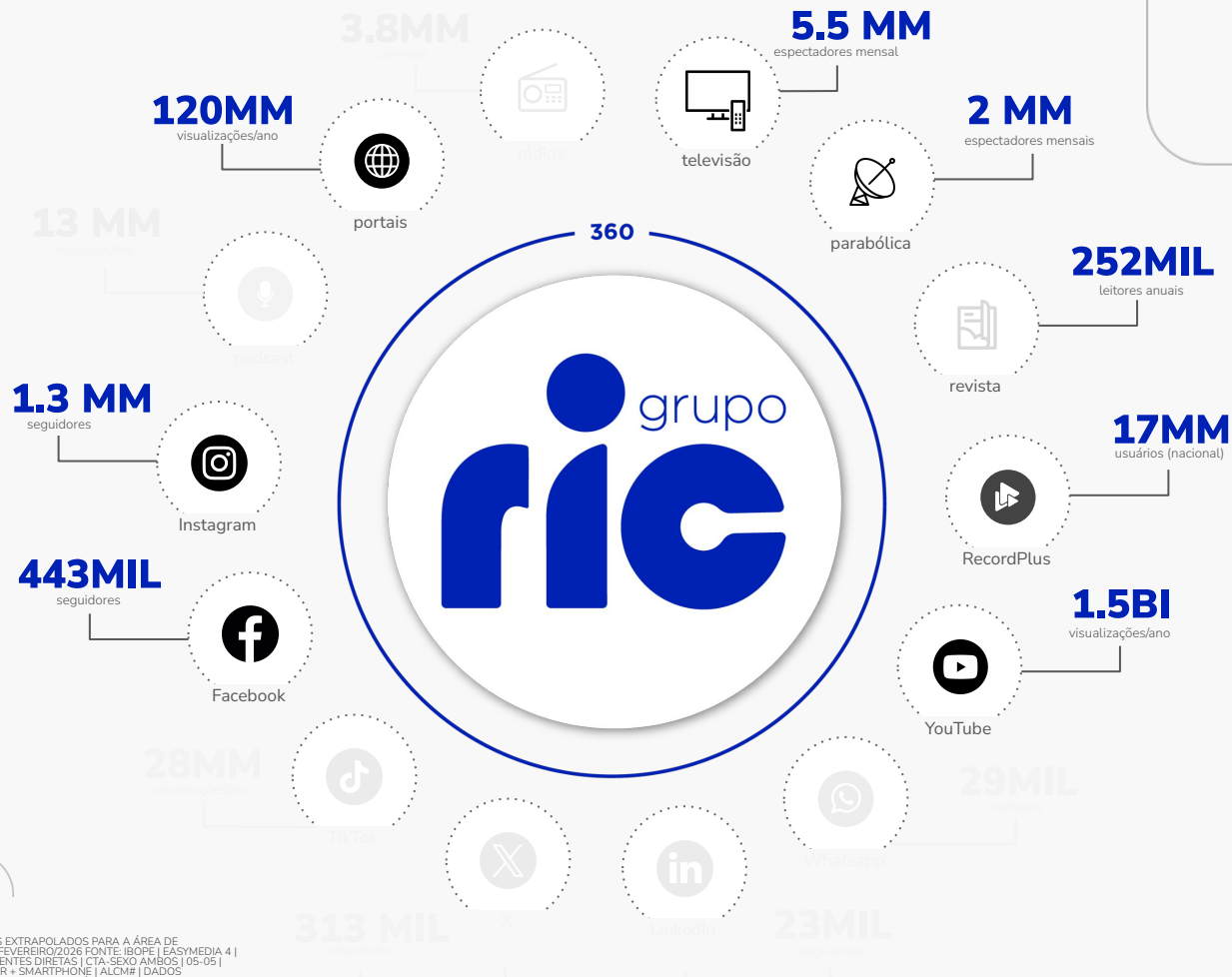


VERSÃO 01

REPAGINANDO

7ª temporada

LAR & ESTILO



FONTE: IBOPE | INSTAR ANALYTICS | COV# | RIC RECORD | DADOS EXTRAPOLADOS PARA A ÁREA DE COBERTURA DA RIC RECORD CURITIBA (5.326.185 INDIVÍDUOS) | FEVEREIRO/2026 FONTE: IBOPE | LEASMEDIA 4 | CTA | JOVEM PAN POP JOVEM PAN NEWS E BANDA B | CONCORRENTES DIRETAS | CTA-SEXO AMBOS | 05-05 | 2A-DOM | T LOCAIS | CARROS | T EQUIPAMENTOS E COMPUTADOR + SMARTPHONE | ALQ#4 | DADOS EXTRAPOLADOS PARA ÁREA DE COBERTURA DA JOVEM PAN FM (3.945.566 INDIVÍDUOS) | JOVEM PAN NEWS (3.315.307 INDIVÍDUOS) E BANDA B (3.782.100 INDIVÍDUOS) FONTE: YOUTUBE STUDIO | GOOGLE ANALYTICS 4 | META BUSINESS SUITE | 2025

REPAGINANDO

LAR & ESTILO

O **Repaginando** chega à sua **7ª temporada** consolidado como um dos realities de transformação mais reconhecidos da programação da **Ric RECORD**. Em 2026, o reality inicia um novo capítulo com uma proposta completamente renovada. Além de apresentar novos apresentadores, a atração ganha uma nova identidade editorial com o tema "Lar & Estilo", ampliando seu olhar para decoração, design, funcionalidade e tendências de morar bem.

DESIGN 3D

Visualizações realistas que antecipam o resultado final, inspiram confiança na transformação e valorizam o papel da marca.

DIY & STYLING

Soluções criativas e de fácil aplicação que inspiram o consumidor e demonstram, de forma prática, o potencial dos produtos e serviços apresentados.

SOLUÇÕES REAIS

Integração natural de produtos e serviços ao conteúdo, transformando a marca em parte da solução e fortalecendo sua conexão com o público.



UMA NOVA TEMPORADA. NOVAS OPORTUNIDADES PARA SUA MARCA.

29 de agosto

7^a

*Um formato consolidado
e reconhecido pelo
público*

8

Episódios

30'

*Duração por
episódio*

**Transformações em até
48h**

*Projetos ágeis com resultados em pouco tempo,
aproximando a marca de soluções práticas.*

Sem quebra-quebra

*Um formato que prioriza criatividade,
funcionalidade e estilo, gerando identificação
com um público*

Distribuição

*Exibição aos sábados na **Ric RECORD**, com alcance em todo o Paraná,
complementada pela disponibilização dos episódios no YouTube.*



O LAR VIROU TERRITÓRIO DE **DESEJO**, **CONSUMO** E **INFLUÊNCIA**

Mais do que um ambiente funcional, a casa passou a refletir estilo, bem-estar e personalidade.

1

CONTEÚDO COM CONTEXTO

A marca é integrada de forma orgânica à narrativa do programa, participando da transformação e construindo uma conexão com o público.

2

DEMONSTRAÇÃO PRÁTICA

Produtos e serviços são apresentados em situações reais de uso, evidenciando seus benefícios antes, durante e após a transformação.

3

JORNADA MULTIPLATAFORMA

TV, Portal, Redes Sociais, YouTube, CTV e OOH atuam de forma integrada para ampliar alcance, frequência e lembrança de marca, criando uma presença consistente ao longo da jornada do consumidor.

O consumo do Paraná em números.

Panorama do potencial de consumo por categoria, classe socioeconômica e praça — comparativo entre as bases IPC 2024 e IPC 2025.

R\$ 146,1 bi

Total 2025

+10,0%

Variação anual

5

Categorias

Paraná

Praças

CATEGORIAS

1. Materiais de construção
2. Mobiliários e artigos do lar
3. Eletroeletrônicos
4. Habitação
5. Artigos de limpeza

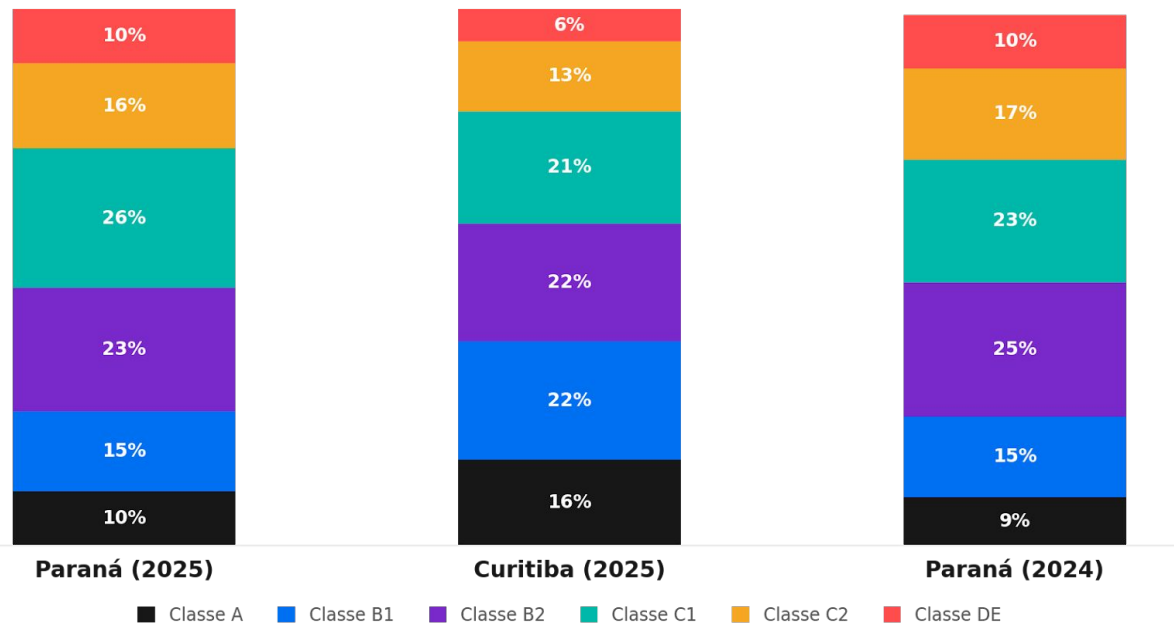
PRAÇAS

1. Curitiba
2. Londrina
3. Maringá
4. Oeste

REPAGINANDO
LAR & ESTILO

Classes C1 e B2 concentram o maior potencial de consumo.

Participação percentual de cada classe no total consolidado — Paraná e Curitiba, IPC 2025 vs. IPC 2024.



LEITURA

As classes C1 e B2 respondem por mais de 45% do potencial de consumo em ambas as praças, com leve avanço da classe C1 entre 2024 e 2025.

Curitiba concentra proporcionalmente mais Classe A do que a média estadual — reforçando o perfil de renda mais alta da capital.

TELESPECTADORES

DAS PESSOAS QUE ASSISTIRAM **Ric RECORD** NOS **ÚLTIMOS 30 DIAS**

22% compraram artigos de decoração e/ou reforma nos últimos 12 meses.

Entre as pessoas que compraram móveis para **escritório** nos últimos **12 meses**, **32%** assistiu à RIC Record nos 30 últimos dias.

Entre as pessoas que compraram móveis para o **sala** nos últimos **12 meses**, **23%** assistiu à RIC Record nos 30 últimos dias.

Entre as pessoas que preferem **reality shows** com temática de Casa e Decoração, **26%** assistiram à RIC Record nos últimos 30 dias.



O programa pode gerar ideias para reformas como também de como mobiliar ou tornar um ambiente da casa mais bonito e aconchegante

Brasil TGI (Português)-TG BR 2025 R4 - RM Curitiba - Pessoas-Copyright TGI LATINA 2025

REPAGINANDO
LAR & ESTILO

APRESENTADORES



RAFAELA BENDER

Focada em transformações com projetos exclusivos, funcionais e detalhados.



QUILHERME NETTO

Focado em logística, montagem e soluções práticas. É o mestre do "como fazer"



PERFIL

por faixa-horária

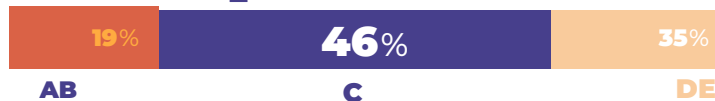
gênero_



faixa etária_



classe social_



A OPORTUNIDADE PARA MARCAS TRANSFORMAREM O LAR

Casa, decoração, construção, varejo, serviços e tecnologia residencial encontram no Repaginando um ambiente editorial de alta credibilidade para inspirar consumidores, fortalecer a marca e influenciar decisões de compra.

1

INSPIRAR DESEJO

A transformação inspira novas possibilidades e desperta a intenção de compra.

2

DEMONSTRAR SOLUÇÃO

A marca faz parte da solução, mostrando seus benefícios em situações reais.

3

CONSTRUIR LEMBRANÇA

A presença recorrente fortalece o reconhecimento e a lembrança da marca.

4

GERAR CONVERSA

Conteúdos multiplataforma ampliam o alcance e estimulam a interação do público.

REPAGINANDO
LAR & ESTILO

MARCAS **CONFIRMADAS** NA 7ª EDIÇÃO

 **BRITANIA**
FAZ COM QUALIDADE TOTAL

 **Philco**

MARCAS PATROCINADORAS

EDIÇÕES ANTERIORES



REPAGINANDO

LAR & ESTILO

A FORÇA COMERCIAL DO PROJETO ESTÁ NA **JORNADA DE CONEXÃO** ENTRE A **MARCA** E O **PÚBLICO**.

1

PRÉ-REALITY

CHAMADAS DE DIVULGAÇÃO
CONTEÚDOS DE TEASER
MÍDIA DISPLAY
CONTEÚDOS NAS REDES SOCIAIS

OBJETIVO

GERAR EXPECTATIVA

2

TEMPORADA

EPISÓDIOS
CHAMADAS DE DIVULGAÇÃO
BRANDED CONTENT
COMERCIAIS NO BREAK
CONTEÚDOS NAS REDES
SOCIAIS

OBJETIVO

GERAR **PRESENÇA
RECORRENTE**

3

PÓS-REALITY

EPISÓDIOS NO YOUTUBE
PUBLIEDITORIAIS
CONTEÚDOS NAS REDES
SOCIAIS

OBJETIVO

AMPLIAR MEMÓRIA E
CAUDA DIGITAL

REPAGINANDO

LAR & ESTILO

1

VISÃO 360°

Os apresentadores e especialistas analisam o ambiente e apresentam soluções criativas com apoio de projetos 3D

Oportunidade: Tintas, pisos, iluminação, móveis, tecnologia, arquitetura, crédito e serviços.

2

DIY & STYLING

A transformação ganha vida dentro da casa: pintura, adesivos, composição, decorativa, organização e montagem

Oportunidade: Tintas, pisos, iluminação, móveis, tecnologia, arquitetura, crédito e serviços.

A MARCA DEIXA DE SER APENAS PATROCINADORA E PASSA A **FAZER PARTE DA SOLUÇÃO APRESENTADA AO PÚBLICO** .



COMO A MARCA SE TORNA PARTE NARRATIVA ?

1

TINTAS & REVESTIMENTOS

Sua solução inspira cada transformação.

Cores, acabamentos e aplicações em contexto real.

2

MÓVEIS & DECORAÇÕES

Ambientes que despertam desejo de compra.

Produtos valorizados em composições reais.

3

HOME CENTER

Sua marca como solução para cada etapa da obra.

Materiais, ferramentas e orientação em ação.

4

TECNOLOGIA RESIDENCIAL

Inovação aplicada ao dia a dia da casa.

Conforto, segurança e praticidade em evidência.

5

SERVIÇOS DE CRÉDITOS & SEGUROS

Viabiliza projetos e impulsiona decisões de compra.

A marca conecta proteção e realização.

6

VAREJO REGIONAL

Fortalece a conexão com o consumidor local.

Impulsiona fluxo, lembrança e preferência pela marca.

JORNADA DE MÍDIA DO PATROCINADOR

CADA PONTO DE CONTATO DE CONTATO TEM UMA FUNÇÃO DENTRO DA CAMPANHA:
ALCANCE, CONSIDERAÇÃO, ENGAJAMENTO E REFORÇO DE MEMÓRIA.



CALENDÁRIO PATROCÍNIO



POR QUE **PATROCINAR** E NÃO APENAS **COMPRAR** MÍDIA?

REPAGINANDO
LAR & ESTILO

CONTEXTO EDITORIAL

Sua marca integra uma história real.
Conecta-se ao público com credibilidade.

ASSOCIAÇÃO EMOCIONAL

Sua marca participa de momentos que inspiram.
Gera identificação, desejo e lembrança.

DEMONSTRAÇÃO DE PRODUTO

O público vê a solução em ação.
Mais confiança. Maior intenção de compra.

RECORRÊNCIA DE CONTATO

Presença contínua durante toda a temporada.
Mais lembrança e fortalecimento de marca.

A MARCA DEIXA DE SER
ANÚNCIO. PASSA A SER PARTE
DA TRANSFORMAÇÃO.



PATROCÍNIO **ESTADUAL** **REPAGINANDO**

LAR & ESTILO

RESUMO DE MÍDIA

PARA MARCAS QUE QUEREM ESCALA, ASSOCIAÇÃO EDITORIAL E PRESENÇA, MULTIPLATAFORMA EM TODO O PARANÁ.

Ric RECORD Paraná: patrocínio, comerciais e branded content.

Portal Banda B: publieditoriais e mídia display.

Redes Sociais: stories, reels, feed e galerias.

Social Branded: conteúdos exclusivos.

YouTube: episódios completos

Mídia Digital: display e formatos de alto impacto.

OOH: painéis de LED.

IMPACTOS indivíduos

+12 MI
Impactos

ALCANCE estadual

+2 MI
pessoas
alcançadas

Fonte: IBOPE | Instar Analytics Planning - Grande Curitiba (Abril/26), Londrina (1º Semestre/25), Maringá (1º Semestre/25) e Cascavel (1º Semestre/25) | Covis projetado para a área de cobertura da Ric RECORD Curitiba (5.326.185 pessoas), Ric RECORD Londrina (1.688.704 pessoas), Ric RECORD Maringá (2.094.113 pessoas) e Ric RECORD Oeste (2.267.066 pessoas) | Target: AS ABCDE 18+ | Fonte: Google Ad Manager (GAM) | Histórico Portal Banda B | Meta Ads Manager | Zedia Backstage | Histórico Grupo RIC; Total Indivíduos | Período: Abril a Junho 2026



Chamadas de divulgação

A citação da marca e/ou a aplicação do logotipo integrarão os materiais do reality, ampliando sua presença na comunicação do projeto. O conteúdo será definido pelo cliente, de acordo com sua estratégia.

EXEMPLO

*Você é o Chef
Médicos
5ª Temporada*



Branded Content

BRANDED CONTENT

O Branded tem como objetivo cocriar, junto ao Grupo RIC, um conteúdo que promova a essência da marca e, ao mesmo tempo, se integre ao contexto do reality de forma orgânica, fazendo sentido para a audiência e garantindo uma entrega 100% exclusiva.

EXEMPLO Você é o Chef

*Desafio dos Campeões
4ª Temporada*



Mídia Display

Formatos digitais para ampliar frequência e reforçar a presença do patrocinador fora da exibição linear

Display

Reforço de lembrança em portais e ambientes digitais do ecossistema.

Exemplo
*Repaginando
6ª Temporada*



Reels

de divulgação

Nesses materiais, o cliente terá como aproveitamento de marca a exibição de citação na legenda das redes sociais e, ocasionalmente, também poderá aparecer nos recortes de conteúdo, seja por meio da exposição de produtos ou pela citação da marca feita pelo apresentador ou pelos participantes do reality.

Exemplo
Repaginando
6ª Temporada

REPAGINANDO
LAR & ESTILO



Social Branded

Conteúdos nativos para redes sociais que aproximam marca, apresentadores e audiência em linguagem de conversa.

Narrativas possíveis

Tour pela loja, escolha de peças, votação de cores, quiz de decoração, antes/ depois e dicas práticas.

Métricas sugeridas para relatório

Alcance, visualizações, taxa de conclusão, cliques, respostas, interações e prints de veiculação.

REPAGINANDO
LAR & ESTILO



EXEMPLO
Aliança
Repaginando
6ª Temporada



EXEMPLO
Cassol
Repaginando
6ª Temporada

PATROCÍNIO ESTADUAL

REPAGINANDO
LAR & ESTILO

Ric RECORD Paraná

Patrocínio do Programa

Aproveitamento:

Abertura e Encerramento com patrocínio das marcas.

08 - Comerciais no break

Aproveitamento: 30" exclusivos.

01 Ação de Branded Content no programa

Aproveitamento: Ação de Conteúdo de 180"

60 Chamadas de divulgação

Aproveitamento: Aplicação de logo no encerramento

RIC OOH

10 Painéis de Led (Somente Curitiba)

Aproveitamento: Aplicação de Logo

BANDA B

04 Publieditoriais do Reality

Aproveitamento: Citação com link building

01 Publieditorial Exclusivo

Aproveitamento: Exclusivo

500.000 Mídia display

Aproveitamento: Aplicação de Logo

YOUTUBE

08 Vídeos dos Episódios na íntegra

Aproveitamento: Citação na Legenda

05 Conteúdos para Youtube

Aproveitamento: Citação na Legenda

REDES SOCIAIS*

Instagram

04 Stories (@portalbandab) - Compartilhamento Publi

Aproveitamento: @ da marca

49 Stories (@ricrecord) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: @ da marca

34 Reels (@ricrecord) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: Citação na legenda

32 Post no feed (@ricrecord) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: Citação na legenda

08 Galerias de Fotos (@ricrecord) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: Citação na legenda

SOCIAL BRANDED

Instagram

02 Reels (campanha) (@rictvpr)

Aproveitamento: Exclusivo

06 Stories de Interação (storytelling da marca) (@rictvpr)

Aproveitamento: Exclusivo



PATROCÍNIO **REGIONAL** **REPAGINANDO**

LAR & ESTILO

RESUMO DE MÍDIA

PARA MARCAS QUE QUEREM ESCALA, ASSOCIAÇÃO EDITORIAL E PRESENÇA, MULTIPLATAFORMA EM TODO O PARANÁ.

Ric RECORD Praças: patrocínio, comerciais e branded content.

Portal Banda B: publieditoriais, e mídia display.

Redes Sociais: stories, reels, feed e galerias.

Social Branded: conteúdos exclusivos.

YouTube: episódios completos

Mídia Digital: display* e formatos de alto impacto.

OOH: painéis de LED*

04 cotas disponíveis por praça

**Somente para praça de Curitiba*

PATROCÍNIO REGIONAL

REPAGINANDO
LAR & ESTILO

Ric RECORD Praças

Patrocínio do Programa

Aproveitamento:

Encerramento com patrocínio das marcas.

08 - Comerciais no break

Aproveitamento: 30" exclusivos.

01 Ação de Branded Content no programa

Aproveitamento: Ação de Conteúdo de 180"

60 Chamadas de divulgação

Aproveitamento: Aplicação de logo no encerramento

RIC OOH

10 Painéis de Led (Somente Curitiba)

Aproveitamento: Aplicação de Logo

BANDA B

04 Publieditoriais do Reality

Aproveitamento: Citação com link building

01 Publieditorial Exclusivo

Aproveitamento: Exclusivo

100.000 Mídia display (Somente Curitiba)

Aproveitamento: Aplicação de Logo

YOUTUBE

08 Vídeos dos Episódios na Íntegra

Aproveitamento: Citação na Legenda

05 Conteúdos para Youtube

Aproveitamento: Citação na Legenda

REDES SOCIAIS*

Instagram

04 Stories (@portalric) - Compartilhamento Publi

Aproveitamento: @ da marca

12 Stories (@ricrecordpraças) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: @ da marca

10 Reels (@ricrecordpraças) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: Citação na legenda

08 Posts no feed (@ricrecordpraças) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: Citação na legenda

02 Galerias de Fotos (@ricrecordpraças) - Conteúdos de divulgação

Aproveitamento: Citação na legenda

SOCIAL BRANDED

Instagram

01 Reels (campanha) (@rictvpr)

Aproveitamento: Exclusivo

03 Stories de Interação (storytelling da marca) (@rictvpr)

Aproveitamento: Exclusivo

*Quantidades de conteúdo digital somadas e distribuídas pelas redes sociais da Ric RECORD Paraná

OPORTUNIDADE
EXTRAS
REPAGINANDO
LAR & ESTILO

BRANDED CONTENT

VALORES **NEGOCIADOS**

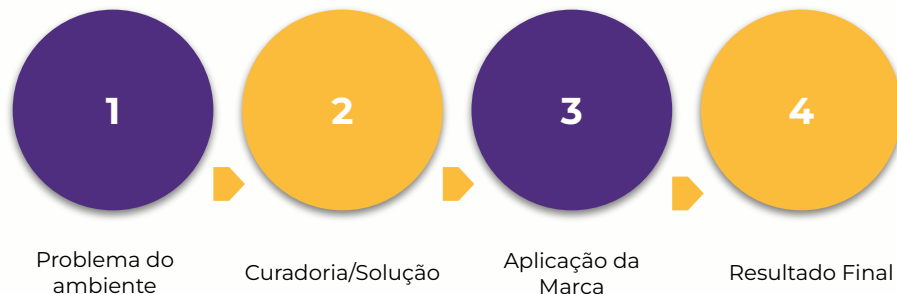
REPAGINANDO
LAR & ESTILO

Conteúdo editorial de até 3 minutos, no qual o produto ou serviço é integrado à narrativa do episódio como parte da solução apresentada.



EXEMPLO
Você é o Chef
Desafio dos Campeões
4ª Temporada

Contexto do **Branded Content**



COMERCIAIS DETERMINADOS

Programação	Formato
Break Repaginado 7ª Temporada	Comercial 30"

Sua marca pode adquirir comerciais de 30" nos intervalos do programa.

Os comerciais reforçam a campanha em um ambiente de alta audiência, ampliando o alcance, a frequência e a construção de lembrança ao longo da temporada.



REGULAMENTO

REPAGINANDO
LAR & ESTILO

1. Prazo de Pagamento: 15 d.f.m;
2. Prazo para fechamento comercial:

Reality	Início das gravações*	Início divulgação*	Fechamento Comercial*	Estreia do reality*
REPAGINANDO LAR & ESTILO	-	-	10/08/2026*	29/08/2026*

3. Número de Cotas: 04 (quatro) Cotas por praça e 02 (duas) Cota Estadual;
4. As entregas prometidas neste projeto estão condicionadas aos valores determinados no slide de investimento e oportunidades extras. A comercialização abaixo desse valor poderá impactar nas entregas de mídia. Em caso de negociação, solicite ao seu seu consultor comercial o plano de mídia atualizado.
5. O cliente deverá entregar os materiais listados no slide de checklist de mídia no prazo de 02 dias úteis após o fechamento comercial;
6. A estrutura desta proposta comercial e o planejamento de mídia poderão sofrer alterações até o início do projeto, não implicando ônus aos clientes que já tiverem assinado o PI.
7. Em caso de cancelamento da mídia antes do período contratado, o valor integral do contrato será recalculado com base na tabela de preços vigente no mês de veiculação;
8. Reservamo-nos o direito de exclusividade na divulgação dos materiais desenvolvidos pelo Grupo Ric;
9. O Grupo Ric reserva-se o direito de entregar mídias adicionais para divulgação institucional sem a marca dos patrocinadores;
10. Este projeto foi desenvolvido pelo Grupo Ric e os direitos autorais são de sua propriedade.

**as datas poderão sofrer alterações*



Acesse o
site comercial



Curitiba | 103,9
Londrina | 102,1
Ponta Grossa | 103,5
Cascavel | 101,5



Curitiba | 107,1
Londrina | 104,5
Maringá | 99,3
Foz do Iguaçu | 105,1



TOPVIEW

