

# 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**;

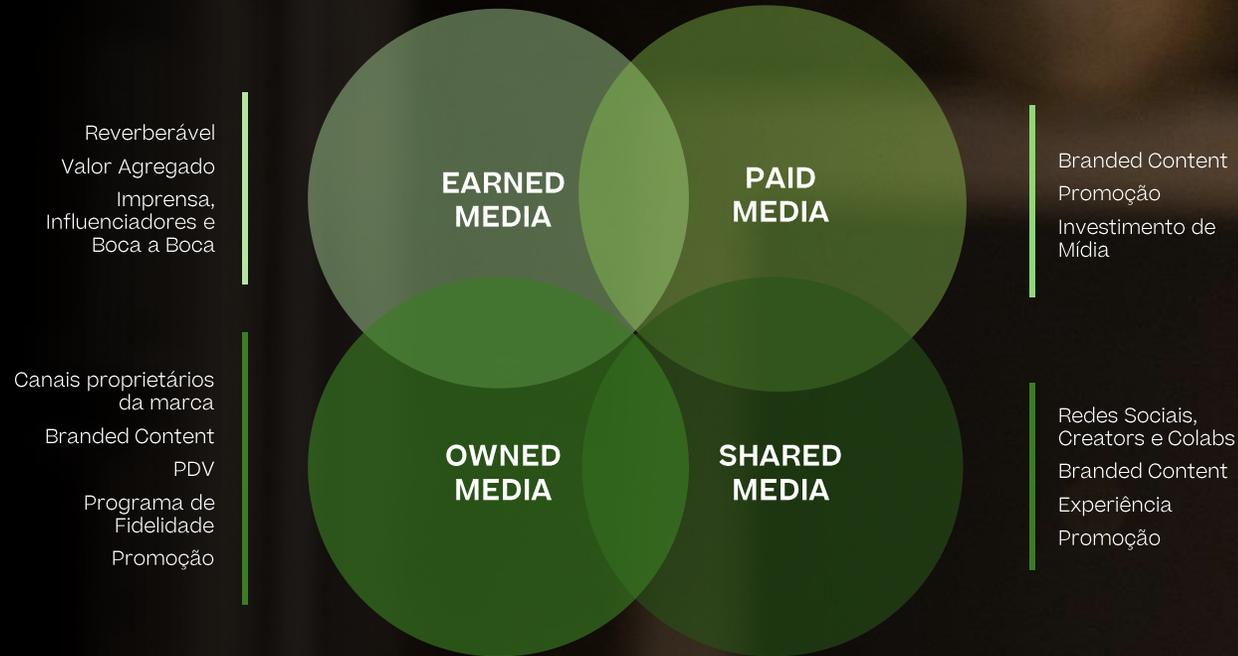


**Impulsionamento de recursos** para os parceiros envolvidos;



**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.

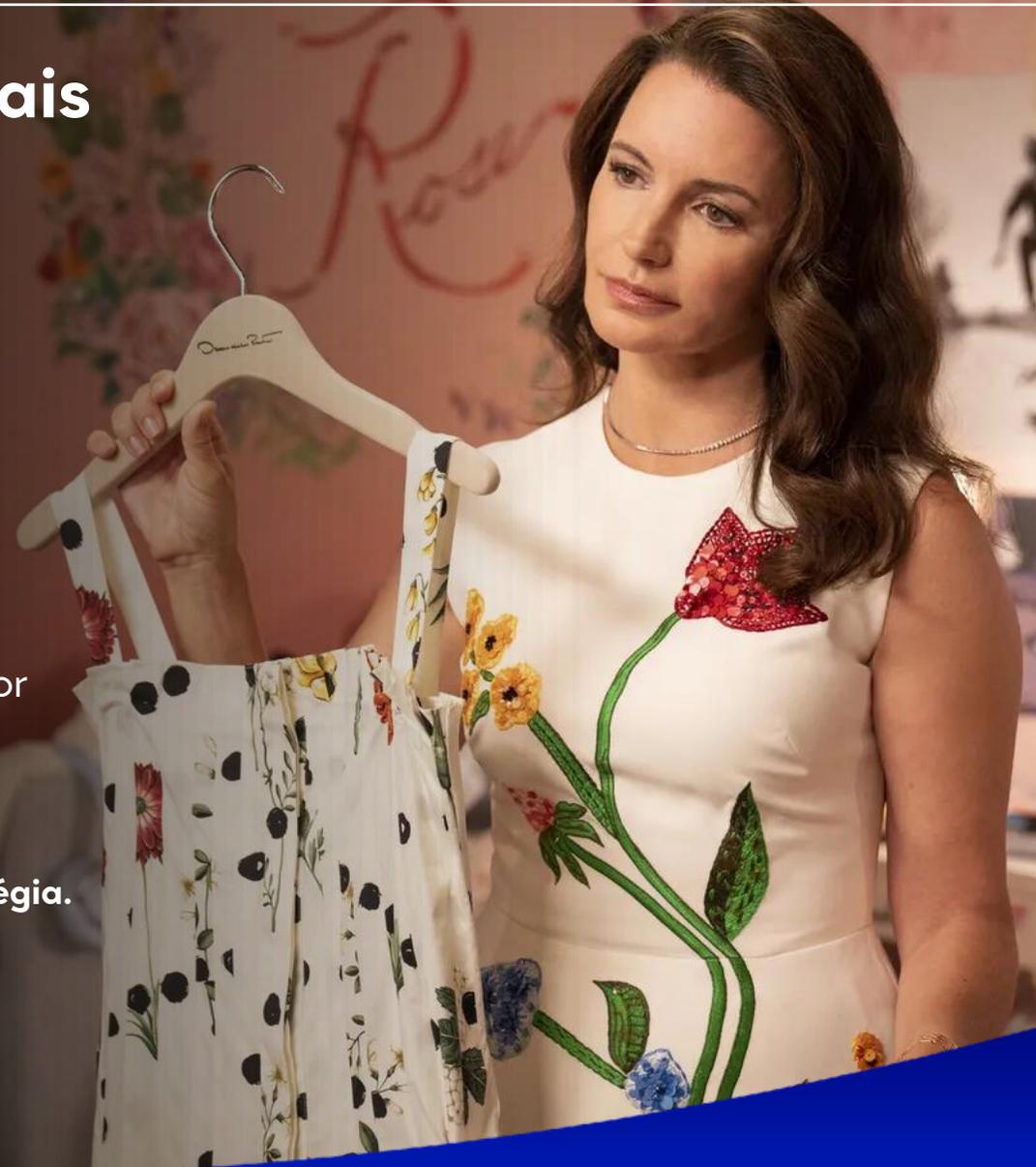
# Geração de Conversa nas Redes Sociais

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