

max

MUITO MAIS A VER



WBD | For Brands

Chegou a primeira
novela original da
max,
o streaming
da WDB



max ORIGINAL

BELEZA FATAL

CAMPANHA DE CO-MARKETING

max

©2024 Warner Bros. Discovery, Inc. Propriedade e confidencialidade da Warner Bros. Discovery. Todos os direitos reservados.

 **WBD | For Brands**



Uma história atual sobre a busca obsessiva por

Vingança, Justiça e Poder

que explora os padrões de beleza construídos socialmente
e levados ao extremo em um mundo hiperconectado.

Um elenco de estrelas!



**Camila
Pitanga**
LOLA



**Giovanna
Antonelli**
ELVIRA



**Camila
Queiroz**
SOFIA



**Caio
Blat**
BENJAMIN



**Marcelo
Serrado**
ROG



**Herson
Capri**
ÁTILA



**Murilo
Rosa**
TOMÁS



**Enzo
Romaní**
GABRIEL



**Vanessa
Giácomo**
CLÉO



Chokito
LOLINDO

Também por trás das câmeras



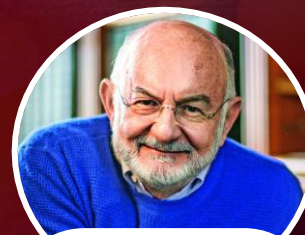
**Maria de
Medicis**
DIREÇÃO

Paraíso Tropical
Cheias De Charme
Segundo Sol



**Raphael
Montes**
ROTEIRO

Bom Dia Verônica
A Menina Que Matou Os Pais



**Silvio de
Abreu**
SPV DESENV.

A Próxima Vítima
Belíssima
Torre De Babel

A promotional image for the TV show 'Beleza Fatal'. It features three women and a small dog. On the left, a woman with long brown hair and large hoop earrings looks off to the side. In the center, a woman with long blonde hair, wearing a white blazer, smiles at the camera. On the right, a woman with long brown hair and large hoop earrings looks towards the camera. A small, long-haired dog sits in front of the woman on the left. The background is a blurred, ornate interior with a staircase.

Beleza Fatal é um melodrama de suspense sobre Sofia, uma garota cuja mãe é presa injustamente e assassinada na prisão.

Sem rumo, ela é acolhida pela amorosa família Paixão, que também sofreu uma perda recente: sua filha morreu ao fazer uma cirurgia plástica clandestina. Sofia e sua nova família se unem na dor e na indignação contra os responsáveis por suas tragédias: Lola, uma mulher ambiciosa que sonha em ter sua clínica de estética, e Benjamin Argento, um cirurgião plástico abaixo da média, herdeiro de um império de beleza.

Lola e Benjamin se casam, numa união de forças e interesses. Anos mais tarde, já adulta, Sofia trama um plano de vingança e com a ajuda da família Paixão, ela se infiltrará e destruirá Lola e a família Argento.

Na sua obsessão, Sofia descobre que a justiça tem um preço elevado. Mesmo que ela tenha que desistir do amor, felicidade e a própria razão, ela lutará até o fim.

**A grande estreia será
em janeiro de 2025.**

**São 40 episódios de
45 minutos cada lançados
ao longo de 8 semanas.**



Na **max**, Beleza Fatal chega para **complementar a oferta de conteúdos acessíveis para todos os gostos e públicos.**

Vistas como o **conteúdo favorito do brasileiro com 39% de preferência**, o mercado de streaming já enxerga o **grande potencial das novelas**, com novas produções que compreendem **menos capítulos, tramas mais ágeis e mais ousadia para abordar os temas da sociedade.**

**Novela é tradição, hábito e costume.
Ela é fonte de inspiração, proporciona
escapismo e causa reflexão sobre
temas e realidades.**

56%

dos brasileiros
se interessam
por novela

51%

dos assinantes
de streaming
consomem mais
novelas do que
a média dos
consumidores
de vídeo online

26%

de aumento no
interesse dos
brasileiros por
novelas nos
últimos 3 anos

62%

acha que
produções
brasileiras não
podem faltar em
um serviço de
vídeo

7 em 10

pessoas afirmam que
assistem novelas na
íntegra pelo streaming

Fonte: CMI | IM | GLOBO | 2022 | Pesquisa Globo
Fonte: <https://www.parrotanalytics.com/insights/na-economia-de-atencao-as-novelas-ainda-sao-relevantes/>
Fontes: TGI Digital View 2024 R1. Base: Pessoas 15+ anos e Assinantes de streaming;
Painel Netquest. Campo Brasil. 24 a 29/06/2022. Amostra: Pessoas 16+ anos (405 respondentes)

Faça parte da conversa

O título já vem sendo trabalhado massivamente na imprensa desde o final de 2023 e temos planejada uma **robusta campanha de comunicação.**

A **WBD For Brands** convida sua marca a *fazer parte da conversa*, apresentando a oportunidade de uma **campanha de co-marketing.**

O que é uma Campanha de Co-Marketing?



Uma **campanha de co-marketing** consiste em marcas se unirem para promover produtos por meio de **campanhas combinadas**.

1

Ótima maneira de **atingir novos públicos e mercados**, além de gerar **mais consciência de marca**;

2

Impulsioneamento de recursos para os parceiros envolvidos;

3

Aproveita a confiança e o respeito que os consumidores têm pelas marcas.



Por que relacionar uma **propriedade intelectual de entretenimento** à sua marca?

1

Entretenimento é responsável por **gerar conversa** – de **memes a momentos que moldam a cultura**;

2

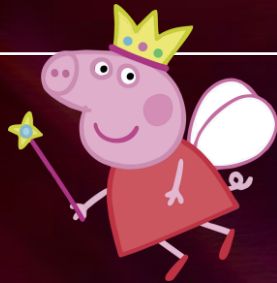
Cria experiências emocionais, gerando **identificação e lealdade** entre os consumidores;

3

O **ambiente criativo** do entretenimento oferece oportunidades para **campanhas inovadoras e engajantes**;

4

Gera conteúdo que pode ser facilmente compartilhado, **ampliando o alcance** da marca.



Por que com a Warner Bros. Discovery?

Um portfólio que vai do **cinema** ao **streaming**, do **digital** à **TV**, das **experiências** aos **produtos de consumo**;

1

Mensalmente, **atingimos 135 milhões de pessoas** no Brasil, **63% da população**;

2

Garantimos **1.1 bilhão de views multiplataforma** mensalmente.

3

*Fonte: Kantar IBOPE Media Brasil. 15 Mercados. Jan a Mar'24. Base: Pessoas 4+ anos com TV Paga 24h.

Por que com a **max**?

- 1 Plataforma de **streaming nº1 em satisfação do consumidor***;
- 2 Max lidera **critérios positivos de percepção de conteúdo e imagem****;
- 3 Seu **app possui notas altas** na App Store (4,9) e Google Play (4,8).

*Fonte: NPS (StreamSense BB Media Q423) Latam / Brand Tracking July 2024 BRAZIL/ After launch May 2024.

**Fonte: Based on what you know or have heard, please select which statements describe the programming provided by each of these brands. LATAM JULY 2024.



Por que com ^{max ORIGINAL} BELEZA FATAL ?



A novela facilmente viciante será o **maior lançamento nacional** da Max em 2025;

1

O investimento em **qualidade de produção e elenco** é inigualável;

2

Estamos entrando na **nova era das novelas no Brasil**, liderada por **Beleza Fatal**.

3

O que torna essa associação única?

Criação de **Branded Content**
inspirado na novela

1

Geração de Conversa nas Redes Sociais

2

Brand Experience no **Evento de Lançamento**

3

Disponibilização do **toolkit da propriedade**
para uso em **campanha da marca**

4

Mais detalhes a seguir.

Criação de Branded Content inspirado na Novela

As marcas parceiras da campanha poderão produzir em conjunto com a **WBD For Brands** peças de **branded content** que sejam inspiradas no universo de Beleza Fatal.

Elas podem contar com talentos do título, como as referências de **e.l.f.** e **Asics** ao lado, ou não, como **Cadillac** (que usa talentos por trás das câmeras) e **Nubank** (outros atores).

As peças podem ser distribuídas por toda campanha e plataformas, incluindo redes da marca. Os custos de produção e cachês serão orçados de acordo com o briefing da marca.

Clique nas imagens para assistir às referências.



e.l.f. Cosmetics

Jennifer Coolidge, a Tanya McQuoid de **The White Lotus**, em peça da marca de cosméticos americana dirigida por Mike White, o próprio criador da série.



Asics

Brian Cox, o Logan Roy de **Succession**, em produção da marca esportiva que fala sobre saúde mental no ambiente de trabalho.



Cadillac

Molly Rogers e **Dany Santiago**, figurinistas de **And Just Like That**, fazem paralelo entre os requisitos para construir visualmente personagens da série e os valores da marca.



Nubank

Nunoruy, personagem fictício do mundo de **Westeros** (A Guerra dos Tronos e A Casa do Dragão), criado especialmente para o banco.

Ideias iniciais para Branded Content: E se...



...uma das três protagonistas **revelasse curiosidades dos bastidores** da novela enquanto se arruma **utilizando produtos da marca**?



...o autor **Rapha Montes** escrevesse o **roteiro das peças**?



...uma das personagens fosse **transportada** do ambiente da novela **para o ambiente da marca**?

Geração de Conversa nas Redes Sociais

Com a **WBD for Brands**, a conversa é sempre o ponto de partida. Na estratégia, as redes sociais têm papel fundamental para **construção da história, gerar engajamento e awareness**.

Conforme a trama se desenvolve com **reviravoltas, núcleos intrigantes e desdobramentos inesperados**, a **conversa acontece**. Culturalmente, novelas aproveitam de **prévias e spoilers instigantes** para atrair o público, e isso não falta em **Beleza Fatal**.

Desde o **pré-lançamento**, passando pela **estreia** e depois na sustentação quando todos os capítulos estiverem disponíveis na **Max** para **maratonar**, as marcas parcerias farão parte por meio de publicações no handle **@streammaxbr**.

Iniciativa de branded content também têm lugar garantido nessa estratégia.



Ideias iniciais para Redes Sociais:

E Se...



...uma das protagonistas **invadissem as redes da marca**, fazendo stories e reels sobre a novela e **associando os produtos ao estilo de vida da personagem?**



...influenciadores fizessem **reacts e memes** sobre a novela, **desde o ponto de vista da marca?**



...uma das **personagens principais** fosse **entrevistada em um talk show** pelo oferecimento da marca?

Brand Experience no Evento de Lançamento

Beleza Fatal terá o lançamento digno da estreia repleta de estrelas que é. Em um evento em São Paulo com presença do elenco, imprensa, influenciadores e convidados especiais, a **Max** dará a largada oficial da campanha de lançamento.

As **marcas parceiras** poderão **oferecer experiências** aos convidados e marcarem presença nesse encontro que dará o que falar.

Local e data a confirmar (janeiro de 2025).



Ideias iniciais para Brand Experience:

E Se...



...a marca parceira criasse **um ambiente concorrente de causar inveja à Lolaland** (império de Lola/Camila Pitanga)?



...a marca parceira oferecesse aos convidados a chance de **ganhar spoilers misturados a produtos da marca?**



...convidasse **embaixadores e influenciadores** para cobrir o evento e **gerar conteúdo** nas redes sociais?

Toolkit para Campanha da Marca

Ao se tornar uma marca parceira, a **WBD For Brands** libera o uso de assets pré-aprovados da propriedade intelectual para construção de campanhas que vivam fora das plataformas da WBD e explorem outras mídias.

Uma chance de explorar a integração com uma **propriedade que estará em alta** e que **gera conexão emocional** com o público.

A **WBD** se reserva ao direito de aprovar o plano de mídia, bem como as peças criativas.



Com quais categorias Beleza Fatal conversa?

Beleza/Moda*

Estão presentes em toda trama e fazem parte da linguagem da novela, desde produtos para cabelo, pele, maquiagem ou roupas e acessórios. Tudo a ver!

Financeira

Seja para facilitar o dia a dia, oferecer conselhos financeiros ou incentivar o empreendedorismo, a categoria conversa muito com todos os núcleos.

Telecom/Tecnologia

Lola é uma influencer e o celular é quase um personagem da trama - Alec, filho dos Paixão, é fissurado em tecnologia e traz oportunidades para computadores e acessórios. Sofia é quem cuida das redes sociais da Lola e que entende do mercado de influência.

Automotiva

Estão presentes em toda trama, em especial com Lino Paixão que é motorista de aplicativo e faz do carro praticamente um personagem.

Alimentos/Bebidas

Seja no ambiente popular ou sofisticado, existe conexão para diferentes itens de consumo do dia a dia.

E-Commerce/Varejo

Se conecta com o dia a dia dos personagens e principalmente ligado às entregas do império de beleza dos produtinhos da Lola.

*AS PROTAGONISTAS SÃO EMBAIXADORAS:

CAMILA PITANGA - L'ORÉAL (LÂNCOME)
GIOVANNA ANTONELLI - WELLA (KOLESTON) E ROMMANEL
CAMILA QUEIROZ - EUDORA

OBRIGADA, AMADAS, AMADOS E AMADES!



WBD | For Brands

Sempre parte
da conversa.

