

# THE WHITE LOTUS

PROPOSTA COMERCIAL

Em 2025, a terceira  
temporada de  
THE WHITE LOTUS  
vai nos levar para a  
Tailândia, sem  
precisar sair da  
**max**



**THE WHITE LOTUS** é uma premiada série de televisão antológica de comédia dramática americana criada por Mike White para a HBO. A trama acompanha os hóspedes e funcionários da fictícia rede de resorts White Lotus, enquanto suas diferenças, complexidades e dramas pessoais mais sombrios emergem e entram em conflito, criando situações hilárias, desconfortáveis e até perigosas.

**Mike White**

Criador, diretor e produtor executivo

**A queridinha das premiações**

43 indicações ao Emmy, com 15 vitórias, incluindo Melhor Série Antológica

**Um elenco de estrelas**

Incluindo nomes como Jennifer Coolidge, Connie Britton, Sydney Sweeney, Aubrey Plaza, Murray Bartlett, Theo James e Leo Woodall



# Uma série aclamada pela crítica e amada pelos fãs



## Sucesso entre a crítica especializada

**The Guardian**

“o roteiro dessa série imaculada é totalmente incomparável”

**THE NEW YORKER**

“White lida com todos os conflitos de maneira satisfatória, porém surpreendente”

**BBC**

“Ninguém cria personagens astutos mas com coração melhor do que Mike White”

**Entertainment**

“deixa a piada e o horror andarem de mãos dadas, abraçando um espetáculo espalhafatoso ao mesmo tempo em que se deleita com a autodestruição fervente de seus personagens”

**The New York Times**

“uma história ensolarada sobre dinheiro, morte e atendimento ao cliente”

**INDEPENDENT**

“é a melhor sátira que temos dos tempos atuais”



## Sucesso entre o público

Mais que o dobro da audiência da primeira temporada

A audiência da segunda temporada teve uma média de 10,1 milhões de espectadores por episódio

As melhores na MAX

A segunda temporada esteve no top 3 da Max durante todas as suas estreias.

Histórias que mantêm os fãs apaixonados conectados

+173% de aumento de views em toda a segunda temporada desde a estreia até o final

Último episódio quebrou recordes

46% de aumento de audiência entre o penúltimo e o último episódio da segunda temporada

# White Lotus não está na conversa, ela É a conversa!

SÉRIES E TV LISTA Aproveite agora o melhor da tecnologia HBO/Divulgação

## Fãs de White Lotus celebram Lucia e Tanya nas redes; veja reações

"The White Lotus": segunda temporada já chegou ao fim, mas memes continuam a conquistar as redes sociais

### 'The White Lotus' Season 2 finale was a gift to the internet

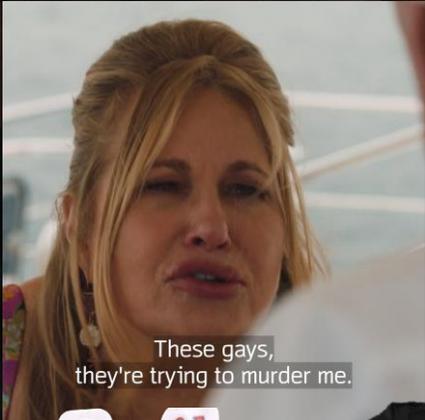
Speculation, jokes, and memes take over the timeline.

FEATURES - TV FEATURES

### 'The White Lotus' memes: our fave internet jokes about the show

The worse the characters feel, the more fun we have

### Memes for Processing the *White Lotus* Season 2 Finale



# E a terceira temporada vai chegar com um elenco cheio de estrelas!



**Natasha Rothwell**



**Aimee Lou Wood**



**Michelle Monaghan**



**Parker Posey**



**Jason Isaacs**



**Patrick Schwarzenegger**



**Carrie Coon**



**Leslie Bibb**



**A 3ª temporada estreia em março de 2025 e para isso temos planejada uma robusta campanha de comunicação.**

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



# Por que 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 consideração de marca**;
- 2** **Impulsione recursos** para os parceiros envolvidos;
- 3** **Aproveita a confiança e o respeito** que os consumidores têm pelas marcas.

# Sua marca no centro da conversa!



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**?

- 1 Um portfólio que vai do **cinema ao streaming**, do **digital à TV**, das **experiências aos produtos de consumo**;
- 2 Mensalmente, **atingimos 136 milhões de pessoas** no Brasil, **63% da população**;
- 3 Garantimos **1.1 bilhão de views multiplataforma** mensalmente.

\*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.

# O que torna essa associação única?

Criação de **Branded Content**  
inspirado na série

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.

# ENTREGAS NA MAX E NO DIGITAL

## BRANDED CONTENT

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

As marcas podem sonhar alto e contar com produções que envolvem talentos e a criação de roteiros que tenham afinidade com o clima da série.

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 CONTEÚDO



E se Narcisa se questionasse como ela se comportaria se estivesse vivendo as situações da série, em um tom humorado e fiel ao estilo da nova temporada?



E se Gabb e Narcisa reagirem aos episódios, comentando momentos engraçados e dramáticos no contexto da marca?



E se White Lotus fosse ambientada no Brasil, explorando cenários, personagens, situações e memes típicos do nosso país?

# IDEIAS INICIAIS PARA BRANDED CONTENT

## EVENTOS DE LANÇAMENTO

Vamos surfar na onda dos eventos de lançamento da série no Four Seasons de Los Angeles e em São Paulo (local a definir), para produzir conteúdo com influenciadores e com a presença da marca



E se Narcisa e Gabb fizerem uma cobertura leve e divertida do evento de lançamento da série, comentando as expectativas e interagindo com os fãs e convidados?



E se as marcas fizerem uma promoção que oferece a um fã e acompanhante a chance de participar dos eventos, incluindo uma experiência completa de viagem e relaxamento?

# IDEIAS INICIAIS PARA BRANDED CONTENT

## ATIVAÇÕES EM SÃO PAULO

Possibilidade de desenvolver ativações e experiências em São Paulo, relacionando a série com o briefing da marca



E se criarmos um espaço imersivo onde os fãs podem experimentar a marca licenciada e participar de ativações, como cenários da série, uma praia artificial e uma recriação do serviço de quarto dos resorts?



E se criarmos uma experiência de screening onde recriamos os pratos e bebidas que aparecem nas cenas, permitindo que os fãs degustem enquanto assistem a algum episódio da temporada?



E se reimaginarmos os cenários da série com o "jeitinho brasileiro", com cerveja em vez de vinho e coxinha em vez de cordeiro, criando uma versão local, descontraída e divertida da experiência White Lotus onde o público pode interagir e produzir conteúdo?

# IDEIAS INICIAIS PARA BRANDED CONTENT LICENCIAMENTO PROMOCIONAL

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.



...as marcas pudessem criar embalagens, kits e pacotes especiais ou edições limitadas de seus produtos com a marca White Lotus?



...as marcas licenciadas pudessem criar brindes e prêmios associados à campanha de patrocínio de The White Lotus?



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

# PROPOSTA COMERCIAL

## PRESENÇA 360° DA MARCA

### **max** PRESENÇA DA MARCA NO STREAMING COM TITLE SPONSORSHIP E MÍDIA AVULSA

- Patrocínio do título na plataforma, com entrega infront
- Mídia avulsa com branded content e conteúdo da marca
- Takeover da marca



#### ENTREGAS NO DIGITAL

- Combos com divulgação da série e de conteúdos extras
- Branded Content exclusivo da marca
- Entregas em programática



#### BRAND EXPERIENCES

- Possibilidade de ativar a marca em experiências relacionadas à série, de acordo com briefing da marca, incluindo em eventos de lançamento no Brasil e em Los Angeles



#### LICENCIAMENTO PROMOCIONAL

- Vamos possibilitar o licenciamento da marca The White Lotus para ações promocionais de marcas patrocinadoras



#### ENTREGAS NO LINEAR

- promos com assinatura da marca, antes e depois da estreia



# As 3 Fases da Campanha

1

PRÉ-LANÇAMENTO

CONSTRUÇÃO DA HISTÓRIA

Redes Sociais, TV, Programática

2

EPISÓDIOS INÉDITOS

ENGAJAMENTO

Streaming, Influência, Redes Sociais, Brand Experience

3

MARATONA

AWARENESS

Streaming, Redes Sociais, TV, Programática

# Anatomia da Campanha

## AWARENESS

PATROCÍNIO DO TÍTULO, BRANDEND CONTENT, MÍDIA CO-MKT E APOIO

max



WB WBD | VIDEO+



## CONSTRUINDO A HISTÓRIA

CONTEÚDOS EXTRAS

max



WB WBD | VIDEO+

## ENGAJAMENTO

BRANDED CONTENT E BRAND EXPERIENCE

max



# Com quais categorias The White Lotus conversa?

## Beleza/Moda

Com a trama se passando em um hotel de luxo da Tailândia, obviamente a moda e a beleza são temas constantes, com um desfile de looks, makes e visuais luxuosos e incríveis. E isso traz espaço para as marcas se conectarem e se apropriarem dessa atmosfera de glamour.

## Bem estar

Não tem como falar da rede de hotéis White Lotus sem falar do bem estar de seus hóspedes. Partindo disso, podemos explorar marcas relacionados ao autocuidado, bem estar e relaxamento.

## Viagens

Nada estimula mais a vontade de viajar do que uma série sobre viagem. E The White Lotus é o conteúdo perfeito para que marcas relacionadas ao tema se associem, seja pra falar de passagens até seguros de viagem.

## Alimentos/Bebidas

Cenas com os personagens tomando drinks? Temos. Cenas com os personagens comendo nos cenários mais incríveis da Tailândia? Temos. E cenas dos espectadores comendo e bebendo enquanto assistem White Lotus? Temos também! Oportunidade é o que não falta pra trazer marcas de alimentos e bebidas para essa conversa!

## Financeira

Com White Lotus temos espaço para falar de finanças com o público mais premium possível, dentro e fora das telas.

## E-Commerce/Varejo

Ditando moda e tendências, podemos trazer a facilidade e eficiência das marcas de e-commerce e varejo para a conversa gerada por The White Lotus

### PARCERIAS GLOBAIS:

FOUR SEASONS (hotelaria)

DIAGEO (bebidas)

CAMILLA (vestuário)

# NOS VEMOS NO WHITE LOTUS

 WBD | For Brands

# Sempre parte da conversa.

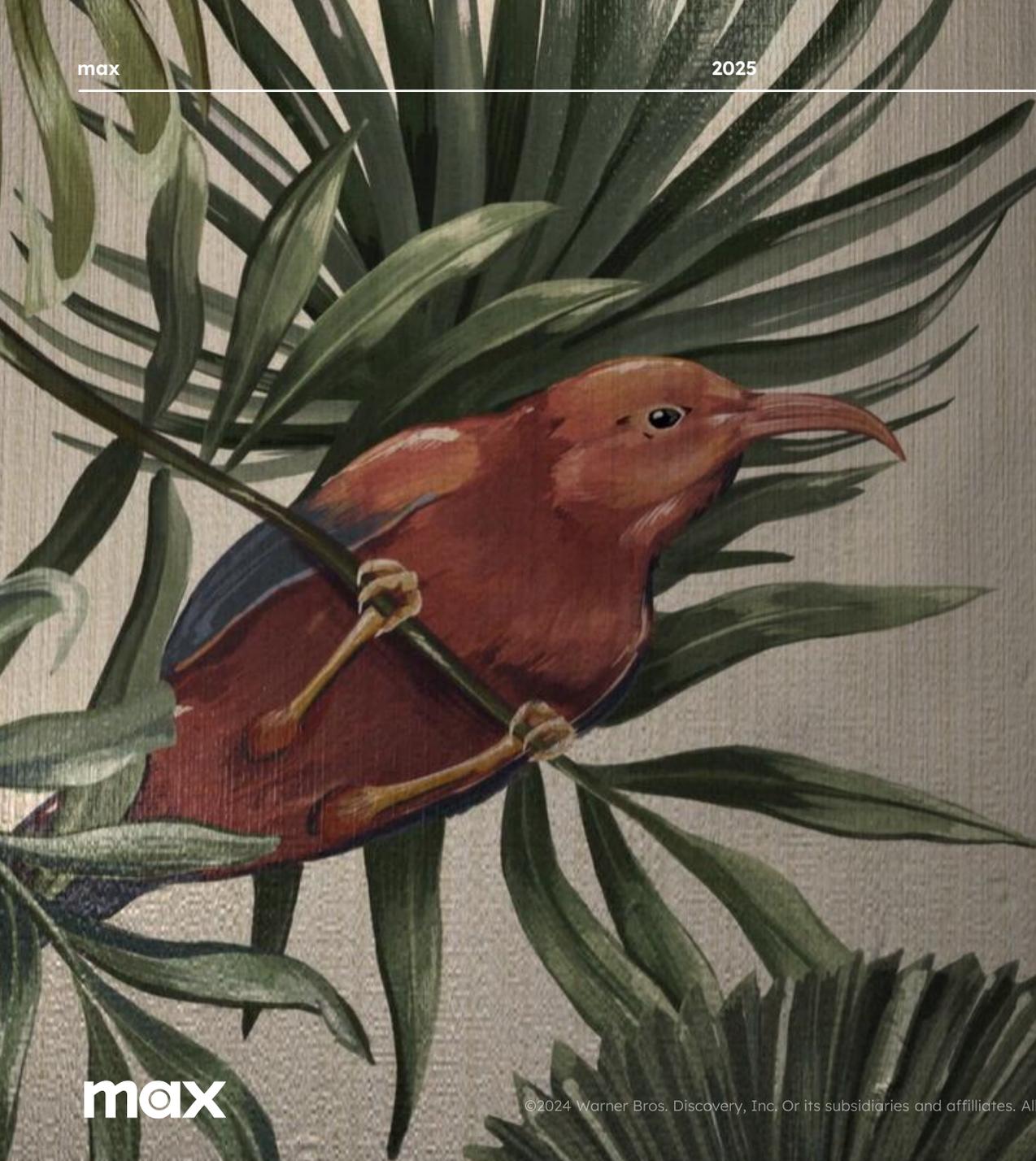
# Detalhamento de entregas na **max**

# max

A plataforma de streaming da Warner Bros Discovery que define o que é **entretenimento de alta qualidade**

Desde Fev/24, a plataforma conta com o oferecimento de **anúncios comerciais** disponíveis para os novos assinantes da versão MAX Ad Lite (Pacote básico com anúncios -R\$ 18,90/mês)





**Inteligência** de anúncios focada na **melhor experiência** do nosso viewer e das marcas:

### **Frequency Capping**

O mesmo usuário tem um limite de visualizações por marca - e limite de entrega de publicidade por hora.

### **Segment Block**

Um mesmo usuário não é impactado por marcas de um mesmo segmento de forma sequencial - melhorando a experiência e lembrança de marca.

### **Premium Brand Safety**

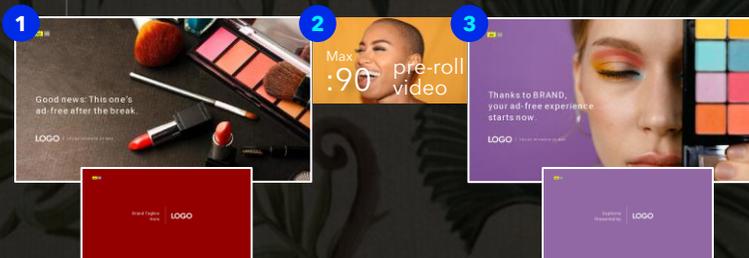
Além de ter a marca associada a conteúdos premium, também garantimos que a marca não será associada o conteúdos extremos - a partir da curadoria de MAX.

# ENTREGAS NA MAX PATROCÍNIO DA SÉRIE

Transforme a experiência de assistir The White Lotus em algo diretamente ligado à sua marca, iniciando os conteúdos com uma experiência de anúncio única e exclusiva, que garante aos consumidores assistir às produções sem interrupções graças à sua marca.

O **Title Sponsorships** inclui nosso produto InFront, que oferece à sua mensagem exposição total no momento em que os consumidores apertam o play no show.

O patrocínio inclui Pre-Roll Bumpers - nosso formato de anúncio proprietário e minimamente invasivo de 08 segundos. Os anunciantes podem personalizar o visual do plano de fundo (imagem ou vídeo) nos bumpers, bem como o slogan no final do slate dos bumpers. O bumper de encerramento inclui um slate final personalizado que inclui a atribuição "Apresentado por" ao título patrocinado ou uma mensagem da própria marca.



## DETALHES

- Propriedade exclusiva do InFront - a experiência de anúncios somente pré-roll em cada exibição
- Formatos incluídos: Bumpers de pré-rolagem de abertura e encerramento (:08); vídeo de pré-rolagem (:90 no máximo)
- Disponível para celular, desktop e CTV

**A entrega de impressões do Title Sponsorship é composta pela união dos 3 formatos de InFront:**

**Bumpers de abertura e fechamento + Pre-roll**

## Abrir e fechar com bumpers :08

Os Pre-Roll Bumpers se transformam em um cartão final personalizado que dá à sua marca a atribuição pela experiência sem anúncios

# ENTREGAS NA MAX ENTENDA COMO FUNCIONAM NOSSOS FORMATOS

Bumper até 08s

Comercial até 90”

Bumper até 08s



FORMATO: IN FRONT / TITLE SPONSORSHIP: *Marca tem veiculação determinada e envelopa a abertura do conteúdo com três formatos exclusivos.*

**+79% dos viewers de MAX US concordam que o formato é “uma ótima maneira de reter atenção”**

# ENTREGAS NA MAX SUA MARCA EM TODA A PLATAFORMA

Além do Title Sponsorship, o alcance da sua mensagem será amplificada em toda a nossa plataforma para que os consumidores conheçam e se lembrem de sua marca. O **Pre-Roll** e o **Mid-Roll** levam sua marca a um público aberto quando ele está envolvido com seus programas e filmes favoritos.

## DETALHES

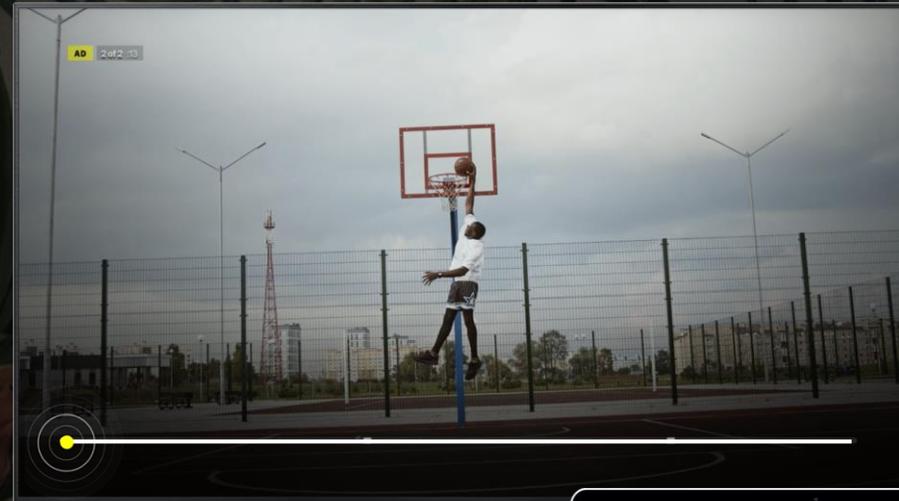
- Funciona de forma rotativa
- Formatos de pre-roll: :15"
- Formatos de mid-roll: 15", 30", 60"
- Disponível para celular, desktop e CTV

## CONSIDERAÇÕES ADICIONAIS

- Alguns conteúdos terão restrições de publicidade.
- Também disponível por meio da Programática Garantida
- \*Recomendamos que a marca tenha no mínimo 3 criativos diferentes para rotacionar dentro da Plataforma.

## TARGETING

- Público, conteúdo e segmentação geográfica



## Potencialize seu desempenho

Adicione um código QR para aproximar os usuários da sua marca no ponto de venda

Lift de

**+60%**

De **awareness espontâneo** para uma marca do segmento de auto na plataforma em USA



REACH

# Takeover

Quando os consumidores escolherem seu primeiro título na plataforma, seja a primeira coisa que eles verão. Essa experiência de anúncio de alto impacto de um dia permite que você seja o primeiro anúncio que todos os streamers veem na plataforma quando começam a assistir ao seu conteúdo.

## DETALHES

Propriedade de todas as primeiras impressões na plataforma por 24 horas  
 Formatos incluídos: Pre-Roll Bumper (:08) e Mid-Roll video position A dentro desse título (:30 no máximo)  
 Disponível em mobile, desktop e CTV

## TARGETING

Público, conteúdo e segmentação geográfica

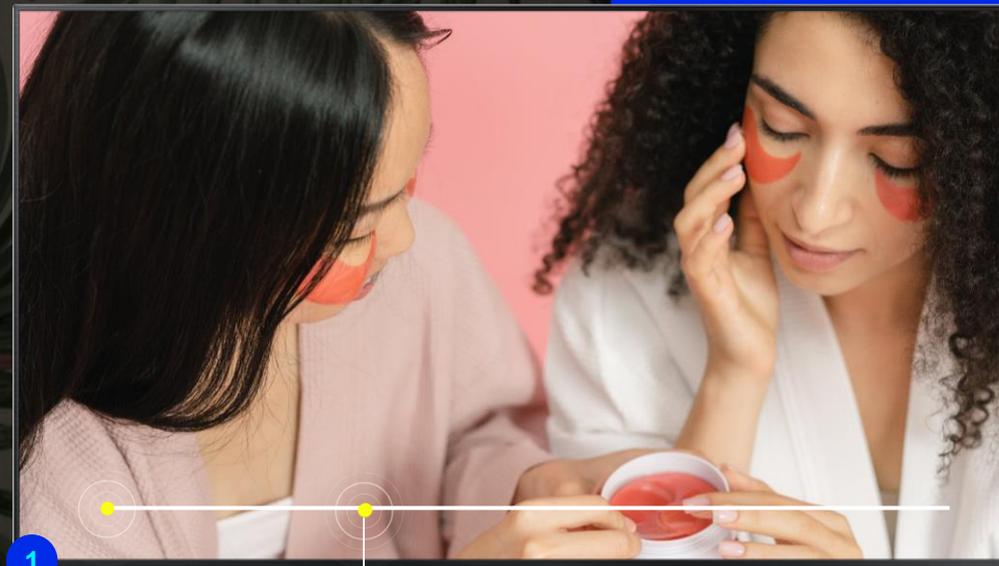
## CONSIDERAÇÕES ADICIONAIS

- O vídeo Mid-Roll não será executado em conteúdo selecionado que esteja habilitado somente para pre-roll
- Os takeovers não serão exibidos em conteúdo infantil
- Os Takeovers não serão exibidos em títulos patrocinados por meio do Title Sponsorship

Aumento de

# +31pt

de reconhecimento



1

### Início toda 1ª visualização

Ofereça aos espectadores um exclusivo  
 :08 pré-roll bumper ad antes de visualizarem seu primeiro bloco na plataforma



2

### O primeiro intervalo apresenta você

Sua marca é dona do primeiro intervalo no meio do programa

# SUA MARCA AINDA PODE IR ALÉM, COM OUTROS FORMATOS DE ANÚNCIO NA MAX



## PRE-ROLL & MID-ROLL

Formatos não puláveis com alcance e escala



## TAKEOVER

As duas primeiras impressões de 100% da base.



## SEQUENCIAL

Possibilidade de construir uma narrativa em breaks sequenciais



## BRANDBLOCK

Experiência exclusiva com menos anúncios e anúncios mais curtos.



## INFRONT

Três formatos pre-roll em sequência com exclusividade e sem mid-roll.



## INTERACTIVE

Viewer pode interagir com anúncio através do controle remoto.



## PAUSE ADS

Entrada em transparência sobre o conteúdo no momento do pause.

*\*100% dos formatos Non-Skippable, VCR médio 98%*

# THE WHITE LOTUS

PROPOSTA COMERCIAL