



CATÁLOGO FRANQUIAS | 2023

Disney

PIXAR

STAR
WARS

MARVEL

20th
CENTURY
FOX

NATIONAL
GEOGRAPHIC

UM MUNDO MÁGICO DE POSSIBILIDADES!

Bem-vindo ao universo da magia e das infinitas possibilidades de negócios da The Walt Disney Company.



Fãs de Disney não têm idade

A Disney, Pixar, Marvel e Lucasfilm têm uma vasta gama de franquias para acompanhar o consumidor em todas as fases da sua vida, oferecendo sempre a dose perfeita de magia, novas histórias, aventura, criatividade e interação com um mundo de personagens. Conheça as diversas oportunidades que temos a oferecer.

0-24 meses	   
2 a 3 anos	             
4 a 5 anos	                  
6 a 8 anos	                   
9 a 12 anos	               
13 a 19 anos	         
19+ anos	          

Disney MICKEY E AMIGOS



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Leais por completo, Mickey e Amigos são um grupo diverso de personagens que se relacionam independente de suas diferenças, e que nos lembram o quão importante são as nossas amizades.

PÚBLICO

PRODUTO & VAREJO

Todas as Idades
(Bebês- Adultos)

MARKETING

Primário:

Gen Z (18-24) |
Millennials (25-38)

Secundário:

Todas as Idades
(Bebês - Adultos)

PRODUTO & VAREJO

Os produtos Mickey e Amigos foram promovidos durante toda a campanha: links de compra direta, influenciadores, impulsionamento de mídia paga e sorteios.



AMIZADE

EXPERIÊNCIA

FELICIDADE

ORIGINALIDADE

PERCEPÇÕES DO CONSUMIDOR

- 🐭 Mickey e Amigos é a maior franquia entre as Mães de Crianças 0-2: #3 (Meninos) e #3 (Meninas) 0-2.¹
- 🐭 Dos amigos do Mickey, os meninos (0-12) estão principalmente interessados em produtos do Pateta, enquanto as meninas (0-12) estão largamente interessadas em produtos da Margarida.¹
- 🐭 Mulheres 18-54 (através da maioria das gerações: Gen Z, Millennial, e Gen X) estão sobre o índice de interesse em produtos de Mickey e Amigos.¹
- 🐭 Mickey e Amigos tem um apelo médio entre Homens e Mulheres 18+ a nível mundial.²

PROGRAMA GLOBAL DE FRANQUIA

Mickey Mouse é The True Original e tem inspirado criatividade e originalidade há mais de 90 anos. A campanha *Mickey The True Original*, lançada em 2018, cronometrada para o 90º aniversário de Mickey, celebra a influência e inspiração de Mickey na cultura pop, passado, presente e futuro através dos pilares abaixo indicados.

PERSONAGENS ATRIBUTOS



Original, alegre, icônico



Fashionista, ousada, divertida



Otimista, desajeitado, amigável



Leal, curioso, amável



Animado, atrapalhado, família



Audaciosa, glamurosa, confidente

MICKEY E AMIGOS: JUNTOS PRA VALER

DESTAQUES CAMPANHA 2022 Julho 2022

- Realizamos uma campanha de marketing abrangente nas mídias sociais em apoio a Mickey e Amigos e ao Dia Internacional da Amizade (30 de Julho).
- O conteúdo digital e de imprensa da campanha atingiu 32M de impressões, contando com 89 publicações e R\$ 177K de Media Value.
- A ação de Click To Buy atingiu cerca de 26K impressões e 342K cliques.
- O investimento em Amazon Ads obteve um retorno de 1.2M de impressões, contando com uma conversão de 3,5%.

CALENÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023



Momento Mickey & Amigos fazendo parte da campanha Disney 100

Julho 2023

- Dia do Amigo (20 de Julho)
- Dia Internacional da Amizade (30 de Julho)

ANIVERSÁRIOS (2023)

- Margarida | Donna - 9 de Janeiro (86 Anos)
- Pateta | 25 de Maio (91 Anos)
- Pato Donald | 9 de Junho (89 Anos)
- Pluto | 5 de Setembro (93 Anos)
- Mickey Mouse | 18 de Novembro (95 Anos)
- Minnie Mouse | 18 de Novembro (95 Anos)



@mickeyeamigosbr | 120K seguidores
@ohmydisneybr | +69K seguidores



*SUJEITO A ALTERAÇÕES

NOT FOR PUBLIC OR PRESS. CONFIDENTIAL BUSINESS PLANNING PURPOSES ONLY.
ALL DETAILS SUBJECT TO CHANGE. NOT FOR DISTRIBUTION. © Disney

Disney MICKEY MOUSE



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Mickey Mouse é um ícone global, cultural e verdadeiramente um amigo para todos. Ele encoraja fãs de todas as idades a abraçarem a sua originalidade e criatividade, ao mesmo tempo que provoca felicidade em todo o mundo.

PÚBLICO

PRODUTO & VAREJO

Todas as Idades (Bebês e Adultos)

MARKETING

Primário

Gen Z | Millennials

Secundário

Todas as Idades (Bebês e Adultos)

PERCEPÇÕES DO CONSUMIDOR

- ♥ DADOS DE MERCADO
- ♥ Personagem com 100% de Awareness entre os consumidores em nível global¹
- ♥ A afinidade para Mickey Mouse é 1,4x mais elevada em comparação com todas as outras franquias nos mercados globais.²
- ♥ Mickey Mouse tem um grande apelo demográfico entre crianças, adultos, mulheres e homens a nível mundial.²
- ♥ Mickey Mouse ganha interesse de compra acima da média entre Mães de Crianças 0-5, Meninas 6-17, e Mulheres 18+.³

PROGRAMA GLOBAL DE FRANQUIA

Mickey Mouse é The True Original e tem inspirado criatividade e originalidade há mais de 90 anos. A campanha *Mickey The True Original*, lançada em 2018, cronometrada para o 90º aniversário de Mickey, celebra a influência e inspiração de Mickey na cultura pop, passado, presente e futuro através dos pilares abaixo indicados.

PERSONAGENS ATRIBUTOS



Original



Eterno



Aventureiro



Travesso



Feliz



Leal

ONGOIN SUPPORT



The Walt Disney Company
Brasil

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023



Mickey será central na celebração do aniversário do **Disney100** ao longo de 2023

2024



Aniversário do Mickey (Novembro)
Ativações de Marketing Colaborativas



14M+ Facebook Fãs
agregados entre todas as
contas e 3.3M+ de Seguidores
no Instagram entre as contas
**@MickeyMouse &
@MickeyTrueOriginal**



NOT FOR PUBLIC OR PRESS. CONFIDENTIAL BUSINESS PLANNING PURPOSES ONLY.
ALL DETAILS SUBJECT TO CHANGE. NOT FOR DISTRIBUTION. © Disney



Disney
MINNIE
MOUSE

POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Minnie incentiva pessoas de todas as idades a se divertirem com a moda, a serem ousadas em sua auto-expressão e a viverem da melhor maneira possível ao “Estilo Minnie”.

PÚBLICO

PRODUTO & VAREJO

Todas as Idades (Bebês e Adultos)

MARKETING

Primário

Gen Z (18-24) | Millennials (25-38)

Secundário

Todas as Idades (Bebês e Adultos)



PERCEPÇÕES DO CONSUMIDOR

- Minnie continua a ser a franquia #1 procurada para produtos por mães de meninas 0-2¹
- Minnie está entre as cinco personagens mais procuradas para as garotas 3-5¹
- As mulheres 39-54 têm um forte interesse nos produtos Minnie – Minnie está entre as 5 melhores franquias que este consumidor mais quer nos produtos¹
- O interesse em mercadorias para Minnie Mouse entre as mulheres Gen Z e Millennial é elevado (over-indexing vs. Todas as outras franquias testadas)¹

DESTAQUES POSITIVOS DA MINNIE

Polka Dot Day 2022: Resultados de Mídia

Destakes da Campanha:

- 692K de alcance através da publicação de conteúdos pagos desenvolvidos por 2 criadoras de conteúdo;
- 42.7M de alcance através de 6 publicações de conteúdo orgânico promovidas por seeding de produtos;
- US\$ 44.5K de Media Value conquistados através do conteúdo orgânico;
- 5.75M de visualizações e US\$ 41.1K de Media Value através de releases e notas para a imprensa liberadas aos principais veículos de comunicação.

ATRIBUTOS DA MARCA



Ousada



Divertida



Feminina & Fashionista



Clássica



Independente



FASHION

LIFESTYLE

SOCIAL MEDIA

POSITIVIDADE

ONGOIN SUPPORT



The WALT Disney Company
Brasil

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023



Destakes Minnie ao longo da Celebração dos 100 Anos de Emoção da Disney, Especialmente no Polka Dot Day

Janeiro

Volta as Aulas/ Programação Gen Z

Março



Polka Dot Day



1M+ de seguidores no Instagram entre as contas @MinnieMouse & @MinnieStyle
4.6M+ Fãs no Facebook entre todas as contas @mickeyeamigosbr | 120K seguidores @ohmydisneybr | +69K seguidores

NOT FOR PUBLIC OR PRESS. CONFIDENTIAL BUSINESS PLANNING PURPOSES ONLY.
ALL DETAILS SUBJECT TO CHANGE. NOT FOR DISTRIBUTION. © Disney



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Os filmes e personagens clássicos mais queridos da Disney reúnem-se como "Disney Clássicos", uma solução de vários andares enraizada na nostalgia e na narração de histórias com oportunidades únicas para destacar personagens e histórias. Esta diversa biblioteca de histórias inspira a imaginação a voar para fãs de todas as idades.

PÚBLICO

PRODUTO & VAREJO

Todas as Idades (Bebês e Adultos)

MARKETING

Primário

Mulheres Millennial (25-38)

Secundário

Todas as Idades (Bebês e Adultos)

PERCEPÇÕES DO CONSUMIDOR

- Franquia nostálgica que continua sendo muito procurada entre as mulheres Millennials¹
- Interesse em produtos Alice no País das Maravilhas conduzidos por mulheres de 18-24 e 25-38 anos, mas o interesse está acima da média em termos demográficos¹
- Entre Mães de Crianças 0-5
- Os produtos 101 Dálmatas são de grande interesse para quem tem garotos¹
- Os produtos de Aristogatas/Marie, Bambi ou 101 Dálmatas são de grande interesse para quem tem meninas¹

ONGOIN SUPPORT



The WALT Disney Company
Brasil

ATRIBUTOS DA MARCA



Nostalgia & Storytelling



Solução para Trazer Múltiplas Histórias em Conjunto



Conectado com a Cultura Pop



Personagens Chave & Momentos Icônicos

INTEGRAÇÃO



PROPIEDADES



Disney
ALICE
no país das
MARAVILHAS



Disney
101
DÁLMATAS



Disney
ARISTOGATAS



Disney
Pinóquio



Disney
A Dama Vagabundo



Disney
Peter Pan



Disney
DUMBO



Disney
Bambi



Disney
MOJI O MENINO LOBO

Disney
baby

POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Disney Baby fornece a intersecção das marcas infantis mais confiáveis e dos personagens mais amados do mundo. Uma marca de estilo de vida acessível e com tendência, Disney Baby reina nostalgia e ligação emocional, construindo novas memórias para as gerações futuras em cada momento do dia de um bebê.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Pais de “Primeira-Viagem”

Pais (18-38)

SECUNDÁRIO

Pais Experientes

“Presenteadores”

Avós



PERCEPÇÕES DO CONSUMIDOR

- ✶ Pela primeira vez as mães mudam de Millennials para a Gen Z, por isso o Instagram e os embaixadores da marca são mais importantes do que nunca. As mães exigem agora estilos dignos do Insta para os seus bebês e os seus acessórios.
- ✶ Os Pais Millennials estão também mais empenhados do que os Millennial sem filhos quando se trata de responder a anúncios online, considerando produtos sugeridos e fazer compras online.³

STATUS DE ALCANCE

- Uma das top marcas de entretenimento para as mães de bebês.¹
- Mais de 80% das mães conhecem a Disney Baby como uma marca.¹
- 74% dos pais de (0-2) criaram uma conta para os próprios bebês.²

ATRIBUTOS DA MARCA



Nostálgico



Celebração & Diversão



Tendência



Personagens Amados

INTEGRAÇÃO

Disney 100
100 ANOS DE EMOÇÃO



APOIO PLANEJADO*

RETAIL MARKETING

- ✶ Apoio ao Festival do Bebê e Promoções
- ✶ Lançamentos de novos produtos
- ✶ Produtos para bebês ligados à eventos anuais da marca

EVENTOS ANUAIS

- ✶ Maio / Agosto – Dia das Mães / Dia dos Pais

MARKETING EVERGREEN (2023)

- ✶ Envolver-se em campanhas fixas, incluindo: Mickey True Original, Definitivamente Minnie, Mickey e Amigos: Juntos Pra Valer, Pixar Fest, Princess Adventure Awaits



ONGOIN SUPPORT



The WALT Disney Company
Brasil



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Produtos que dão vida aos contos mágicos do Disney Junior para surpreender e encantar as crianças de todo o mundo.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Crianças Pré-Escolares (2-5)

SECUNDÁRIO

Pais “Presenteadores”



STATUS DE ALCANCE

- Disney Junior é um poderoso multiplicador de visualizações, disponível entre:
 - Disney+: 152M assinantes em todo o mundo.¹
 - Televisão linear: 77M+ casas.
 - YouTube: 37,5 milhões de usuários mensais médios.⁵
- Disney Júnior alcança 3 a cada 5 pré-escolares através de plataformas lineares e streaming.²
- O conteúdo da Disney Junior pode ser encontrado na plataforma nº1 mais amada dos pré-escolares: Disney+ (à frente do YouTube).³
- O conteúdo Disney Júnior tem mais de 12.6B de visualizações desde seu lançamento no YouTube.⁴
- A Disney Junior Music tem acumulado mais de 5B streams através de fornecedores de streaming digital.⁵
- O Disney Junior tem sido a rede pré-escolar número 1 durante quase uma década e é atualmente proprietária de cinco dos 10 programas mais amados pelos pré-escolares.³

APOIO DE MARKETING & DESTAQUES DE CONTEÚDO



Robustas campanhas de comunicação social pagas.
Apoio social e digital contínuo.
Mais de 125 episódios completos e milhares de peças de conteúdo de forma curta no YouTube.
Apoio dedicado ao produto.
Experiências de narração de histórias que incluem livros de histórias, livros de novidades, livros de som, adesivos e livros de atividades.

1. Nielsen, 03/28/22 - 06/26/22
2. Nielsen, 03/28/22 - 06/26/22, Live+7; reach based on a 1 min qualifier, 75% unification. Nielsen Media Research; L+7 viewing from Apr-June Nielsen dates; Data based on Streaming Platform data reach with a 1 min qualifier. Note, does not include mobile viewing.
3. Consumer and Brand Insights: DBT Preschool Tracker Q2 2021; DBT Kids Tracker Q2 2021; DBT Character & Talent Tracker Q2 2021. Note: rankings by D-score unless otherwise noted; D-score is a proprietary measure incorporating

4. YouTube Analytics. Reporting period: Lifetime - 09/02/22. Videos Views
5. Sources: Global consumption data from Spotify, Apple, Amazon, Pandora, Vevo, Deezer, YouTube, Napster, Google, RecoChoku, 9 Squared, Target, Virgin, Barnes & Noble, Disney Music Emporium, Walt Disney Parks & Resorts, Trans World, Best Buy, and others. Data through 2018 to 2021. Metadata from Disney and Universal Music Group systems. Disney Music Group releases only.

ATRIBUTOS DA MARCA



Aventuras



Diversão



Storytelling & Amizade



Temático

INTEGRAÇÃO



ONGOIN SUPPORT



The Walt Disney Company
Brasil

CALENÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

Primavera 2022



Premiere da Série

2023



Premiere 2ª Temporada

2023



Premiere da Série



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Junte-se a Mickey Mouse e aos seus amigos enquanto se aventuram em aventuras fantásticas, cortesia do seu novo amigo Funny - uma casa de jogos mágica e falante - que se pode transformar em qualquer coisa e viajar para qualquer lugar, tanto à volta do globo como através de Hot Dog Hills!

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Meninos (2-5)

SECUNDÁRIO

Meninos (2-5)



STATUS DE ALCANCE

- ♥ #1 Personagem mais popular com Crianças 2-5.1
- ♥ #1 O personagem mais observada na pré-escola em canais & streaming (combinada com Minnie)²
- ♥ #1 O conteúdo mais visto no YouTube com mais de 3.1B vistas ao longo da vida.³

DESTAQUES DE MARKETING & FRANQUIA

- ♥ Personagem de alcance global.
- ♥ Mickey Mouse é a franquia de personagem #1 licenciada no mundo.⁴
- ♥ Biblioteca robusta de mais de 230 episódios e filmes em streaming na Disney+ e mais de 75 episódios no Disney Junior YouTube.
- ♥ Mickey Mouse Funhouse é apoiado pelo marketing A+, incluindo robustas campanhas de meios de comunicação pagos, promoções em plataforma cruzada, pequenas formas dedicadas, jogos, e conteúdo semanal social e YouTube.
- ♥ Mickey continua a ser o apresentador no ar do bloco de programação matinal da Disney Junior "Manhãs do Mickey".
- ♥ Integração em extensões de franquia incluindo áreas de jogo em shoppings e atrações nos Parques e Resorts Disney.
- ♥ Nova série de Curtas Eu e o Mickey.

ATRIBUTOS DA MARCA



Ícônico Mickey Mouse



Transformação



Amizade



Aventuras Fantásticas

INTEGRAÇÃO



ONGOIN SUPPORT



The Walt Disney Company
Brasil

CALENÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

Primavera 2022



Premiere 2ª Temporada

OUTONO 2023



Novos Episódios

INVERNO DE 2023



Episódio Especial

1. Consumer and Brand Insights: Disney Branded Television Preschool Tracker Q4 2021
2. Nielsen, Live+35 Blended with Most Current, 11/14/11-03/06/22, includes data from internal originators
3. YouTube Analytics. Reporting period: Lifetime - 1/17/22. Videos Views. All series specific content posted across Disney Junior on YouTube.
4. TWDC Retail Sales Analysis 2021



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Venha juntar-se à celebração com as organizadoras de festas Minnie, Margarida e Cuckoo Loca abrem o seu próprio negócio - o Palácio da Festa Polka Dot. Repleto de amizade, humor e coração, esta pequena série tem as raparigas a viajar por todo o Hot Dog Hills e mais além, à medida que transformam até a mais pequena festa numa Celebração fantástica! Além disso, elas vão em todas as novas aventuras na Funhouse Mickey Mouse!

PÚBLICO

PRIMÁRIO
Meninas (2-5)

STATUS DE ALCANCE

- 🐭 #1 personagem mais popular entre meninas (2-5).¹
- 🐭 #1 o conteúdo mais visto em linear & streaming (combinado com o conteúdo Disney Junior Mickey), chegando a pré-escolares de 2-5 anos de idade no 4º trimestre de 2021.²
- 🐭 Minnie's Bow-Toons é a série nº1 mais amada da Disney Junior de forma curta com Girls 2-51 com mais de 15.2B minutos lineares vigiados (Crianças 2-5) ao longo da vida até à data.³
- 🐭 #2 conteúdo mais visto no YouTube Disney Junior com 1.9B+ vistas ao longo da vida.⁴
- 🐭 A música de Mickey e Minnie acumularam mais de 2B streams.⁵

DESTAQUES DE MARKETING & FRANQUIA

- 🐭 Minnie Mouse continua a ser a principal propriedade licenciada para meninas em idade pré-escolar em todas as categorias.⁶
- 🐭 Três temporadas de Minnie's Bow-Toons em transmissão no Disney+ e Disney Junior YouTube.
- 🐭 Minnie liderou aventuras dentro da série Mickey Mouse Funhouse.
- 🐭 Apoio Social e Digital contínuo.

ATRIBUTOS DA MARCA



Ícônica Minnie Mouse



Fashion



Amizade Minnie e Margarida



Coração e Humor

INTEGRAÇÃO



ONGOIN SUPPORT



CALENÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

Primavera 2022



Aventuras Minnie-Led

INVERNO DE 2023



Novo Formato de Séries Curtas

OUTONO DE 2024



Novo TemaTemporada 2 | Lançamento de Curtas

1. Consumer and Brand Insights: DBT Preschool Tracker Q4 2021
2. Nielsen, 09/27/2021 - 12/26/2021, Live+7; reach based on a 1 min qualifier, 75% unification; minutes based on viewing through the TV glass (includes linear networks and streaming platforms); series ranks exclude movies/specials/shorts
3. Nielsen, Live+35 Blended with Most Current, 11/14/11-03/06/22, includes data from internal originators
4. YouTube Analytics. Reporting period: Lifetime - 1/17/22. Videos Views. All Minnie content on the Disney Junior channel on YouTube
5. Universal Music Group: Global consumption data from Spotify, Apple Music, Amazon, YouTube, Vevo, Pandora, Deezer, Rhapsody, and others. Reporting period: 2018 to March 2022
6. DPEP Finance



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Alice, a bisneta da heroína original e uma jovem padreira em desenvolvimento, herda o livro de cozinha mágico da sua bisavó e encontra-se à frente de uma padaria encantada no meio do País das Maravilhas. Os melhores amigos de Alice - Fergie, um coelho branco; Hattie, a sua amiga louca, e Rosa, a Princesa dos Corações - juntam-se a ela na Padaria do País das Maravilhas, onde eles preparam comidas extravagantes e doces e embarcam em aventuras de receitas deliciosas.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Meninas (2-5)

SECUNDÁRIO

Crianças (2-5)

STATUS DE ALCANCE

- Atinge 1 em 6 pré-escolares através de plataformas lineares e de streaming¹
- Top 5 Séries de TV a Cabo entre Meninas (2-5)¹
- Apoio social e digital permanente para os pais
- Apoio de marketing musical, incluindo:
- ✓ Clipes musicais no Disney Junior YouTube e no ar



- Programação sazonal de acrobacias e episódios de férias
- Forte apoio sinérgico através da The Walt Disney Company, incluindo uma experiência em parques temáticos, "Alice's Wonderland Bakery Unbirthday Party", redes de comunicação social e muito mais!
- Jogos e Atividades

ATRIBUTOS DA MARCA



O País das Maravilhas



Panificação &
Padaria das Maravilhas



Criatividade

INTEGRAÇÃO



CALENÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

Primavera 2022



Disney Junior Live Tour Integrado

NATAL DE 2022



Episódio Especial de 22 Minutos

INVERNO DE 2023



Premiere 2ª Temporada

1. Nielsen, 03/28/2022 - 06/26/2022, Live+7; reach based on a 1 min qualifier, 75% unification; series ranks exclude movies/specials/shorts, based on series with 13+



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Inseridos num mundo fantástico onde veículos falantes vivem, trabalham e brincam com os humanos que os conduzem, os Firebuds seguem um rapaz e o seu caminhão de bombeiros enquanto se juntam aos seus amigos de primeira resposta para ajudar outros na sua comunidade com problemas tanto grandes como pequenos. Quer se trate de resgatar um jovem carro preso numa árvore, localizar cachorros dálmatas perdidos, ou ajudar os seus vizinhos a abastecer-se de mantimentos de emergência durante um apagão, os Firebuds sublinham a importância do trabalho de equipe e da ajuda aos seus cidadãos.

PÚBLICO

PRIMÁRIO
Meninos (2-5)

SECUNDÁRIO
Crianças (2-5)



PERCEPÇÕES DA FRANQUIA

- As primeiras pesquisas mostram que as crianças acham a equipe principal agradável porque "salvam pessoas".¹
- Os pais gostam que cada personagem tenha um papel distinto no grupo (bombeiro, EMT, polícia) e que exista uma relação única entre cada criança e o seu veículo.¹
- As crianças e os pais apreciam o aspecto de crianças serem personagens que trabalham em conjunto com os veículos para ajudar os outros.¹

ATRIBUTOS DA MARCA



Equipe de Crianças e Veículos



Reviravolta em Temas de Resgate

APOIO DE MARKETING & DESTAQUES DE CONTEÚDO

- Disney Junior Dance Party! integração no novo navio de cruzeiro Disney Wish
- Primavera de 2022 - episódios e música
- 28 de Outubro - Dia Nacional dos Primeiros Socorristas
- Musicais no Disney Junior YouTube e no ar

INTEGRAÇÃO



CALENÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

21 de Setembro, 2022



Premiere da Série Firebuds



1. 1Disney Branded Television Content & Brand insights; Firebuds Series Development Research Dec. 2019



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Uma franquia de sucesso, Disney Frozen é uma história de aventura sobre o poder do amor e da família que inspira fãs de todas as idades a ousarem se aventurar no desconhecido, nunca desistir e abraçar seu verdadeiro propósito.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Meninas 3-8 anos

SECUNDÁRIO

Famílias



DESTAQUES DA FRANQUIA

- 🐾 Globalmente, Disney Frozen foi o filme de animação nº 1 em 2013
- 🐾 A trilha sonora de Disney Frozen foi certificada três vezes com o disco de platina e foi ouvida mais de 900M vezes no Spotify.
- 🐾 "Olaf Apresenta" é o último conteúdo da franquia no Disney+

ATRIBUTOS DA MARCA



Aventura épica



Música



Família e Autodescoberta



Humor



Sustentabilidade



Força e Determinação



CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

AGOSTO DE 2023

Momento Frozen na campanha de Disney100



NOVEMBRO DE 2023

10º Aniversário do Frozen

ONGOIN SUPPORT





POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Disney Princesa encanta o público há gerações com histórias atemporais e personagens icônicas. Para a franquia, focamos nos atributos das Princesas, como Coragem e Gentileza, para inspirar crianças e mulheres.

PÚBLICO

PRIMÁRIO
Meninas 3-8 anos

SECUNDÁRIO
Famílias e jovens adultos



FORÇA DA FRANQUIA

- Disney Princesa é uma das franquias mais populares globalmente entre meninas de 3 a 8 anos.
- O canal Disney no YouTube, com mais de 7 milhões de inscritos, conta com uma playlist exclusiva de Princesa.
- 50% dos consumidores consideram-se fãs da marca e 45% dizem que a franquia influencia na compra.
- Perfil @DisneyPrincesaBR no Facebook e Instagram.

Fonte: Disney Brasil 2022

ATRIBUTOS DA MARCA



Aventura



Música



Diversidade



Coragem e Gentileza



Força e Empoderamento

ONGOIN SUPPORT



The Walt Disney Company
Brasil



CALENÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

25/05/2023
NOS CINEMAS

Disney
PEQUENA SEREIA

AGOSTO DE 2023

Celebração Momento Princesa dentro da campanha de Disney100

Disney 100
100 ANOS DE EMOÇÃO

2024 E DEPOIS

Disney
SNOW WHITE

- Live-action Branca de Neve: 21 de março de 2024
- Séries de Tiana e Moana no Disney+ em 2025



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Disney Villains é uma franquia de estilo de vida que convida os fãs adultos a expressarem seu lado mais sombrio e ousado 365 dias por ano com ofertas de produtos de várias categorias. Com uma lista profunda de personagens, existem vastas oportunidades desta franquia.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Adultos (18-34)
Adolescentes (13-17)
Pré-Adolescentes (9-12)

INTEGRAÇÃO



DESTAQUES DA FRANQUIA

- O interesse em produtos da Disney Villains é maior entre as meninas 9-17 e as mulheres 18-38. Entre os interessados em comprar produtos:
 - Meninas Pré-Adolescentes/Adolescentes 9-12 e 13-17 são as mais interessadas em produtos da Malévola e Cruella de Vil.1
 - As mulheres e as meninas são mais propensas a querer produtos com vilãs femininas (por exemplo, Malévola, Úrsula, Cruella, Rainha Má, Mãe Gothel), embora Scar e Hades também despertem interesse entre as mulheres 18-38.1
 - Os homens estão mais interessados em produtos que apresentem vilões masculinos ou vilões de franquias que não sejam Disney Princesas (por exemplo, Scar, Hades, Capitão Gancho, Jafar, etc.).1
- Disney Villains continua a ter uma presença contínua de 365 no Disney+, tanto em filmes clássicos como em filmes de live-action.
- Disney Parks & Resorts continuará a destacar os Vilões na programação diária, sazonal e premium em todo o mundo.
- Temos apoiado o "punk" com guias de estilo para Adultos. Os temas punk foram inspirados na Cruella do live-action e são um complemento perfeito para o sortimento clássico de Villains.

ATRIBUTOS DA MARCA



Vilanesca



Audaciosa



Storytelling & Amizade



Temático



Temático

VILÕES PRINCIPAIS



Úrsula



Malévola



Scar



Rainha Má



Mãe Gothel



Yzma



Dr. Facilier



Cruella de Vil



Jafar



Hades

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023



Integração Disney 100

Primavera 2023

Halloween

2024

30º Aniversário de O Rei Leão

ONGOIN SUPPORT



The Walt Disney Company
Brasil



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

60º filme de Walt Disney Animation Studios, Encanto conta a história dos Madrigal, uma família extraordinária que vive em uma casa mágica escondida nas montanhas da Colômbia - um lugar maravilhoso e encantador chamado 'Encanto'.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Meninas 3-8 anos

SECUNDÁRIO

Famílias e meninos

FORÇA DA FRANQUIA

- 🐭 Maior animação de 2021 nos cinemas do Brasil.
- 🐭 Melhor resultado de estreia de uma animação Disney no Disney+.
- 🐭 Conteúdo mais assistido no Disney+ por 20 dias consecutivos.
- 🐭 Oscar de Melhor Filme de Animação.



ATRIBUTOS DA MARCA



Comédia e Aventura



Realismo Mágico e Música



História Latino-americana



Família

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023

Evento "Cantando com Encanto" em 2023 no Brasil.



ONGOIN SUPPORT



The Walt Disney Company
Brasil



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Este papagaio de pensamento rápido é alegre, inteligente, questionador e tem uma riqueza ... de ideias! Ele nunca está com falta de otimismo e está sempre batalhando, como todo bom brasileiro para driblar as adversidades. Na visão de Zé Carioca, não há necessidade de deixar que os problemas o desanimem. A vida é linda e deve ser vivida com bom ânimo... e em um ritmo cativante de samba! Quem se vê visitando o Brasil, não conseguiu encontrar um guia melhor que Zé Carioca. Mas se, em vez de um guia turístico, você precisar de um consultor de esportes, um especialista em culinária local ou um consultor profissional de qualquer outro tipo, Zé é o pássaro que você está procurando, porque todos os dias ele cria novas profissões.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Millenials e Gen Z

80 ANOS (2022)

Campanha de marketing com investimento robusto focando em reapresentar o personagens e seus principais atributos diretamente ligado ao perfil dos brasileiros. Possibilidade de desenvolvimento de produtos.

Plano de ação:

- Desenvolvimento de produtos;
- Marketing & Trade;
- E-Commerce;
- Click To Buy;
- Influenciadores Pagos.

Campanha com Creators do TikTok:

- 16.4M de alcance;
- 474M de média de likes;
- 12,8% de engajamento médio estimado;

Presskit para celebridades:

- Facebook: 11.3M de alcance;
- Instagram: 10.5M de visualizações.

Click To Buy:

- 55K de investimento;
- 11.2M de impressões;
- 163.2K cliques;
- 1.4M de visualizações.



ATRIBUTOS DA MARCA



Alegre



Criativo



Amigável



Otimista

PILARES ESTRATÉGICOS

- Música;
- Home Decor;
- Moda Brasileira;
- Pessoas.



CALENÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023



Momento Zé Carioca fazendo parte da campanha Disney 100

FEVEREIRO 2023



Carnaval

AGOSTO 2023



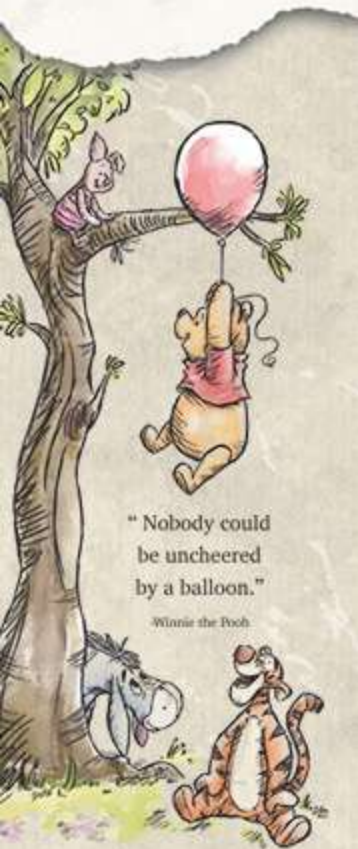
Aniversário Zé Carioca

SETEMBRO 2023



Bienal do Livro

Disney Winnie the Pooh



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

O Ursinho Pooh é um adorável urso de pelúcia que pertence a um menino chamado Christopher Robin. Pooh vive e brinca no Bosque dos Cem Acres, onde frequentemente vive aventuras divertidas, imaginativas e absurdas com seus amigos. Pooh não se esquivava de novas experiências - em vez disso, ele abraça qualquer oportunidade de aprender algo novo sobre o que o rodeia.

PÚBLICO

PRODUTO & VAREJO

Todas as Idades (Bebês e Adultos)

MARKETING

Primário

Mulheres Millennial (25-38)

Secundário

Pais com Crianças 0-2

PERCEPÇÕES DO CONSUMIDOR

- O Ursinho Pooh tem uma consciência universal dos mercados e da demografia (Adultos e Crianças).¹
- O Ursinho Pooh tem um apelo acima da média entre Crianças 3-12 e Adultos 18+ na maioria dos mercados a nível mundial.
- O Ursinho Pooh classificou-se como o #4 IP mais procurado para produtos de todas as franquias testadas entre as mulheres adultas 39-54.²
- O Ursinho Pooh classificou-se como o #8 IP de produto de todas as franquias testadas entre as Mulheres Gen Z 18-24.²
- Entre os produtos, o pijama e a decoração da cama/quarto tem um apelo acima da média.
- Os pais de meninas (0-2) têm um interesse acima da média nos produtos do Ursinho Pooh.²
- Entre os produtos, os livros e as principais categorias de vestuário (por exemplo, fantasias, camisetas e pijamas) têm um interesse acima da média.

ATRIBUTOS DA MARCA



Mindfulness



Cuidar dos outros



Poesia



Natureza (Bosque dos Cem Acre)

PERSONAGENS E ATRIBUTOS



Pooh
Imaginativo
& Amável



Iô
Vagaroso &
Melancólico



Tigrão
Divertido
& Espontâneo



Leitão
Leal
& Tímido



**Christopher
Robin**
Alegre
& Paciente



Coelho
Inteligente
& Organizado

CALENÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023



Integração com o 100º Aniversário da Disney

2024

Ativação: Sustentabilidade e Natureza



1. 2021 DPEP Franchise/Character Study
2. 2021 Disney Franchise x Product Category Study



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Em Wish: O Poder Dos Desejos, Asha, uma jovem e espirituosa sonhadora de 17 anos de idade faz um desejo tão poderoso que é atendido por uma força cósmica: a pequena esfera de energia chamada Estrela. Juntas, Asha e Estrela enfrentam um inimigo formidável, o Rei Magnífico, para salvar sua comunidade e provar que, quando a vontade de uma pessoa corajosa se une à magia das estrelas, coisas maravilhosas podem acontecer.

PÚBLICO

Primário

Crianças 3-11

Secundário

Famílias, adultos e fãs de Disney

DESTAQUES

- Conteúdo principal dentro da celebração de Disney100
- Filme do centenário de Walt Disney Animation Studios
- História de origem dos contos clássicos da Disney

ATRIBUTOS DA MARCA



Conto de Fadas moderno



Aventura e Empoderamento



Disney100

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

DEZEMBRO 2023

Campanha de Studios e Produto de Consumo

4 DE JANEIRO DE 2024

Lançamento nos cinemas



Disney 100
100 ANOS DE EMOÇÃO





POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Siga Ariel enquanto ela descobre novas maravilhas em seu mundo e encontra sua voz em uma jornada de autodescoberta.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Meninas 3-8 anos | Mulheres 18-24 anos

SECUNDÁRIO

Famílias

DESTAQUES

- Quatro músicas totalmente novas para atualizar a icônica trilha sonora do filme animado original.
- Expansão dos momentos da história para trazer frescor e modernizar esta nova versão.
- Lindos cenários e trajes que capturam o mundo rico do mar e da terra.

ATRIBUTOS DA MARCA



Curiosidade e Coragem



Diversidade



Irmandade



Autenticidade



Musical



Crescimento



CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

MAIO DE 2023

- Lançamento do filme nos cinemas
- Campanha de marketing de Studios e Produto de Consumo

INVERNO DE 2023

- Chegada do título no Disney+



SINOPSE

Depois de descobrir o extraterrestre mais procurado da galáxia, Lilo renomeou o Experimento 626, Stitch, e o adota não oficialmente como seu novo "cachorro". Por meio de seu amor e crença inabalável em "Ohana", a palavra havaiana para família, Lilo e Stitch desenvolvem uma amizade especial, e ela mostra a ele como amar incondicionalmente. Eles vivenciam atividades cotidianas como dança hula, escola e surfe, e ajudam uns aos outros em situações difíceis ao longo do caminho.

PÚBLICO

PRODUTO PRIMÁRIO

Pré-Adolescentes | Adolescentes | Jovens Adultos

PRODUTO SECUNDÁRIO

Todas as Idades (Bebês e Adultos)

MARKETING PRIMÁRIO

Gen Z (18-24) | Millennials (25-38)



PERCEPÇÕES DO CONSUMIDOR

- Stitch ocupa o 15º lugar entre os IPs mais procurados para produtos de todas as franquias testadas entre as meninas (13-17).¹
- Stitch ocupa o segundo lugar no ranking de IP mais procurado para produtos de todas as franquias testadas entre mulheres da Geração Z (18-24), entre múltiplas categorias de produtos.¹
- Homens adultos (18-38) expressam um forte interesse em Stitch através de categorias chave de vestuário (especialmente roupa de dormir e camisetas).¹
- Atratividade de caráter acima da média na maioria dos mercados a nível mundial entre os Jovens Adultos (18-38).²

CONSIDERAÇÕES CRIATIVAS

Foco Criativo 365:

Engraçado e fofinho "Pet".
Experimento 626

Oportunidades Sazonais:

Expandir em todas as estações e feriados.
Stitch fantasiado.

POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Depois de descobrir o extraterrestre mais procurado da galáxia, Lilo renomeou o Experimento 626, Stitch, e o adota não oficialmente como seu novo "cachorro". Por meio de seu amor e crença inabalável em "Ohana", a palavra havaiana para família, Lilo e Stitch desenvolvem uma amizade especial, e ela mostra a ele como amar incondicionalmente. Eles vivenciam atividades cotidianas como dança hula, escola e surfe, e ajudam uns aos outros em situações difíceis ao longo do caminho.

TEMAS DA FRANQUIA



EXPERIMENTO 626

Experimento 626 = Stitchantes de conhecer Lilo. O prisioneiro desobediente e destrutivo do espaço



OHANA

"Ohana significa família, e família significa que ninguém é deixado para trás ou esquecido



A VIDA ALOHA

O filme se passa principalmente no Havaí, cercado por praias, castelos de areia, surf -a vida Aloha

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023



Integração Disney 100



Dia 626 (26 de Junho)
Marketing Dedicado

JUNHO 2024



Dia Internacional do Surf (20 de Junho)
Dia 626 (26 de Junho)

PIXAR



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Não há melhor maneira de contar sua própria história, da forma mais criativa possível, do que através das roupas que você veste e da maneira como você brinca. Viva sua vida como um filme da Pixar, preenchendo cada momento com aventura, humor e emoção. Esta é a sua história para contar - Seja ousado. Seja Animado!

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Meninos 3-8 anos

SECUNDÁRIO

Crianças de todas as idades
Adolescentes
Adultos



FORÇA DA FRANQUIA

- Pixar compreende algumas das franquias mais amadas da The Walt Disney Company como Carros, Toy Story, Procurando Nemo e Monstros.
- No Brasil, Pixar possui afinidade maior do que a média de outras marcas e franquias do mercado.
- A exposição Mundo Pixar, que aconteceu em 2022 no Shopping Eldorado, em São Paulo, teve seus ingressos esgotados antes da abertura e foi um sucesso de público.
- O canal Disney no YouTube, com mais de 7 milhões de inscritos, conta com vídeos exclusivos de diversas franquias da Pixar.

ATRIBUTOS DA MARCA



Criativamente Ambiciosa



Inovadora



Autêntica



Próxima



Inteligente e Engraçada



CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023

- Lançamento de Elementos nos cinemas (22/6)
- Momento Pixar, celebração da franquia dentro da campanha de Disney100, acontecerá em setembro



SETEMBRO DE 2023

- Lançamento da série Win or Lose no Disney+

2024

- Lançamento de Elio nos cinemas (29/2)
- Lançamento de Divertida Mente 2 nos cinemas (13/6)

ONGOIN SUPPORT



The Walt Disney Company
Brasil



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Por quase 20 anos, Carros acelera o coração de meninos de todo o mundo com personagens inesquecíveis e muita diversão. A franquia é uma das favoritas para meninos de 2-5 anos.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Meninos 2-5 anos

SECUNDÁRIO

Famílias



FORÇA DA FRANQUIA

- O canal Disney no YouTube, com mais de 7 milhões de inscritos, conta com uma playlist exclusiva de conteúdos de Carros.
- O Relâmpago McQueen está no TOP 10 de personagens mais amados por meninos de 3 a 8 anos.

ATRIBUTOS DA MARCA



Veículos com personalidade



Corridas no mundo real



Pixar Storytelling



Trabalho em equipe



CALENÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023

Destaque para Carros dentro da celebração Momento Pixar, que acontece em setembro



ONGOIN SUPPORT



The Walt Disney Company
Brasil



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Toy Story completará 30 anos em breve. São três décadas acompanhando a história dos brinquedos que ganham vida e que encantam o público pela amizade, aventura e imaginação.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Meninos 2-8 anos

SECUNDÁRIO

Fãs de Pixar de todas as idades e famílias

FORÇA DA FRANQUIA

- Toy Story possui a maior afinidade com consumidores dentre todas as franquias da Pixar.
- Woody e Buzz continuam a ser os personagens favoritos da franquia.

ATRIBUTOS DA MARCA



Aventura



Amizade



Imaginação



Storytelling da Pixar

OUTRAS INFORMAÇÕES

Em setembro acontece a celebração Momento Pixar dentro da campanha Disney100, que dará destaque para os produtos da franquia.



DESTAQUES DA FRANQUIA

O canal Disney no YouTube, com mais de 7 milhões de inscritos, conta com uma playlist exclusiva de conteúdos de Toy Story.

ONGOIN SUPPORT



The Walt Disney Company
Brasil





POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Uma menina pode se tornar a melhor amiga de monstros assustadores? Boo, Sulley e Mike provam que sim nessa franquia assustadoramente divertida.

PÚBLICO

PRIMÁRIO
Crianças 2-8 anos

SECUNDÁRIO
Fãs de Pixar de todas as idades e famílias

ATRIBUTOS DA MARCA



Humor



Trabalho em equipe



Amizade





POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Os Incríveis celebra nossa família de super-heróis favorita: Sr. e Sra. Incrível, Violeta, Flecha, Zezé e, é claro, seu amigo Gelado. É impossível não se divertir enquanto eles salvam o mundo em superaventuras emocionantes.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Crianças e famílias

ATRIBUTOS DA MARCA



Primeira família de super-heróis



Ação e aventura



Humor

FORÇA DA FRANQUIA

Os Incríveis venceu dois Oscars: Melhor Filme de Animação e Melhor Som.

Os Incríveis 2: R\$ 145M de bilheteria e 9.8M de pessoas, tornando-se a maior animação de todos os tempos no Brasil.





POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Divertida Mente explora a mente de Riley e suas principais emoções em um filme repleto de humor, diversão e, claro, emoção.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Meninas 6-12

SECUNDÁRIO

Famílias e fãs de Pixar

ATRIBUTOS DA MARCA



Storytelling da Pixar

DESTAQUES DA FRANQUIA

- R\$ 46M de bilheteria no Brasil.
- 2a maior animação no ano em 2015.
- 3.7M de pessoas no Brasil assistiram ao filme
- Vencedor do Oscar de Melhor Filme de Animação.



CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

● 13 DE JUNHO DE 2024

● Lançamento Divertida Mente 2 nos cinemas





POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

A primeira série completa da Marvel voltada para crianças em idade pré-escolar e suas famílias. Peter Parker deve descobrir o que é preciso para se tornar um super-herói verdadeiramente incrível: ser um amigo aranha que trabalha bem em equipe. Junto a seus amigos Miles Morales e Gwen, também conhecida como Aranha-Fantasma, eles se juntarão a heróis como Hulk, Pantera Negra e Ms. Marvel.

Para derrotar inimigos e aprender que o trabalho em equipe é a melhor maneira de salvar o dia. Na segunda temporada, Peter Parker, Gwen Stacy e Miles Morales continuam suas aventuras de Super-Herói como a Equipe Spidey, e contam com a ajuda de novos Vingadores — Homem de Ferro, Homem-Formiga e Vespa, e Réptil. Juntos, eles enfrentam novos inimigos complicados: Electro, Gata Negra, Homem-Areia e Zola em um esforço para protegerem não apenas sua comunidade, mas o mundo natural ao seu redor.

PÚBLICO

Crianças de 2 a 5 anos e suas famílias

FORÇA DA FRANQUIA

O Homem-Aranha é o personagem nº 1 de todos os meninos em idade pré-escolar.

SOURCE: Disney Character Tracking Brasil - 2021.

DIGITAL

Youtube Marvel HQ BR

+1.3M Inscritos



ATRIBUTOS DA MARCA



Heróis Icônicos



Trabalho em equipe



Identidade secreta



Diversão

ON GOING SUPPORT



CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023

Fevereiro - Estreia da segunda temporada no Marvel HQ, Disney Junior e Disney+

Segundo semestre: Estreia terceira temporada "Spidey & His Amazing friends: Web-Spinners" no Marvel HQ, Disney Junior e Disney+





POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Como o super-herói icônico e identificável, o Homem-Aranha mostra que, com grande poder, também deve haver grande responsabilidade.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Kids: 2-9
Adolescentes: 10-12
Adultos: 19+

SECUNDÁRIO

Adolescentes: 13-19

PERSONAGENS-CHAVE

Heróis Principais: Spider-Man, Miles Morales, Ghost-Spider
Personagens Secundários: Venom, Spider-Girl, Carnage, Green Goblin

FORÇA DA FRANQUIA

- Homem-Aranha tem um Awareness de 99% com crianças 6-12 (D-Score Trending)
- O Homem-Aranha é o personagem principal dos meninos de 6 a 8 (Relatório de tendências do D-Score)
- O Homem-Aranha continua com a maior afinidade de qualquer personagem licenciado para meninos
- Outros heróis com tema de aranha, novos heróis e vilões com potencial de crescimento
- Homem-Aranha: Sem Volta Para Casa foi sucesso, alcançando a maior bilheteria de abertura de todos os tempos no Brasil

ATRIBUTOS DA MARCA



Herói Icônico



Teia de aranha



Andar pela parede



Identidade secreta



Elenco coadjuvante popular



"Com grandes poderes, também deve haver grandes responsabilidades"

DIGITAL

@marvelbrasil

+3M Seguidores no Instagram

OUTRAS INFORMAÇÕES

- Campanha 60 anos Homem-Aranha (08/22 a 07/23)
- Nova temporada e **Spidey e Seus Amigos Espetaculares** (Fevereiro/23 no Disney +)
- Participação na campanha de Marvel Heróis Unidos
- Lançamento **Homem-Aranha: Através do Aranhaverso Parte 1** (01/06)

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023

Evento anual de varejo reunindo os principais heróis Marvel e renovando o ponto de venda



HEROES UNITE

Lançamento cinema (Sony - 01/06)



Lançamento games (outubro)

SPIDER-MAN 2

Campanha Avengers 60th (agosto a dezembro)



PILARES DA FRANQUIA





POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Os Vingadores inspiram com o poder do trabalho em equipe, pois combinam suas habilidades únicas para enfrentar ameaças grandes demais para qualquer herói enfrentar sozinho.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Crianças: 5-9
Pré-Adolescentes: 10-12;
Adultos: 19+

SECUNDÁRIO

Pré-Escolares 2-4;
Adolescentes: 13-19

FORÇA DA FRANQUIA

- Grande suporte a conteúdo em todos os pontos de contato do consumidor
- Vingadores: Ultimato é o filme de maior bilheteria de todos os tempos
- O crescimento contínuo da Marvel HQ como um ponto de contato diário para crianças A Marvel continua a ser a editora de quadrinhos nº 1

CONSUMER INSIGHTS

- 9 a cada 10 pessoas conhecem Marvel (62% consideram que há conteúdo para todas as idades)
- 97% de liking entre mulheres (45% se consideram 'fanáticas')
- Os melhores heróis: 6 entre 10 pessoas consideram que nossa marca tem grandes histórias e os melhores heróis
- Personagens preferidos: Homem-Aranha, Iron Man e Capitão América Lideram a preferência de personagens no Brasil
- Incidência de compra 96% já comprou e 89% planeja comprar novamente

CROSS-COMPANY SUPPORT

- **Marvel O Poder é Nosso:** Campanha para 2022 desenvolvendo produtos com artistas brasileiros e C&A. Campanha de 2023/24 em desenvolvimento.
- **Marvel Heróis Unidos:** Campanha para trazer os Heróis Marvel novamente
- **Marvel Gamers:** Campanha com marketing de influência para posicionar Marvel dentro do universo gamer



ATRIBUTOS DA MARCA



Trabalho em equipe / aventuras compartilhadas



Aventuras Épicas



Trajes icônicos, Habilidades individuais de aspiração



"Vingadores, avante!"

PERSONAGENS-CHAVE

Alta Afinidade: Homem-Aranha, Homem de Ferro, Thor, Capitão América, Hulk, Pantera Negra, Capitã Marvel

Oportunidade: Falcão, Loki, Ms. Marvel, Mônica Rambeau, Loki, Soldado Invernal

DIGITAL

@marvelbrasil

+3M Seguidores no Instagram

PILARES DA FRANQUIA



CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

- **Outubro/22:** Presença na Brasil Game Show com estande e loja Marvel
- **Novembro/22:** Estreia de Pantera Negra: Wakanda Para Sempre nos cinemas
- **Dezembro/22:** Presença na CCXP com spoiler da Marvel Store

2023

MARVEL HEROES UNITE

- Evento anual de varejo reunindo os principais heróis Marvel e renovando o ponto de venda
- **Fevereiro/23:** Estreia de Homem-Formiga e a Vespa: Quantumania nos Cinemas
- **Mai/23:** Estreia de Guardiões da Galáxia: Volume 3 nos cinemas
- **Junho/23:** Estreia de Invasão Secreta no Disney+
- **Agosto/23:** Campanha de celebração de 60 anos dos Vingadores no Varejo





POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Há mais de quatro décadas da franquia Star Wars, a marca conta com o suporte contínuo de novos conteúdos e pelo legado de live-action, animação e documentário de Star Wars no Disney+ e plataformas digitais. Ícone cultural global com mais de quatro décadas de liderança em licenciamento de entretenimento. Traz uma experiência de marca multifacetada e em constante evolução para uma base diversificada de consumidores globais. Star Wars está sempre disponível e acessível por meio de pontos de contato durante todo o ano e seu robusto portfólio de produtos de consumo que estende o envolvimento de fãs (crianças e adultos) ao dia-a-dia de nossos consumidores.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Core Fans (35+)
Crianças: 5-12

SECUNDÁRIO

Casual Fans, Adults, Famílias
Presenteadores, Fãs de Cultura pop

ATRIBUTOS DA MARCA



Narrativa Atemporal



Multigeracional



Mitologia e Moralidade



Esperança, Otimismo, Diversão



Sabres de luz, a força

DADOS DE FORÇA

- Aproximadamente 2 em 3 homens da geração Z de (18 a 24 anos) e 3 em 4 homens da geração Millennial estão interessados em produtos de Star Wars.
- 1 em cada 3 mulheres da geração Z e quase metade das mulheres da geração Millennial estão interessadas em itens de Star Wars (especialmente Grogu).
- Um fenômeno da cultura pop, o produto de Grogu provou ser 51% mais eficiente, atraindo o interesse de mulheres adultas por meio de plataformas de mídia social.
- O Star Wars Day (4 de maio de 2022) criou mais de 10,5 bilhões de impressões de mídia e mídia social e ampliou a conscientização para mais de 200 negócios e produtos.
- A série "O Livro de Boba Fett" foi o programa mais visto entre seu público projetado.
- Star Wars: The High Republic, a série de livros que conquistou mais de 3 bilhões de audiência, com a maioria dos títulos da primeira onda se tornando best-sellers. Star Wars alcançou 68 best-sellers desde 2013.

DIGITAL

@StarWarsBr

+404K Seguidores no Instagram

HIGHLIGHTS

- Star Wars representa seis dos 20 filmes de maior bilheteria de todos os tempos na América do Norte, incluindo Star Wars: O Despertar da Força em primeiro lugar
- Cinco desses filmes geraram mais de US\$ 1 bilhão de bilheteria em todo o mundo e novos projetos que estão por vir.

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023

Live Action:

- Estreia da 3ª temporada de The Mandalorian, Disney+
- Estreia da série Ahsoka, Disney+
- Estreia da série Skeleton Crew, Disney+

Animação:

- Estreia da série "Aventuras dos Jovens Jedi", Disney+
- Segunda temporada de "Star Wars Visions", Disney+

Gaming:

- Star Wars Jedi: Survivor (abril)

Aniversários:

- Star Wars: O Retorno do Jedi 40 Anos
- 20 anos de A Guerra dos Clones

Q1 2023

- The Bad Batch season 2 premiere, D+ (Jan. 4)
- Campanha de Varejo "Mando Mania" (Março/Abril)

Q2 2023

- May the 4th (Star Wars Day)
- Disney100 - Star Wars spotlight

STAR WARS THE MANDALORIAN



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Primeira série live-action de Star Wars que estreou no Disney+, The Mandalorian se passa após a queda do Império e antes do surgimento da Primeira Ordem.

The Mandalorian é uma das séries mais conhecidas de Disney+, a plataforma que acumulou mais de 100 milhões de assinantes até Setembro de 2022

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Fãs (35+)

Famílias

SECUNDÁRIO

Casual Fans, Adultos, Fãs da Cultura Pop

DIGITAL

@StarWarsBr

+404K Seguidores no Instagram



DADOS DE FORÇA

- A série foi concorreu a 15 prêmios Emmy®, ganhando 7 deles em diferentes categorias. Ajudando a acumular mais de 60.5 milhões de assinantes na plataforma Disney + em Agosto de 2020.
- A terceira temporada de The Mandalorian foi lançada em Março de 2023.
- A série continua sendo um dos programas mais comentados da Disney + (120 milhões de usuários em todo o mundo até Setembro de 2022).
- Fenômeno da cultura pop, os produtos de consumo “Grogu” geraram mais de 30 bilhões de impressões na mídia no final de 2019, somando-se a mais de 2.000 impressões alcançadas por meio de uma estratégia de RP realizada na Feira de Brinquedos de Nova York em fevereiro de 2020.



ATRIBUTOS DA MARCA



Contar histórias atemporais



Fantasia épica do espaço



Mitologia e Moralidade



Multi-geracional



Sabres de luz



A força Esperança, Otimismo



Diversão

HIGHLIGHTS

- Um fenômeno da cultura pop, se destacou através das histórias, da internet e de seus produtos alcançando bilhões de pessoas ao redor do mundo. The Child, agora denominado “Grogu”, e a série The Mandalorian expandiram o interesse na franquia Star Wars, se conectado ainda mais com os fãs e atraindo novos adeptos a franquia.



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Ambientada na era da Alta República, “Star Wars: Aventuras dos Jovens Jedi” conta a história de Kai, Lys e Nubs, aprendizes enviados pelo Mestre Yoda para treinar no templo Jedi localizado no lindo planeta Tenoo sob a tutela da Mestra Zia. Juntos, eles embarcam em grandes aventuras pela galáxia a bordo da nave pilotada pela habilidosa Nash e seu droide RJ-83. Enquanto aprendem sobre a Força, eles ajudam quem encontram pelo caminho, enfrentam piratas, conhecem criaturas exóticas e descobrem o valor da verdadeira amizade.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Crianças Pré-Escolares (2-5)

SECUNDÁRIO

Pais e Presenteadores

ON GOING SUPPORT



Highlights

- #1 conteúdo assistido entre pré-escolares
- #3 conteúdo mais assistido no geral
- Top 15 conteúdo mais aquisitivo
- 2x mais assistido que spidey & His amazing friends*
- Curtas no Youtube de Disney Brasil tiveram +2M Impressões e +634K views

ATRIBUTOS DA FRANQUIA



Aspiracional



Gender-Neutral



Esperança e Otimismo



Elementos Clássicos de Star Wars

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2023

- **Maior:** Lançamento no Disney +
- **Agosto:** Lançamento da Campanha de Produto
- **Até Dezembro:** Expansão

2024

- Temporada 3



A HISTÓRIA QUE REDEFINIU FILMES DE AVENTURA

Lançado originalmente em 1981, Raiders of the Lost Ark redefiniu as possibilidades do cinema de aventura. Indiana Jones é o herói clássico desta aventura ambientada na década de 1930, quando o arqueólogo perspicaz e vigoroso sai em busca da Arca Perdida da Aliança. Muitas vezes enfrentando dificuldades intransponíveis, Indy sempre consegue ter sucesso na hora certa, acompanhado por companheiros cativantes e combatido por vilões notórios. Um elenco memorável combinado com técnicas inovadoras de efeitos especiais da Industrial Light & Magic, Raiders capturou o espírito dos cinéfilos por gerações e continua a inspirar aventuras que ainda estão por vir ...

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Legacy Fans

SECUNDÁRIO

Casual Fans

Teens & Young Adults

Families & Kids 6-12

HIGHLIGHTS

- Lançamento de “Indiana Jones e a Relíquia do Destino” nos cinemas em 29 de junho de 2023;
- Redefiniu os filmes de aventura, permeou a cultura pop e inspirou um gênero que é relevante até os dias de hoje;
- 40 anos de franquia com sucesso em livros, filmes e jogos; Base de fãs apaixonada; Divertido e Educativo

DADOS DE FORÇA

- O estudo de marca E-Score mostra a marca com forte apelo e engajamento com +10 apelo líquido vs. a média de franquia de entretenimento
- 4 décadas de aventura icônica - data de lançamento original Raiders of the Lost Ark: 12 de junho de 1981
- A coleção de 4 filmes de Indiana Jones está disponível em 4K Ultra HD, digital e streaming e transmissões de TV linear Coleção de produtos dos Caçadores da Arca Perdida do 40º aniversário nos parques shopDisney e Disney Disneyland®Resort, Disneyland®Park
- Indiana Jones™ Adventure tem mais de 25 anos consecutivos Bethesda Games lançará videogame autônomo de sustentação em 2023

ATRIBUTOS DA MARCA



Aventura



Ação



Trilha Sonora Épica



Mistérios Antigos



Sagacidade / Humor /
Divertimento



Multi-geracional





RESUMO DA MARCA

Com o objetivo de inspirar o explorador em todos.

Por mais de 132 anos, a National Geographic tem inspirado públicos em todo o mundo, contando histórias interessantes e importantes sobre a experiência humana e os últimos lugares e espécies selvagens da Terra. Vemos nossos produtos como um veículo para contar essas histórias e levar diferentes partes do mundo aos consumidores de uma forma que pareça significativa e relevante para suas vidas diárias. Nosso objetivo é utilizar o vasto legado da National Geographic, reinventando a marca para transformar sua reverência universal em relevância hoje, ao mesmo tempo inspirando uma marca de estilo de vida que capacita a exploração em todos os níveis por meio de produtos e experiências.

TEMAS DO ANO

- Nos próximos anos, a National Geographic se reunirá em torno de temas anuais coesos. Eles serão celebrados nas principais linhas de negócios, incluindo conteúdo e ativações das equipes de Publicação, Editorial, Canal, Produtos de Consumo, Expedições, Digital e Marketing.
- O Dia da Terra será um sustentáculo anual a cada primavera e o foco de 2022 será a conservação global de florestas / árvores. No outono / inverno de 2021, vamos nos concentrar nos oceanos. Na primavera / verão 2022, nosso tema será Viagem pelo mundo.



RETORNO

Produtos com propósito.

Quando você colabora com a National Geographic, está ajudando a apoiar o importante trabalho de impacto dos exploradores, cientistas e educadores da National Geographic Society em todo o mundo por meio da parceria da Disney com a Sociedade.

DADOS DE FORÇA

- 99% de reconhecimento da marca nos EUA
- #1 Marca corporativa nº 1 no Instagram com 156 +M seguidores
- A National Geographic Magazine tem mais de 43 milhões de leitores e é publicada em 32 idiomas
- O National Geographic Channel alcança mais de 401 milhões de lares em 180 países 3 Mais de 26 milhões de usuários globais em plataformas digitais
- A National Geographic hospeda mais de 180 viagens anualmente, viajando para 115 países em todos os 7 continentes

PILARES DA MARCA



BES FY20Q3-4; among Adults 18-72
NGP Distribution Report August 2020
TWDC Fiscal Year 2020 Annual Financial Report
Adobe Analytics - NGP Reporting March 2021



POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Avatar continua a envolver os fis e a criar novos fãs por meio de seus inúmeros pontos de contato. Opróximo capítulo de Avatar incluirá quatro lançamenos nos cinemas ao longo de sete anos, além de novos produtos que irão incorporar os pilares da franquia de autenticidade, sustentabilidade, eco-sensibilidade e conectividade da marca.

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Colecionadores, fãs, pais e adolescentes

SECUNDÁRIO

Crianças de 7 a 2 anos, adolescentes de 15 a 17 anos.

PONTOS DE CONTATO

- Pandora: The World of Avatar(ONait Disney Word)
- Publishing Partnershs.(Penguin Random House & Dark Horse Comics)
- Global "Science" Exhibition(Únnatar: Discover Pandora The Exhibition)
- Toruk The First Flight (Cirque Du Soleil - 4 years, 150 cities)
- Gaming & Interactive(Massive Entertainment & FadVext Games)

DADOS DE FORÇA

Recentemente, com o relançamento de Avatar na China, o filme voltou a ocupar o trono de maior bilheteria da história do cinema, anteriormente ocupado por Vingadores: Ultimato.

ATRIBUTOS DA MARCA



Autenticidade



Sustentabilidade



Ecosistema



Conectividade



Família



Comunidade



Tecnologia



Inovação

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2022

Avatar 2

2025

Avatar 3

2029

Avatar 4

2031

Avatar 5

TOUCHPOINTS IMERSIVOS





POSICIONAMENTO DA FRANQUIA

Quando Os Simpsons foram lançados em 1990, rapidamente a série se tornou um fenômeno cultural e até hoje continua sendo uma das franquias de entretenimento mais inovadoras do mundo. Amado pelos telespectadores, o programa de sucesso é a série mais longa da história da TV. Os pontos de contato com o consumidor para Os Simpsons também incluem um longa-metragem (The Simpsons – O filme 2007), atrações nos parques da Universal Studios na Califórnia e na Flórida, bem como publicações, jogos e produtos de consumo

PÚBLICO

PRIMÁRIO

Adulto 30-45, jovens Adultos 18-25

SECUNDÁRIO

Adolescentes – 13-17, crianças 8-12



DADOS DE FORÇA

- Personagens de Os Simpsons figuram no top 10 de principais personagens para os millennials.

Source: Disney Character Tracking Brasil - 2021



Youtube
2.3M Views por ano*



Facebook
65M Followers*



Fox Mobile Games
180M+ Downloads*



ATRIBUTOS DA MARCA



Família



Humor Típico



Multi-geracional



Paródia / Sátira



Travessura



Ícônico



Personagens Celebrados

CALENDÁRIO DE FRANQUIA*

*sujeito a consulta

2022

- Estreia da 33 Temporada em Março no streaming Star+ com todas as temporadas disponíveis ao público.

