PROJETOS CASA E DECORAÇÃO

WARNER BROS. DISCOVERY

CASA H&H

WARNER BROS. DISCOVERY

CASA h&h

O PROJETO

O **CASA HOME&HEALTH** é um convite para o público conhecer uma maneira diferente de se relacionar com o próprio lar, um convite a **INSPIRAÇÃO**.

Nosso objetivo é conectar marcas com a nossa audiência nessa plataforma inspiradora sempre em torno de uma máxima:
A CASA HOME&HEALTH TEM A MINHA CARA.

C.A.S.A

Nossa casa é hub onde tudo acontece. É onde temos as nossas coisas, é onde moramos com a nossa família, onde recebemos nossos amigos, onde contamos e vivemos histórias, é onde criamos memórias.

Mas principalmente, nossa casa é um **PONTO DE APOIO**: onde nos preparamos para o dia e para onde voltamos ao final dele.

C.A.S.A

IDENTIDADE

Onde me expresso.

COMUNIDADE

Onde acolho e me sinto acolhido.

INTELIGÊNCIA

Funcional no meu dia a dia.

EM 2020, RESSIGNIFICAMOS O MORAR.

Com a pandemia, repensamos o nosso conceito de casa: ela deixa de ser um lugar de passagem e vira o lugar para se **ESTAR.**

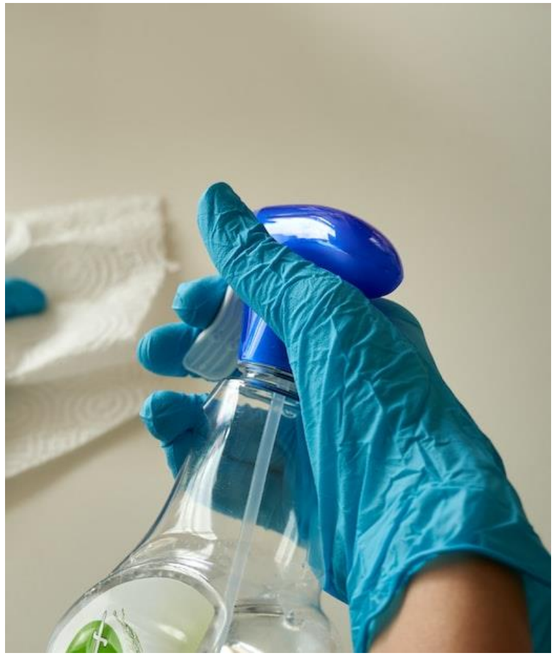
29%
de crescimento registrado nas buscas por sofás confortáveis

37%
de alta nas buscas por móveis modulares

28%
de crescimento nas buscas por termos associados à maciez, "x" fios e fios penteados

51%
de crescimento nas buscas por mesas ou cadeiras ergonômicas/reguláveis

42%
Acreditam que a relação com a casa mudou por conta da pandemia: passaram a dar mais valor e se sentem mais conectados a ela.



Fonte: Think with Google – “A Casa Brasileira: dados e insights” – Outubro 2021

WARNER BROS. DISCOVERY

E NOSSO PORTFÓLIO É O ENDEREÇO OFICIAL DA TEMÁTICA

COM CONTEÚDO MULTIPLATAFORMA

WARNER BROS. DISCOVERY

h&h Discovery

LÍDER DE AUDIÊNCIA
DA CATEGORIA
ENTRE MULHERES 25-54, ESTANDO ENTRE O TOP 6 DA PAY TV E COM MAIS QUE O DOBRO DA AUDIÊNCIA DO PRINCIPAL CONCORRENTE.

CASA & DECORAÇÃO

SOCIAL MEDIA
@DISCOVERYBR

3,2MM fãs
12MM de impressões por mês

1,3MM fãs
42MM de impressões por mês
7,7MM de interações por mês

525K fãs
1,2MM de impressões por mês

114K fãs
1,6MM de impressões por mês

9.724.380

DE PESSOAS IMPACTADAS PELA TEMÁTICA EM 2022, GERANDO +314.097.474 DE IMPACTOS NO LINEAR

AUDIÊNCIA QUALIFICADA

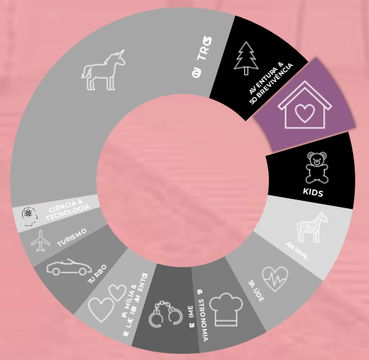
84%

das pessoas que assistem aos canais do portfolio WBD dizem estar sempre procurando por ideias novas para melhorar a própria casa *(vs 80% da população)*

87%

das pessoas que preferem o **Home&Health** a qualquer outro da Pay TV diz que a casa é o melhor lugar do mundo

2º MAIOR SHARE DE ALCANCE
ENTRE AS NOSSAS TEMÁTICAS DE VIDA REAL, ATRÁS SOMENTE DO GÊNERO AVENTURA.



Fonte: Fonte: Kantar IBOPE Brasil 15 Mercados - Techedege - Total de indivíduos com Pay TV - Ano 2022 - All day - Cov# e Impactos (impactos = cov# x freq.) - Corporate Genre: Property and Home / Kantar IBOPE Brasil 15 Mercados - Techedege – MM 25-54 – 2022 / Copyright TGI LATINA 2022 - TG BR 2022 R4 (Pessoas) - Base: Amostra Total

WARNER BROS. DISCOVERY

CASA h&h

VAMOS **INSPIRAR** OS APAIXONADOS POR CASA & DECORAÇÃO COM **NOVAS IDEIAS E REFERÊNCIAS** DE PROJETOS JÁ CONSTRUÍDOS E QUE SERVEM COMO **REFERÊNCIA CRIATIVA**, DESMISTIFICANDO QUE NÃO É NECESSÁRIO UMA REFORMA TÃO COMPLEXA PARA ALCANÇAR UM RESULTADO **CRIATIVO**.

ESSE ANO TEMOS NOVOS CONTEÚDOS, MAIS POSSIBILIDADES DE CUSTOMIZAÇÃO PARA MARCAS E MAIS VISIBILIDADE COM UMA ESTRATÉGIA PARA GERAR AWARENESS E RENTABILIDADE PARA O PROJETO.

WARNER BROS. DISCOVERY

CONTEXTO, REVELÂNCIA, ENDOSSO!

GUARDA-ROUPA
TERRAÇO
ESPAÇO KIDS
QUARTO
GARAGEM
DEPÓSITO
ÁREA DE SERVIÇO
ESPAÇO GOURMET
CANTINHO DO CAFÉ
BAR
JARDIM
COZINHA FUNCIONAL
MESA POSTA
ESPAÇO PET
HOME OFFICE
BIBLIOTECA
CASA CONECTADA
SUSTENTABILIDADE
REFORMA

POSSIBILIDADES PARA AS MARCAS

NANOSSÉRIE – CONTEÚDO EDITORIAL

CUSTOMIZAÇÃO DE FORMATOS PROPRIETÁRIOS E ENDOSSADOS PELA FRANQUIA

PATROCÍNIO E MÍDIA - PRESENÇA NAS PRINCIPAIS EXIBIÇÕES NO PORTFÓLIO, CONTEXTUALIZADAS COM A TEMÁTICA

INTERVENÇÃO NA CASA DAS PREMIAÇÕES – EMMYS - FORMATO AO VIVO

DISTRI-BUIÇÃO

Entrega de playlist dentro do perfil no YouTube do Home&Health.

Posts impulsionados nas redes sociais com maior envolvimento do público.

Entregas no Pinterest aumentando o alcance com novos formatos!

VIDEO+

Inventário WBD + Parceiros:

xandr MÍDIA PROGRAMÁTICA:
para público com interesses segmentados como por exemplo xxxx+ Interesses das marcas.
Entrega em Sites Seguros, altos índices de Viewability e Video Completion.

*Modelos de compra disponíveis: CPCV, CPV, CPM - Formatos Instream Pre/Mid Roll - Formatos de alto impacto disponíveis

h&h Discovery

A nanossérie será veiculada na grade do canal H&H e todos os seus desdobramentos terão exibição no canal no linear nas noites temáticas. O pilar de Visibilidade acontece também no canal principal, através dos patrocínios de programas da temática C&D

TNT

A intervenção do projeto na casa das premiações acontece no canal TNT.

WARNER BROS. DISCOVERY

Entrega extra de midía avulsa (possibilidade de colocar os conteúdos Casa H&H cross channel) para ampliar o alcance

24 HORAS
PARA REDECORAR

24H PRA REDECORAR

O arquiteto e decorador Renato Mendonça, mostra que não é preciso trocar tudo para renovar um ambiente. Ele transforma um cômodo de uma casa ou apartamento em apenas 24 horas, mantendo pelo menos metade dos objetos e mobiliário.

PREVISÃO NOVA TEMPORADA

AGOSTO

3ª TEMPORADA 2022

Durante as exibições inéditas da nova temporada, o HOME&HEALTH foi

LÍDER da categoria

Estando entre o TOP 10 DE AUDIÊNCIA DA PAY TV e com mais que o TRIPLO da audiência do principal concorrente

MM 25-54

+6,4 MILHÕES

Impressões nas redes sociais

TEMPORADAS 1-3 2019-2022

+354 horas

consumidas no linear

+4,3 M

pessoas alcançadas

+6,4 M

Impressões nas redes sociais

+36 M

Impactos gerados

Linear & Digital

RESULTADOS DO PROGRAMA

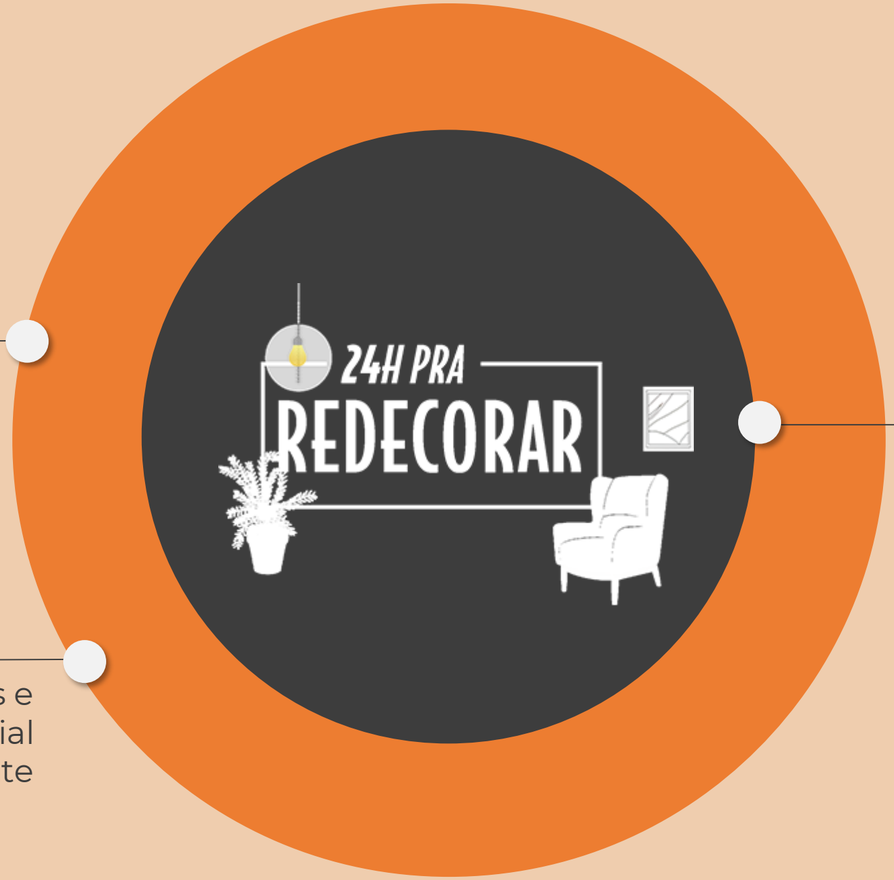
ECOSSISTEMA

CARGA DE MÍDIA APOIO

Mídia avulsa do cliente no portfolio expandido WBD no linear, digital (pre-roll) e VOD (video de abertura)

ATIVAÇÃO DO PATROCÍNIO

Assinaturas de 5” nas vinhetas e chamadas do programa e comercial do cliente



CÁPSULA CUSTOMIZADA COM O APRESENTADOR

WARNER BROS. DISCOVERY

QUER SABER MAIS SOBRE ESSES PROJETOS?

FALE COM A GENTE!

adsales.brasil@warnermedia.com