui qualquer margem de intermediação/rappel).

### Notas:

- Os presentes estão sujeitos a revisões regulares;
- Duração de 60'' (para as telepromoções com durações diferentes, serão aplicados os índices de conversão em vigor);
- Os investimentos de produção poderão sofrer alterações em consequência das especificidades de cada projeto e incluem apenas direitos de imagem de um apresentador;
- O guião é da responsabilidade da TVI, elaborado mediante briefing detalhado do anunciante que deverá ser enviado com uma semana de antecedência;
- Materiais gráficos deverão ser enviados com uma semana de antecedência;
- Gravação Live on tape. Execução simples e sem edição;
- Cada telepromoção só pode ser exibida uma vez;
- Eventuais telepromoções já gravadas e não exibidas, canceladas por indicação do anunciante/agência, serão faturadas pela TVI pelo valor que foi objeto de acordo.

# DIGITAL



Tendo em conta os objetivos de comunicação de cada anunciante, é possível criar soluções à medida de cada um. Cada presença será analisada e construída mediante briefing do anunciante.

**INVESTIMENTO MEDIA E PRODUÇÃO:** A definir, mediante briefing.

Para uma maior associação dos anunciantes às plataformas digitais do programa, propomos os seguintes packs de media:

	FORMATO	IMPRESSÕES	PERÍODO	INVESTIMENTO
<b>SITE SS E TVI PLAYER</b>	Mega Billboard	600 000	4 semanas	5 400€
	Halfpage	800 000		3 200€

	FORMATO	VISUALIZAÇÕES	PERÍODO	INVESTIMENTO
<b>SITE SS E TVI PLAYER</b>		75 000		2 625€
	Preroll	200 000	4 semanas	6 500€
		400 000		12 000€

# LICENCIAMENTO

A TVI coloca à disposição do mercado o seu portfólio de marcas, elementos identificativos, caras e conteúdos, adicionando assim valor e um fator distintivo aos produtos e marcas dos nossos clientes. O licenciamento permite também um conjunto de soluções de ativação das marcas dos anunciantes nos seus pontos de venda ou nos canais de comunicação próprios.



EXEMPLO DE FORMATO AQUI

## OBSERVAÇÕES:

1. Condições apresentadas para valor bruto negociado;
2. Os valores apresentados não são acumuláveis com outras condições especiais;
3. Aos valores de investimento acrescem 4% de taxa de exibição e IVA à taxa legal;
4. A contratação de espaço far-se-á de acordo com as Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD em vigor, do conhecimento da Central de Compras/Agência de Publicidade/Anunciante (ou outra que a substitua);
5. Na eventualidade da contratação ser efetuada pelo anunciante/agência sem intervenção de Central de Compras, o pagamento da campanha deverá ser efetuado antecipadamente, de acordo com Condições Gerais de Contratação de Publicidade e Comunicação Comercial da TVI/MCD;
6. A presente proposta e as condições nela contidas têm uma validade de 30 dias (calendário), findo este período não poderão ser consideradas como válidas, estando sujeitas a renegociação. No caso de proposta de colocação de produto a validade é apenas de 15 dias (calendário);
7. As presentes condições comerciais são confidenciais, destinando-se a utilização exclusiva por parte da Agência de Publicidade/Central de Compras/Anunciante responsável pela negociação e/ou pelo Anunciante objeto das condições. A sua divulgação a terceiros não poderá em quaisquer situações ser efetuada sem prévia autorização por escrito por parte da TVI / MCD;
8. Os investimentos acordados para colocação de produto, produção, licenciamento, televentas e STVA deverão ser considerados como adicionais face aos investimentos para a compra de media convencional, não sendo contabilizados para o cálculo de prémios de produção anual (rappel);
9. Os patrocinadores poderão ocupar posições preferenciais nos blocos do programa. A ocupação deste espaço será feita por ordem cronológica de receção das respetivas ordens de publicidade;
10. Nos cartões de patrocínio, para além da referência à marca, descrição do produto ou serviço e contacto, podem ainda ser aceites outras menções se for feita prova de que as mesmas se encontram registadas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), como integradas no logótipo do patrocinador;
11. Todos os cartões de patrocínio têm que ser submetidos à apreciação prévia da TVI, com uma antecedência mínima de 3 dias úteis em relação à data de arranque da campanha;
12. A TVI poderá colaborar na produção dos cartões de patrocínio para emissão exclusiva nos seus canais, mediante orçamento caso a caso. As locuções dos cartões de patrocínio deverão ser feitas pela TVI;
13. Eventuais informações relativas a resultados de media constantes nesta proposta constituem carácter informativo e não vinculativo, por parte da TVI/MCD;
14. Salvo acordo em contrário, não existe exclusividade de categoria de produto para qualquer uma das formas de contratação, nem entre elas (nomeadamente a publicidade em ecrã fracionado, o patrocínio e a colocação de produto);
15. Relativamente às contratações de Colocação de Produto, caso sejam exibidas um número de presenças inferior ao contratado, será faturado o valor proporcional;
16. Todas as ações de Colocação de Produto referidas neste documento, foram previamente aprovadas pela Direção de Programas/Produtora. Eventuais alterações ao seu conteúdo terão de ser novamente validadas.



**TEMOS TUDO A VER**

## CONTACTE-NOS

**MORADA:** Rua Mário Castelhana, 40. Queluz de Baixo,  
2734-502 Barcarena

**TELEFONE:** + 351 214 347 527

**EMAIL:** [comercial.externo@tvi.pt](mailto:comercial.externo@tvi.pt)

**[WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT](http://WWW.MEDIACAPITALCOMERCIAL.PT)**