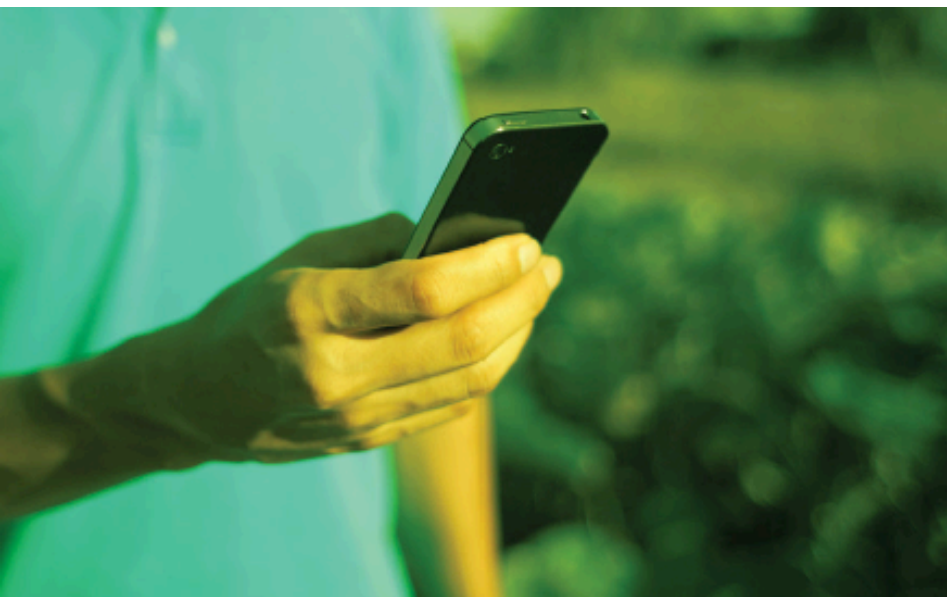


AGROPAPPO





Hábitos de mídia do produtor rural mostram o avanço da internet no campo

HÁBITOS DE MÍDIA	2009/2010	2013/2014
ASSISTEM TV	98%	95%
ESCUTAM RÁDIO	80%	70%
LEEM REVISTAS DE INTERESSE GERAL	36%	36%
LEEM REVISTAS DO SETOR AGRÍCOLA	24%	23%
LEEM JORNAL	32%	34%
ACESSAM INTERNET	30%	39%
NOTARAM MÍDIA EXTERIOR	45%	63%

Fonte: ABMR&A/IpsosMedia

VANTAGENS DO CONTEÚDO ONLINE



Avanço dos dispositivos
móveis [internet em todo
o lugar]




Durabilidade do conteúdo
[informação e marca ficam
ad aeternum disponíveis]



Grande potencial para
se viralizar conteúdos
e marcas



Interatividade:
laço e vínculo com
seu público-alvo



COMUNICAÇÃO
GERANDO
VALOR PARA
AS MARCAS NO
AGRONEGÓCIO

A PRIMEIRA TV 24 HORAS AO VIVO DA INTERNET

Converge conteúdo de Jornal, linguagem de Rádio, imagem de TV e Interatividade da Internet;

Está no ar desde maio de 2002;

Seu modelo pioneiro de interatividade está registrado na Biblioteca Nacional do Ministério da Cultura;

Temas abordados: jornalismo, tecnologia, esportes, variedades, música, artes, comportamento, gastronomia, prestação de serviço e outros;

Os Internautas participam em tempo real por webcam, chat, e-mail, Skype, Twitter ou qualquer outra ferramenta de interatividade.





*Ronaldo Luiz entrevista
o eterno ministro da Agricultura,
Roberto Rodrigues,
principal liderança do
agronegócio brasileiro*

:: 4 anos no ar / + de 300 edições

**:: Autoridades, executivos, produtores,
acadêmicos, consultores, empreendedores,
entre tantos outros agentes do setor rural**

Diferenciais

De modo pragmático, diferentemente de publicações impressas, o investimento em divulgação na Internet é infinitamente mais barato, e oferece mais vantagens para as marcas, com destaque para:

:: Maior alcance, incluindo dispositivos móveis [muito maior do que qualquer veículo impresso]

:: Poder de viralização [o conteúdo do AgroPapo com a sua marca é seu, e pode ser viralizado da maneira que você quiser ;)]

:: Maior possibilidade de medição de ROI

:: Velocidade para se produzir conteúdos, a fim de se aproveitar um momento, uma tendência

:: Perenidade [o conteúdo fica disponível 'ad eternum']

*Sites e Redes
Sociais onde o
AgroPapo é
distribuído*



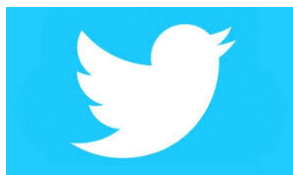
[*www.alltv.com.br*](http://www.alltv.com.br)



[*www.youtube.com/alltvtube*](http://www.youtube.com/alltvtube) / [*youtube.com/agropapo*](http://youtube.com/agropapo)



[*www.fb.com/alltvbrasil*](http://www.fb.com/alltvbrasil) / [*www.fb.com/agropapo*](http://www.fb.com/agropapo)



[*www.twitter.com/alltv*](http://www.twitter.com/alltv) / [*www.twitter.com/agro_papo*](http://www.twitter.com/agro_papo)



[*www.linkedin.com/in/agropapo*](http://www.linkedin.com/in/agropapo)



[*@instagram.com/explore/tags/alltv*](https://www.instagram.com/explore/tags/alltv) / [*@agropapo_official*](https://www.instagram.com/agropapo)

Formatos de divulgação

- :: Entrevista mensal com porta-vozes da marca no AgroPapo;**
- :: Testemunho sobre a marca nas edições do programa;**
- :: Veiculação de propaganda nos intervalos;**
- :: Publicação semanal de posts em todas as redes sociais do AgroPapo [Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn e Instagram];**
- :: Produção de conteúdo editorial com foco na temática da marca.**

Estatísticas de acesso ao site da AllTV/ AgroPapo

ESTATÍSTICAS

**500
MIL**

PAGEVIEWS
POR MÊS

**60
MIL**

VISITANTES
ÚNICOS
POR MÊS

**650
MIL**

USUÁRIOS
CADASTRADOS

**100
MIL**

PAGEVIEWS
DE BRASILEIROS
NO EXTERIOR

20%
DE NOVOS
VISITANTES
POR MÊS

AGROPAPPO

CONTEÚDO INOVADOR SOBRE O AGRO, COM ALCANCE, SEGMENTAÇÃO
E INTERATIVIDADE DA INTERNET E QUALIDADE DE TEVÊ