

**BAND
SPORTS**

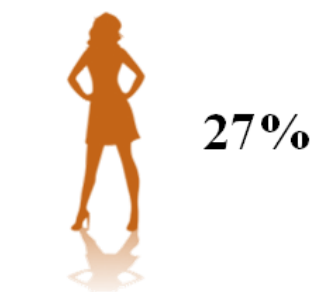
AUTOMOBILISMO



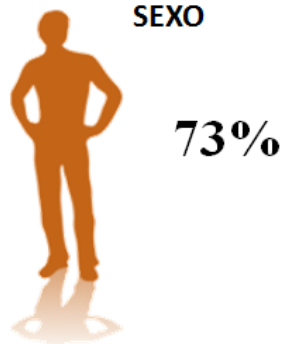
DTM

BANDSPORTS – Perfil de Audiência

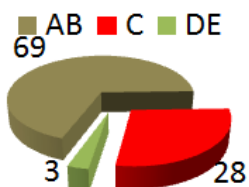
PERFIL CANAL



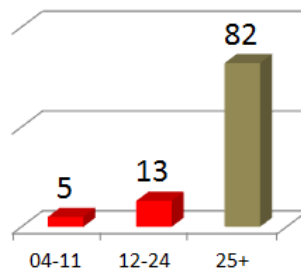
SEXO



CLASSE SOCIAL



FAIXA ETÁRIA

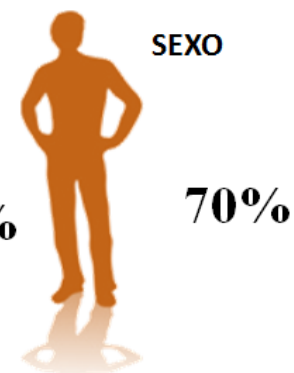


Fonte: Ibope Media Workstation – Agosto /Outubro de 2013 – Base PayTV 9 mercados

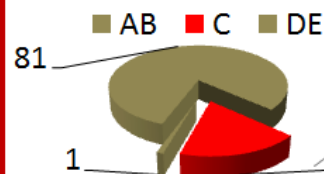
PERFIL DTM



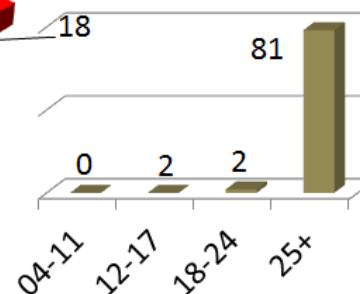
SEXO



CLASSE SOCIAL



FAIXA ETÁRIA

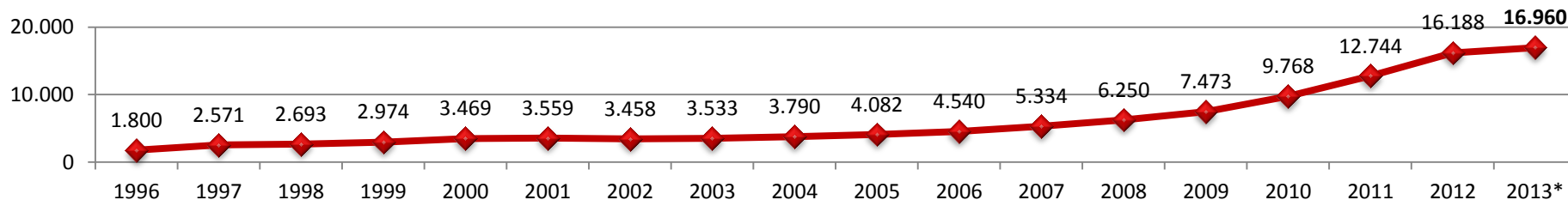


Fonte: Ibope Media Workstation – Maio a Agosto de 2013 – Base PayTV 9 mercados

O canal Bandsports pode ser sintonizado através das operadoras: CLARO (47) - VIVO TV CABO (46) VIVO TV SAT (463) – SKY (26) NET (75) – OI TV (114) – GVT (49) – SIM TV (49) e independentes.
O Bandsports HD pode ser sintonizado na NET pelo canal 575.

BANDSPORTS – Meio Pay TV

Evolução do Número de Domicílios com TV Paga (mil)



*Período Junho de 2013

Região	jun/12	jun/13	Crescimento (%)
Norte	606.959	723.244	19%
Nordeste	1.679.692	2.015.213	20%
Centro-Oeste	932.598	1.165.932	25%
Sudeste	9.223.952	10.457.948	13%
Sul	2.091.982	2.598.656	24%
Brasil	14.535.183	16.960.993	17%

A classe C tem aumentado sua participação. Nos últimos 5 anos teve crescimento de 74%.

A TV por assinatura no Brasil é um meio de comunicação de massa, que atinge consumidores de todas as classes sociais, mas que, ao mesmo tempo, conserva todas as qualidades tornadas possíveis pela sua elevada segmentação. Em junho de 2013 estamos com aproximadamente 17 milhões, dando a mais de 54 milhões de pessoas acesso à programação dos canais por assinatura.

DTM

BAND SPORTS

BANDSPORTS – DTM

O DTM – Deutsche Tourenwagen Masters – é a principal categoria de carros de Turismo da Alemanha, a maior da Europa e uma das maiores do mundo, que só encontra rivalidade em tecnologia, estrutura, regulamentos e organização, além da paixão do público em geral. Porém, nada no mundo se equipara as suas provas, sendo a supremacia da categoria alemã garantida pela hereditariedade e por também atravessar as fronteiras europeias, correndo na Inglaterra, Holanda, Áustria, Espanha e se preparando para uma etapa a ser disputada na China.



DTM



BANDSPORTS – Calendário DTM

CIRCUITOS PERCORRIDOS

Hockenheimring Baden-Württemberg (D)

04/05

Brands Hatch (GB)

18/05

Red Bull Ring Spielberg (A)

01/06

Lausitzring (D)

15/06

Norisring (D)

13/07

Moscow Raceway (RUS)

03/08

Nürburgring (D)

17/08

Motorsport Arena Oschersleben (D)

14/09

Circuit Park Zandvoort (NL)

28/09

Hockenheimring Baden-Württemberg (D)

19/10





BANDSPORTS – Entrega Comercial

Entrega Comercial	2014					Quat. Inserções	Custo Tabela	
	Jun	Jul	Ago	Set	Out		Unitário	Total
<u>DTM</u>								
8 Domingo, 8h30 (ao vivo)	2	1	2	2	1			
1 Vinhetas Abertura 5"						8	2.541,00	20.328,00
1 Vinhetas Encerramento 5"						8	2.541,00	20.328,00
3 Comerciais 30" no break						24	6.776,00	162.624,00
8 Chamadas com comercial colado								
4 Chamadas por programa das 07hs às 13 hs						32	1.312,50	42.000,00
4 Comerciais 30" colados à chamada das 07h às 13hs						32	3.500,00	112.000,00
3 Chamadas por programa das 13hs às 18 hs						24	1.687,13	40.491,00
3 Comerciais 30" colados à chamada das 07h às 13hs						24	4.499,00	107.976,00
3 Chamadas por programa das 18hs à 1hs						24	2.305,88	55.341,00
3 Comerciais 30" colados à chamada das 18h à 1hs						24	6.149,00	147.576,00
8 Reapresentação								
1 Vinhetas Abertura 5"						8	1.270,50	10.164,00
1 Vinhetas Encerramento 5"						8	1.270,50	10.164,00
1 Comercial 30" no break						8	3.388,00	27.104,00
16 Super Motor (quarta-feira, 21:30 às 22:30) Bloco especial no programa uma semana antes de cada corrida e uma depois.	4	2	4	4	2			
1 Vinheta de bloco de 5"						16	2.417,25	38.676,00
1 Comercial de 30" colado no bloco do programa						16	6.446,00	103.136,00
1 Selo						16	3.223,00	51.568,00
16 Reapresentação - Super Motor (quarta-feira, 21:30 às 22:30)								
1 Vinheta de bloco de 5"						16	1.208,63	19.338,00
1 Comercial de 30" colado no bloco do programa						16	3.223,00	51.568,00
1 Selo						16	1.128,05	18.048,80
Investimento Total						320	1.038.430,80	

VALOR TOTAL TABELA

R\$ 1.038.430,80