

PROPOSTA COMERCIAL



max ORIGINAL

AND JUST LIKE THAT...

UM NOVO CAPÍTULO DE *Sex and the City*



Em 2025, a terceira
temporada de
AND JUST
LIKE **THAT...**
chega cheia de
surpresas e emoções na
max

SEX AND THE CITY

Criada por **Darren Star**, e baseada no livro homônimo de Candace Bushnell, a série foi originalmente transmitida pela HBO entre 1998 a 2004. **Situada em Nova York**, o programa segue a vida de um grupo de quatro mulheres (**Carrie, Miranda, Charlotte e Samantha**) que, apesar de suas diferentes naturezas e vidas sexuais em constante mudança, permanecem inseparáveis e confiantes uma nas outras. A série **abordava questões sociais relevantes e modernas**, como sexualidade, sexo seguro, promiscuidade e feminilidade, enquanto exploravam a diferença entre amizades e relacionamentos românticos.



PRÊMIOS

54 indicações ao **Emmy** e 7 vitórias
24 indicações ao **Globo de Ouro** e 8 vitórias
Foi eleita como uma das **100 melhores séries de todos os tempos pela revista TIME**



AND JUST LIKE THAT...

Revival do fenômeno "Sex and the City", a série é baseada no romance "Ainda Há Sexo na Cidade?", de Candace Bushnell. Amor, sexo e amizade se misturam mais uma vez na vida de Carrie, Miranda e Charlotte, tendo como pano de fundo clássico a cidade de Nova York. Agora, as três mulheres enfrentam questões típicas da meia-idade: a perda da juventude, a pressão estética de envelhecer, casamentos que se transformam em divórcios, filhos crescendo e novas aspirações profissionais.



ELENCO

Um elenco com grandes nomes, como **Sarah Jessica Parker, Cynthia Nixon, Kristin Davis, Karen Pittman, Nicole Ari Parker, John Corbett e Mario Cantone.**



ESTREIA

- 29 de Maio de 2025
- 10 episódios

HBOmax

max ORIGINAL

AND JUST LIKE THAT...

UM NOVO CAPÍTULO DE *Sex and the City*

Amada pela crítica e pelos fãs

Vox

“And Just Like That... descobriu o que tornou a série original tão amada e o que os fãs realmente querem de um renascimento”

The Guardian

“É intensamente citável, brilhantemente assistível e repleto de brincadeiras hilariantes”

GLAMOUR

“De looks icônicos a personagens icônicos, sempre é um prazer quando os produtores mergulham no mundo de Sex And The City para trazer um pouco de alegria e familiaridade aos novos episódios”

O lançamento da primeira temporada foi a maior estreia da HBO Max na época

O final da primeira temporada teve um aumento de 76% de audiência em relação ao episódio de estreia.

PEOPLE'S CHOICE AWARDS

Na 49ª edição do People Choice Awards, premiação responsável por premiar os favoritos do público nas categorias principais de Filmes, TV, Música e Cultura Pop, a série foi indicada na categoria de Série de Comédia do Ano.

glaad 

Na 35ª edição dos GLAAD Media Awards, premiação que visa celebrar a representatividade LGBTQIA+ na mídia mainstream, a série foi indicada na categoria de Melhor Série de Comédia

*Dados internos

A 3ª temporada promete surpresas de cair o queixo, a vibe e a moda do verão em NY, e todos os personagens que os espectadores tanto amam acompanhar!

E a WBD For Brands convida sua marca a fazer parte dessa conversa!



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 67% da população brasileira**;
- 3 Garantimos **1.1 bilhão de views multiplataforma** mensalmente.

*Fonte: KIM Brasil 15 Mercados, Mai'24, Cov%. Base com TV Paga: Pessoas 4+ anos (20.302.000 / univ. proj.: 32.441.788). Considerando 10.7M de domicílios assinantes (Anatel Mai'24) e 3,02 pessoas por domicílio; Sprout (Facebook e Instagram); Youtube Analytics; Adobe Analytics (Web e Apps)



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.

max ORIGINAL

AND JUST LIKE THAT...

UM NOVO CAPÍTULO DE *Sex and the City*

Resumo da marca na Max:

- Patrocínio com 20% de Share of Voice dos views totais da franquia (And Just Like That... e Sex And The City)
- Moldura promocional em rotativo
- Mídia avulsa com comercial da marca
- Takeover da marca em diária a definir durante o período do plano

max

6.2 MILHÕES DE IMPACTOS

- Conteúdos estáticos e/ou em vídeo impulsionados nas redes sociais da Max em parceria paga com a marca (conteúdo a definir de acordo planejamento de divulgação da série).



1.7 MILHÕES DE IMPACTOS

max

E se formos além com uma Campanha de Co-Marketing?



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



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

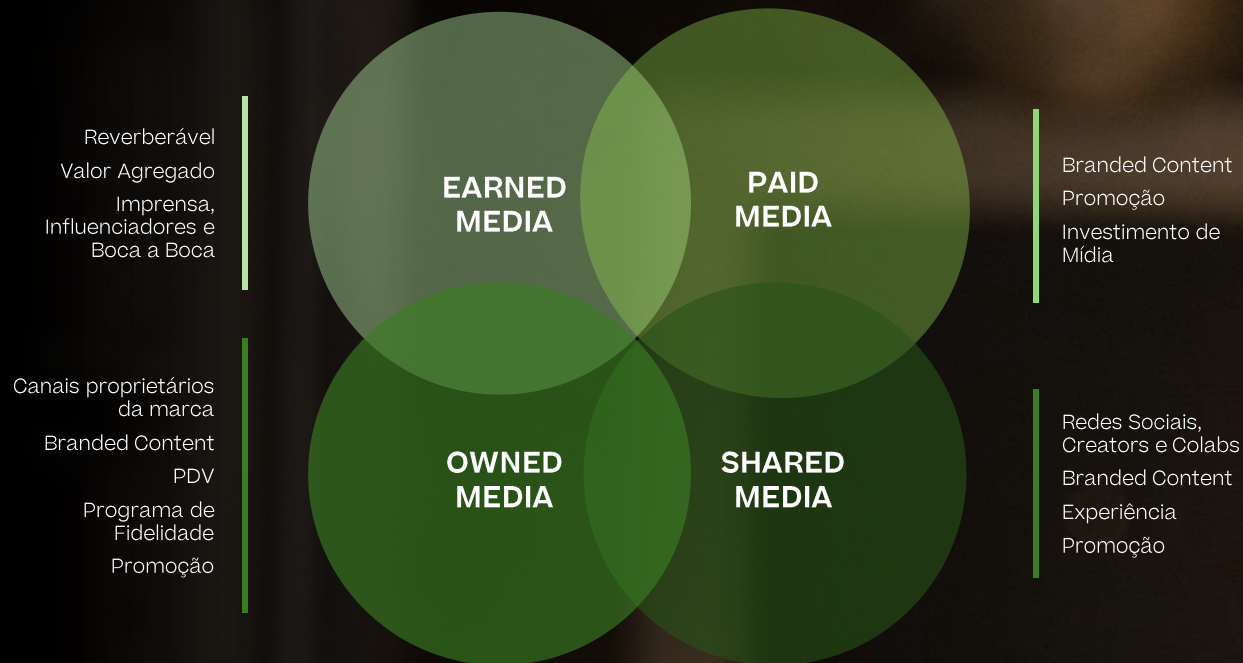


Impulsionamento de recursos para os parceiros envolvidos;



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

O Co-Marketing ativa todos os tipos de mídia



Como tornar essa associação em algo único?

- 1 Criação de **Branded Content** inspirado na série
- 2 Geração de conversas nas **Redes Sociais**
- 3 **Brand Experience** e licenciamento



Criação de Branded Content inspirado na Série

As marcas parceiras da campanha poderão produzir em conjunto com a **WBD For Brands** peças de **branded content** que sejam inspiradas no universo de *And Just Like That* e *Sex and the City*.

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.

Geração de Conversa nas Redes Sociais

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

Conforme a trama se desenvolve, a **conversa acontece**.

Desde o **pré-lançamento**, passando pela **estreia** e depois na sustentação quando todos os capítulos estiverem disponíveis na **Max** para **maratonar**, as marcas parceiras poderão fazer parte por meio de publicações em suas próprias redes e com o handle **@streammaxbr**.

Iniciativa de branded content também têm lugar garantido nessa estratégia.



Brand Experience

O universo de **Sex and the City** tem uma legião de fãs, fiéis e apaixonados pelas personagens e por suas histórias.

Que tal dar a **largada oficial** da série ou então **promover o último capítulo da temporada** junto à **Max**?

As **marcas parceiras** poderão **oferecer experiências e produtos** aos fãs e marcarem presença nesse momento que dará o que falar.

Vamos conferir exemplos de como o mundo de Carrie Bradshaw pode vir para o mundo real?



Brand Experience

Trazendo NYC para o Brasil

A experiência de **Sex and the City** e **And Just Like That...** está diretamente ligada à cidade de Nova Iorque. E as marcas parceiras podem proporcionar essa imersão no mundo de Carrie e suas amigas, através de experiências imersivas exclusivas e imperdíveis.

Um exemplo disso foram as ações realizadas no lançamento da segunda temporada:

- No Brasil, levamos o apartamento de Carrie para os corredores da São Paulo Fashion Week, com a presença de Adriane Galisteu como embaixadora da série e a possibilidade de tirar fotos em uma das escadarias mais famosas de Nova Iorque;
- Na América Latina, tivemos a Experiência Sex and the City, que transformou uma rua do México em uma rua de Nova Iorque, com restaurantes, bares, cenários icônicos da franquia e, é claro, muitas e muitas oportunidades de fotos e criação de conteúdo para os fãs celebrarem os 25 anos da série.



max

AND JUST LIKE THAT... *Bar Preview*

A nova temporada de AJLT estreia nos lugares
mais Nova Iorque do Brasil

max ORIGINAL
AND JUST LIKE THAT...
A NEW CHAPTER OF *Sex and the City*

Antonella Maison – São Paulo

Riviera Bar – São Paulo

CONTEXT

Carrie e suas amigas vivem em bares e restaurantes descolados. E em outros lugares do mundo, muitos bares e restaurantes têm uma vibe bem nova-iorquina, e outros são uma réplica literal, como é o caso do UpTown Bar (Buenos Aires), um dos 50 melhores bares do mundo. Você entra pela entrada do metrô e está literalmente na Big Apple.

IDEA

Faremos um evento de influenciadores e uma prévia de qual seria o bar favorito de Carrie e suas amigas se morassem no Brasil.

HOW

Para os eventos haverá a decoração floral da série, assistiremos ao primeiro episódio, haverá drinks especiais inspirados nos protagonistas e faremos instalações nos banheiros, onde Carrie deixará uma mensagem no espelho: *No jardim da vida, o mais importante é o que você cultiva consigo mesmo.*



Seen – São Paulo



Exclusive viewing
and installations



Rabo di Galo –
São Paulo

max

BE MY GAENTINE

After self-love, the most important love is the one of your friends.

And just like that... nós celebramos o mais puro e mais duradouro amor, a amizade.

CONTEXTO

Há algum tempo, na véspera do Dia dos Namorados (11 de junho), a amizade feminina é celebrada e **as mulheres de AJLT sempre foram um exemplo disso.**

IDEIA

Celebraremos o amor mais duradouro de que fala AJLT: **depois do seu, o amor pelos seus amigos.** É por isso que estamos criando o **dia das Galmoradas.**

HOW

Vamos aproveitar o timing de lançamento da série e realizaremos diversas ações e eventos de Galmoradas no Brasil para celebrar o amor entre amigas. **Amigas e cosmopolitans celebrando o amor!**

 **jen** @daylightcanyonn · 15 feb. ...
everyday is galentine's day when ur filled with sm love for ur friends 🥰🌟

 **ayzyu** @afk @eorzeangem · 19 feb. ...
Had a lovely Galentine's Day with friends today~ 💕

 **V** @resipsaloquita_ · 17 feb. ...
Galentine's 2024. Cooked our dinner together from scratch and finished the night making bouquets for each other. My friends are the cutest 🥰

 **molly** @MollyAnn17 · 17 feb. ...
my galentine's from @gabbers71 🥰🥰🥰 like i've said i have the best friends in the whole world 🥰🥰🥰 thank u so so much love. i am so so grateful for u and i love u so much 🥰🥰 literally sisters for life 🥰🥰🥰

 **tris** @patriceseese · 25 feb. ...
Last night's Galentine's date with my ARMY friends 💕 Still so solid!! 🥰

max ORIGINAL
AND JUST LIKE THAT...
UM NOVO CAPÍTULO DE *Sex and the City*

Informações importantes sobre a Campanha de Co-Marketing:

- Todas as ações serão construídas em conjunto com a WBD For Brands, a equipe de Marketing de Max/HBO e os criadores da série.
 - Propriedade intelectual liberada mediante o pagamento de licenciamento aos criadores nos EUA.
- Custos de produção e cachês são orçados separadamente de acordo com briefing da marca e são de responsabilidade da mesma.
- Caso a estratégia da marca compreenda utilizar o ecossistema da WBD de alguma forma extra para distribuição de materiais criados para campanha de co-marketing, revisaremos a valoração da cota de patrocínio na Max para incluir essas entregas.

PROPOSTA COMERCIAL

max ORIGINAL
AND JUST LIKE THAT...
UM NOVO CAPÍTULO DE *Sex and the City*

TERCEIRA TEMPORADA

 WBD | For Brands

**Sempre parte
da conversa.**



max

 WBD | For Brands