

## BRIEFING ROGER HATCHUEL ACADEMY YOUNG LIONS 10

**Cliente:** RTP / Antena 3

**Data de entrega:** até às 18h00, do dia 19 de Maio de 2010



### Marca

Antena 3.

### Assinatura

A primeira vez é sempre na 3.

### Perfil

Rádio jovem da RTP cujo ADN (de programação) assenta em duas âncoras-chave, a Música e o Humor.

É uma rádio de música, com património conquistado e particular enfoque na divulgação da música nova (impluso a novos talentos, sobretudo nacionais), mas que aposta também na diversidade de universos musicais. Toca desde artistas/músicas desconhecidas/emergente até ao mais mainstream. Rádio actual, de 'lifestyle'.

De cariz eminentemente musical, é percebida como a Rádio dos Festivais de Música, associada a eventos relevantes na área da música nacional e internacional.

Numa perspectiva mais lata, toca outros universos para além da Música e do Humor.

Aprofunda o compromisso com os jovens criadores, abrindo a outras comunidades da criação artística, como cinema e comédia, artes de palco e performativas, literatura e videoarte.

Através das suas rubricas, mobiliza a atenção e os interesses de quem ouve, para as questões da formação permanente e da inovação profissional; das dependências e das várias intolerâncias; das causas, como o ambiente e o combate à exclusão.

Tem um registo responsável, mas descontraído.

Humor, afectos e comportamentos, causas e ideias, grandes programas, grande divulgação (universos); noites longas – dançantes ou grandes momentos de descontração -, outras artes, conversa e play list são os ingredientes da (nova) programação.

### **Público Alvo**

Broad Target: 18/44 anos

Target primário: 25/34 anos

Target secundário: 18/24 anos

35/44 anos

### **Distribuição:**

Cobertura nacional (canal hertziano), e transmite em directo para a internet (<http://antena3.rtp.pt>).

Além das emissões (hertziana e net), permite a possibilidade de ouvir posteriormente os programas, no momento desejado, através do audio-on-demand, fazer downloads em mp3 ou receber podcasts para aceder nos leitores portáteis ou computadores pessoais.

### **Objectivo**

Campanha que transmita reforço de posicionamento como Rádio de Música. Aumento de notoriedade. Transmissão dos valores da marca. Captação de novos públicos.

### **Concorrência**

Rádio Comercial; Cidade FM; RFM; Best Rock FM

### **Valores da marca**

Dinamismo, Inovação, Actualidade, Irreverência, Boa disposição, Responsabilidade.

### **Tom da comunicação**

Descontraído, actual, bem disposto, directo, desconstrutivo.

### **Eixo da comunicação**

No plano sensorial deve despertar emoções e criar proximidade, gerar afectos e fortalecer a relação de cumplicidade com a marca.

### **Peças a apresentar**

- Televisão: Filme 30''
- Acção Net ( Banner )
- Rádio: Spots de rádio 30''
- Ideia para conceito de activação da marca no exterior (excepto em Festivais de Música)

Obs. Nas peças a apresentar, nomeadamente para Televisão, Internet e Rádio, basta envio de storyboard e/ou script.

## PARCEIROS OFICIAIS



## PARCEIROS MEDIA



## APOIOS

