

LOVE & DANCE

Será que é possível se apaixonar
na primeira dança?



ABRIL/2025





Eles se conhecem pela primeira vez em uma pista de dança e se apaixonam pelo jogo de cintura do parceiro... ou não!

Será a coreografia o cupido perfeito?

O programa Love & Dance transforma o primeiro encontro em um espetáculo, onde solteiros se conhecem dançando, sem dizer uma única palavra.

episódios

13

estreia prevista

8 de junho

dia/horário

domingo, às 18h00*

*Nas datas em que o Campeonato Brasileiro não for exibido



Eles ditam o ritmo dos passos

Felipe Andreoli e Rafa Brites apresentarão a dança, os casais e os bastidores, além de compartilhar vídeos exclusivos dos ensaios, revelando detalhes sobre cada dançarino.



Felipe Andreoli



1M

seguidores



3.2M

seguidores



673K

seguidores

Rafa Brites



2.3M

seguidores



86K

seguidores



277K

seguidores

O cenário faz parte dessa história

O palco circular trará uma atmosfera íntima para os dançarinos, enquanto o painel de celebridades ao lado adicionará interação.

As projeções atrás dos casais criarão efeitos imersivos, transportando-os de cenários românticos a paisagens deslumbrantes.



A melodia fica por conta dos convidados

Famosos observam, analisam a dança e a conexão dos casais e tentam prever quais duplas vão aceitar o convite para um encontro depois da apresentação.

A coreografia dessa dança

compatibilidade

Dois estranhos serão selecionados para formarem um par a partir da sua compatibilidade

seleção

O casal pré selecionado aprenderá, separadamente, a uma coreografia com seus instrutores. A dança será especialmente coreografada para o casal

o grande passo

Com a coreografia da dança ensaiada, os solteiros se encontrarão pela primeira vez, e dançarão juntos

sentimentos

Após a performance, os participantes se afastam em silêncio, refletindo sobre a conexão. Nos bastidores, compartilham suas reações sobre a experiência e o parceiro escolhido

o encontro

O casal retorna ao palco e a tela revela se eles escolheram se reencontrar para se conhecer melhor. Em seguida, participam de um bate-papo com o apresentador e o painel de celebridades sobre a experiência





Do treino ao show

Vamos acompanhar de perto os solteiros dessa aventura em suas jornadas de preparação.

A audiência ficará imersa em cada passo de dança, disciplina, concentração e emoção dos candidatos que querem encontrar o amor de suas vidas





Ninguém quer
perder o ritmo



RECORD

203MM

de pessoas alcançadas



R7.COM

87MM

de visitantes únicos
por mês



Fonte: Atlas de Cobertura da RECORD 2024. | TOTAL AUDIÊNCIA R7 MULTIPLATAFORMA | COMSCORE
Dez/24.

São milhares de pessoas
que acompanham os
realities da RECORD

+ de **103MM**

de espectadores alcançados
durante o ano de 2024

+ de **7,3MM**

de espectadores alcançados
por mês



líder

no último trimestre de 2024



com **40MIN**

em tempo médio de permanência

A man and a woman are dancing in a field at night. The man is wearing a dark blue long-sleeved shirt and light blue jeans. The woman is wearing a white and black striped sweater and light blue jeans. They are holding hands and looking at each other. The background is a dark field with mountains in the distance and a starry sky with blue bokeh lights.

**A emissora com maior
crescimento de audiência
domiciliar no gênero,
no segundo semestre de
2024**

Fonte: Kantar IBOPE Media – Instar Analytics – Nacional – Reality Show | RAT% (Domiciliar) e AvLenSTM – 2º Semestre 2024 vs 1º Semestre 2024 – 5 Principais Emissoras Abertas





Com muito ritmo,
os realities conquistam
os domingos da RECORD

+70.4MM

de espectadores alcançados
aos domingos durante o ano de 2024





O PlayPlus
também é
protagonista
aos domingos

Dobrando seu alcance e crescendo

54%

no tempo de minutos assistidos

E quando falamos de consumo
por dispositivo tivemos

26%

de crescimento no consumo
de vídeo através de smartphones



Fonte: KIM – CPV Instar – Nacional – 2º Semestre 2024 x 1º Semestre 2024 – Alcance%, TMS e Shr% - Dia Inteiro – Apenas Domingos – Total Individual – Total Plataformas – Total Dispositivos

Somos especialistas nessa dança



Nos últimos 03 meses, o gênero
reality show ficou no top 3 dos
mais assistidos em nosso streaming

Fonte: PlayPlus Dados Internos (Nov/24, Dez/24 e Jan/25)



E quanto à preferência do gênero:

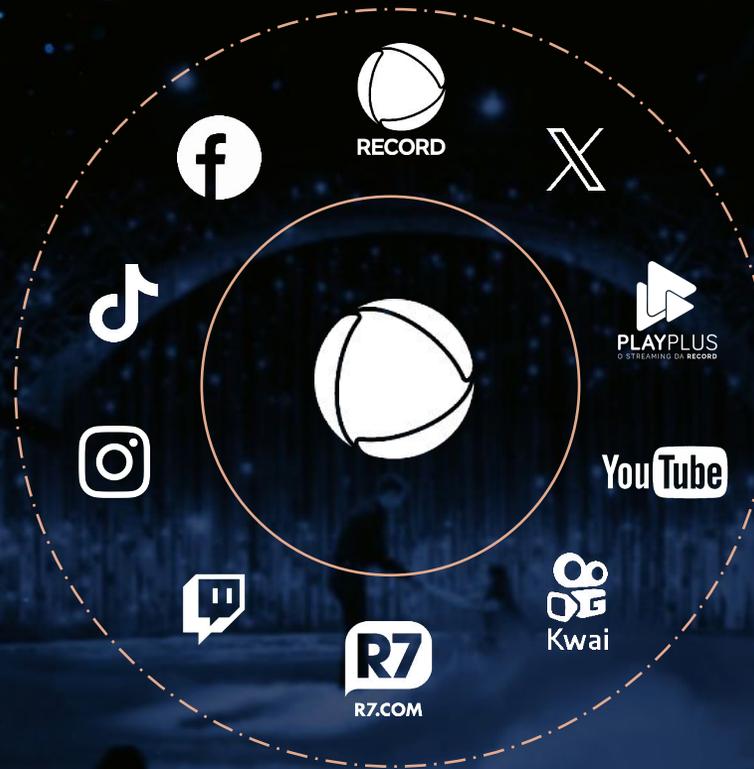
	NA TV ABERTA	NA RECORD
Confinamento	45%	49%
Música/Dança	41%	44%
Culinária	39%	42%
Competição	36%	38%
Sobrevivência/Resistência	23%	30%



Afinal, estamos em todo lugar reverberando nossos conteúdos

Conteúdos na íntegra
e complementares

222 Perfis
+277MM
Soma de seguidores
das redes



Você consome
onde e como quiser

TV + digital +
redes sociais +
streaming

Falando com os mais variados públicos

GERAÇÃO Z
14-27 ANOS

16%

Super conectados, assistem vídeos online e acessam as redes sociais mais de 10x por dia. Seguem e fazem comentários sobre as marcas

MILLENNIALS
28-42 ANOS

29%

Conectados em vários dispositivos ao mesmo tempo, assistem vídeos online e acessam as redes sociais mais de 10x por dia. Enquanto assistem TV, buscam informações de produtos e serviços na Internet

GERAÇÃO X
43-58 ANOS

31%

Enquanto assistem TV, permanecem conectados à internet para buscar informações dos produtos e acessam as redes sociais

BABY BOOMERS
59-75 ANOS

23%

Rádio e TV são as principais fontes de entretenimento, acessam as redes sociais menos de uma vez por semana





**Seremos o palco desse
date às cegas e você é o
nosso convidado pra
fazer parte desse
encontro**

Oportunidades

Ambiente dos convidados

Oportunidade para inclusão de product placement com endosso dos apresentadores

Por exemplo: garrafas de água ou refrigerantes, energéticos, lenços de papel, snacks, etc

Perfil dos casais

Oportunidade de inserção da marca no vídeo perfil dos participantes, onde eles compartilham suas expectativas sobre a dança e o encontro. A marca poderá estar presente por meio de product placement ou menções estratégicas

Cenário principal

Oportunidade de exposição da marca no cenário principal, com presença projetada nas paredes de led ou no palco (exceto durante as danças), acompanhada de uma entrega conceitual dos apresentadores sobre o produto ou serviço. Além disso, uma vinheta personalizada da marca poderá ser integrada ao início de uma das danças, reforçando sua conexão com a narrativa do programa

Encontro

A marca anunciante terá a oportunidade de oferecer um encontro exclusivo para o casal que der match no palco, proporcionando uma experiência memorável e alinhada aos seus valores. O encontro será exibido nas redes sociais e no formato de clipe no programa seguinte

Sala de ensaio

Oportunidade de inserção da marca na sala de ensaio dos casais, com ambientação personalizada, identidade visual integrada e ativações interativas. O espaço poderá proporcionar uma experiência imersiva da marca, incluindo product placement e outras possibilidades estratégicas

Call to action

Inserção de logomarca ou mensagem do anunciante na tela, poderão contar com call to actions que levarão o público à página da marca

Entrega de mídia



26 VINHETAS CARACTERIZADAS DE 5"

13 COMERCIAIS DE 30"

Total:

39

inserções
no período



LOVE & DANCE

