



PROPOSTA FINAL DE ANO

A+E NETWORKS™ | BRASIL



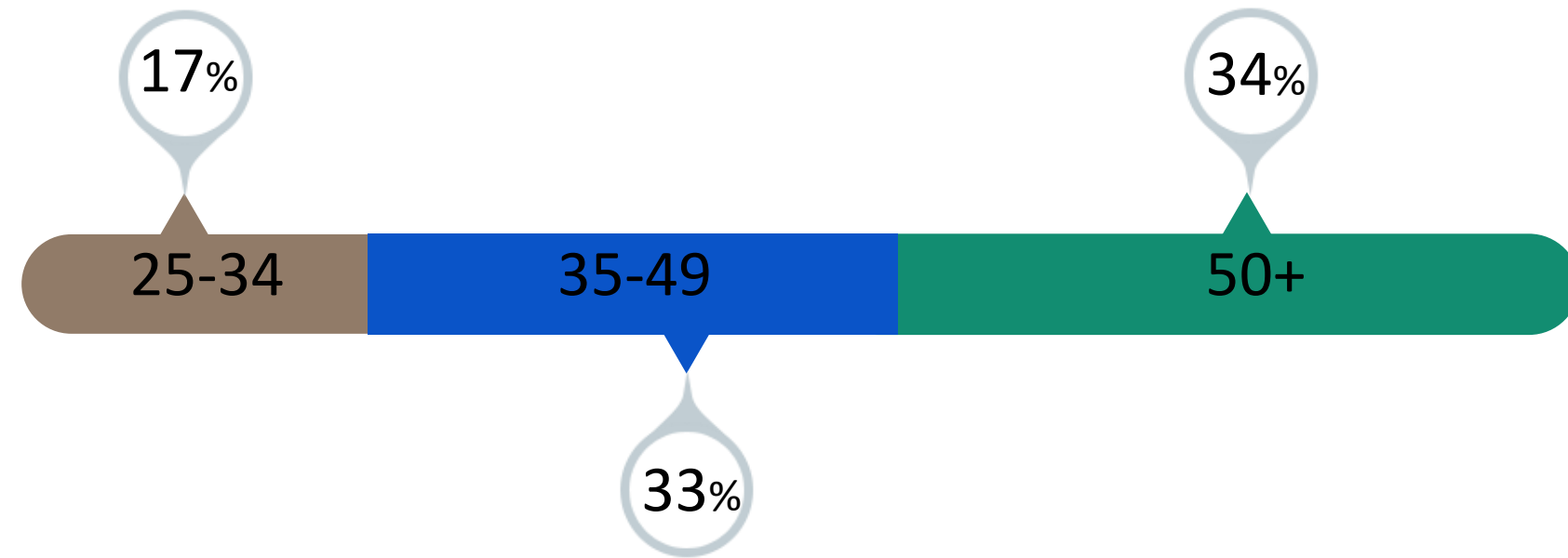
PERFIL



MULHER **35%**



HOMEM **65%**



AB **58%**

C **36%**



AFF: Ativo nas redes sociais (120%)
Possui o maior número de Canais de Pay TV (144%)

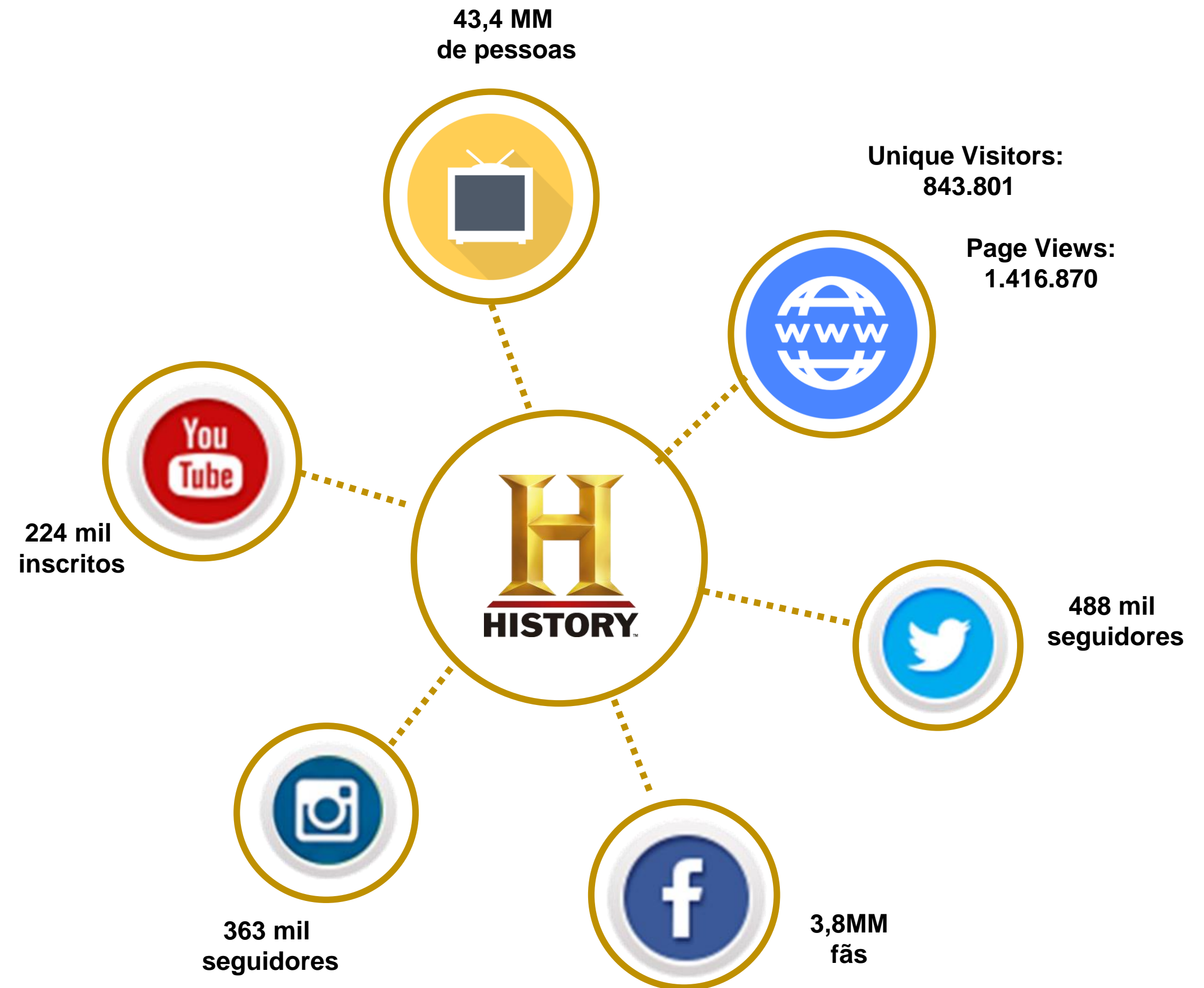


TV: 75%: utilizam a TV como fonte de Informação
72%: utilizam como fonte de entretenimento



UNIVERSO

MULTIPLATAFORMA



Fontes:

MW Ibope 15 Mkts – ADH% Prime Time, Período: Janeiro a Maio dos canais: A&E, History, H2 e Lifetime - Janeiro a Maio 2018 Prime Time)

TGI: Target Group Index Brasil 2017 Wave I + II AB (Y18w12AB) - v.09.18.2017 – Pessoas (informações sobre TV, Pay TV e Mídia Social quem assistiu A&E, History, H2 e Lifetime nos últimos 30 dias)

Social Media YTD Shareable, Latest in Data Range FB|TW|IG|YT May. 31st 2018 Brasil

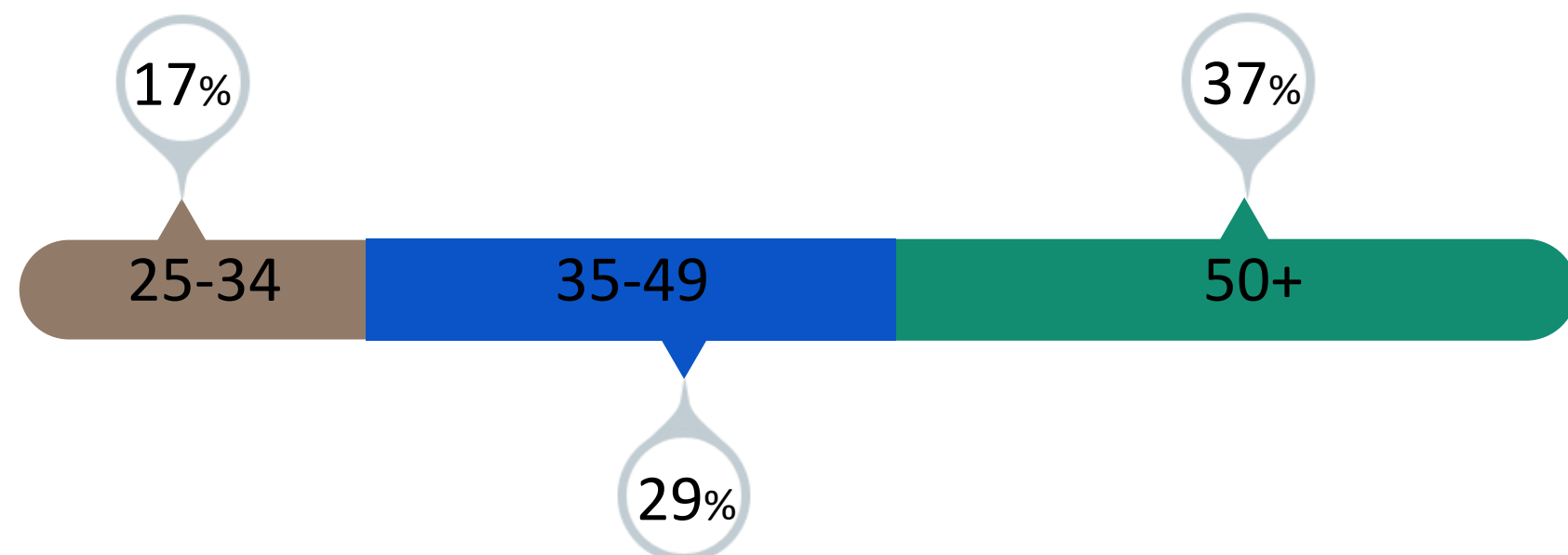
PERFIL



MULHER **56%**



HOMEM **44%**



AB **56%**



C **38%**



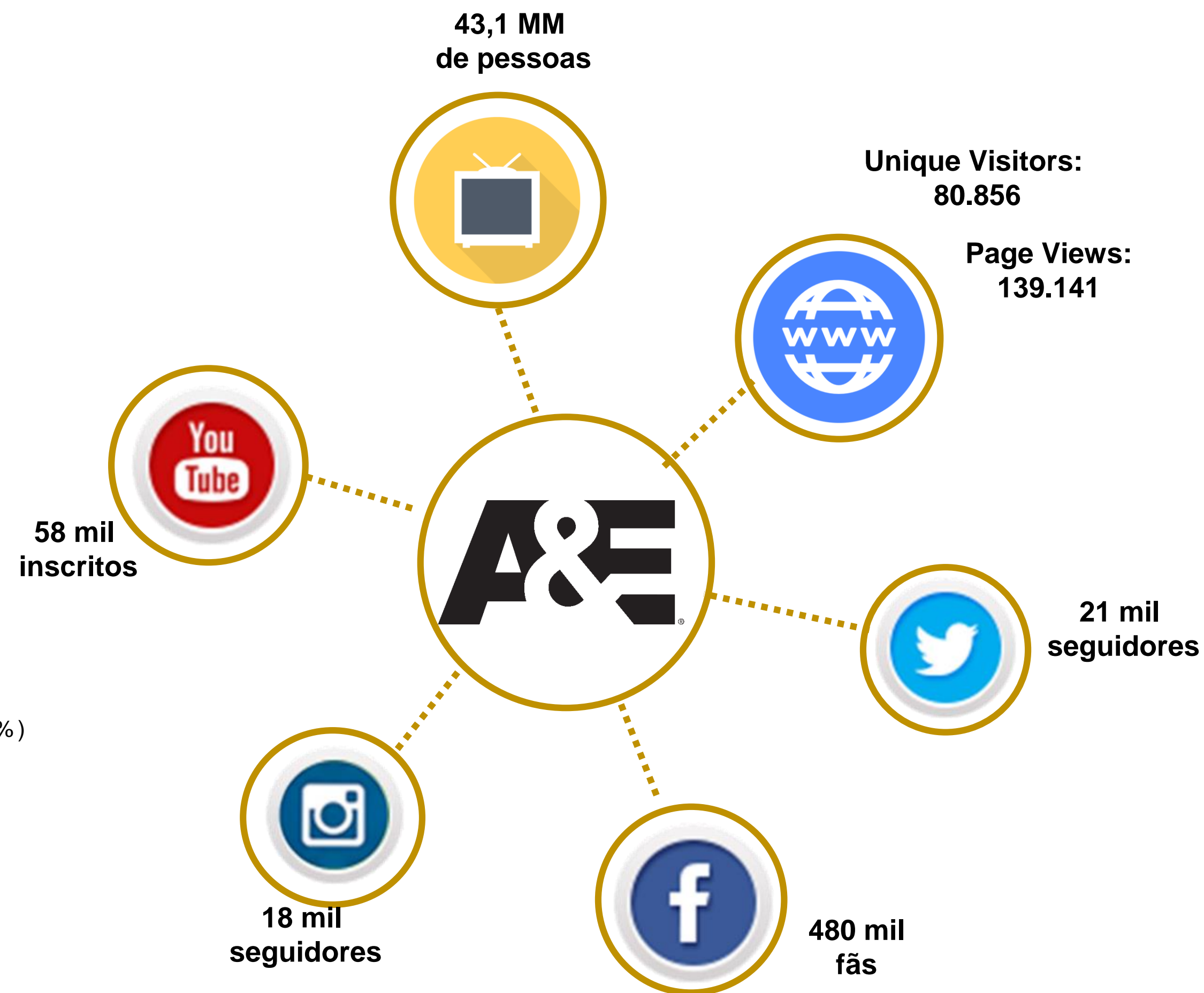
AFF: Ativo nas redes sociais (135%)
Possui o maior número de Canais de Pay TV (143%)



TV: 68%: utilizam a TV como fonte de Informação
75%: utilizam como fonte de entretenimento

UNIVERSO

MULTIPLATAFORMA



Fontes:
 MW Ibope 15 Mkts – ADH% Prime Time, Período: Janeiro a Maio dos canais: A&E, History, H2 e Lifetime - Janeiro a Maio 2018 Prime Time)
 TGI: Target Group Index Brasil 2017 Wave I + II AB (Y18w12AB) - v.09.18.2017 – Pessoas (informações sobre TV, Pay TV e Mídia Social quem assistiu A&E, History, H2 e Lifetime nos últimos 30 dias)
 Social Media YTD Shareablee, Latest in Data Range FB|TW|IG|YT May. 31st 2018 Brasil

PERFIL

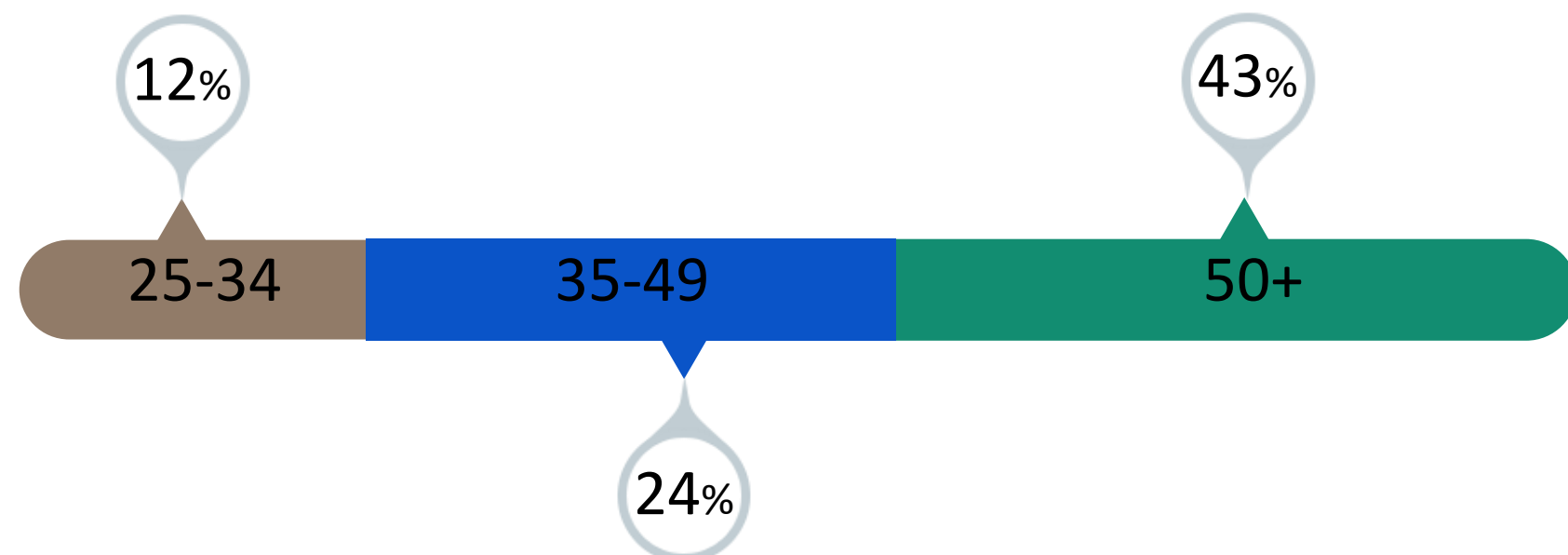
LIFETIME



MULHER 72%



HOMEM 28%



AB 60%



C 28%

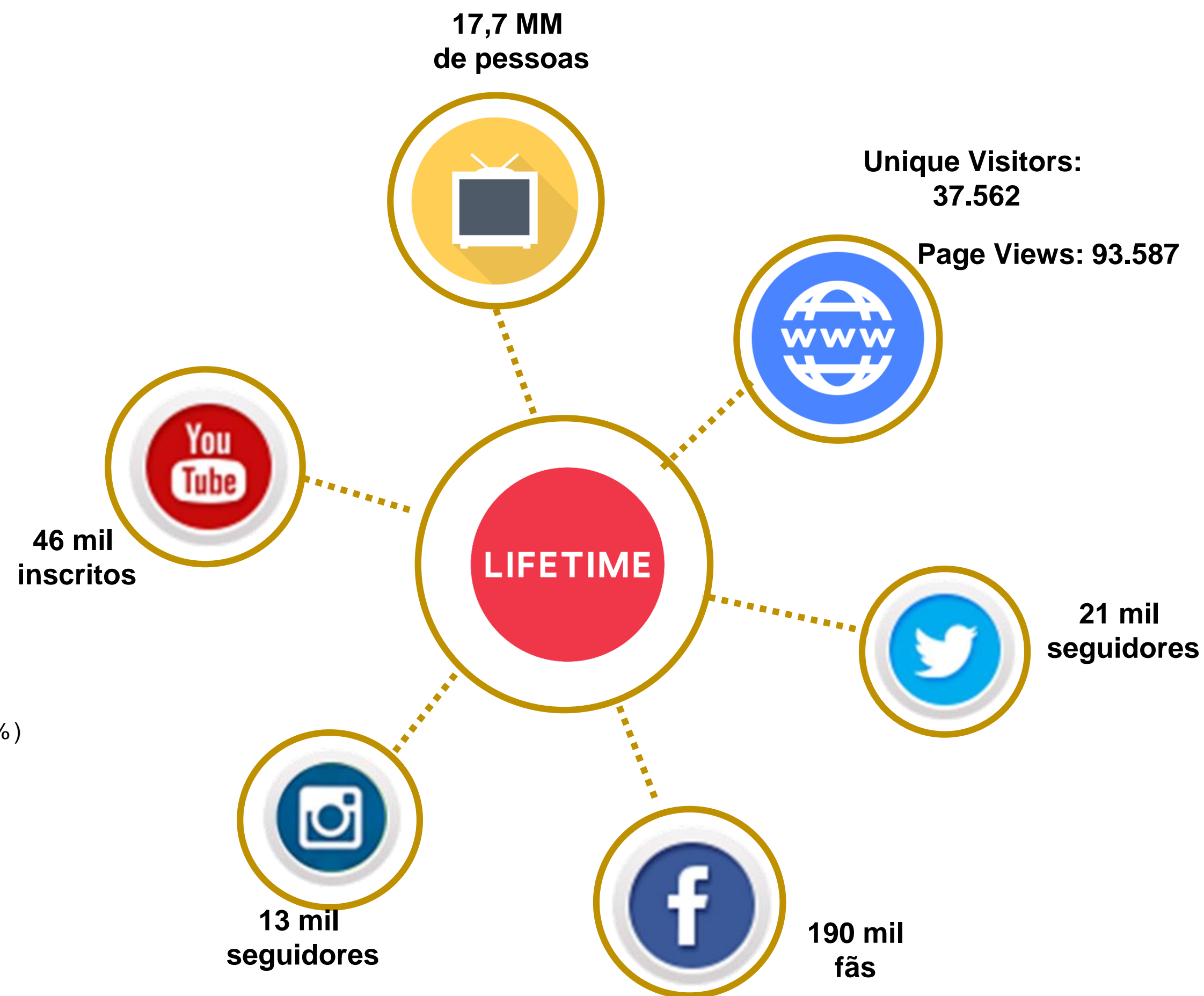


AFF: Ativo nas redes sociais (120%)
Possui o maior número de Canais de Pay TV (164%)



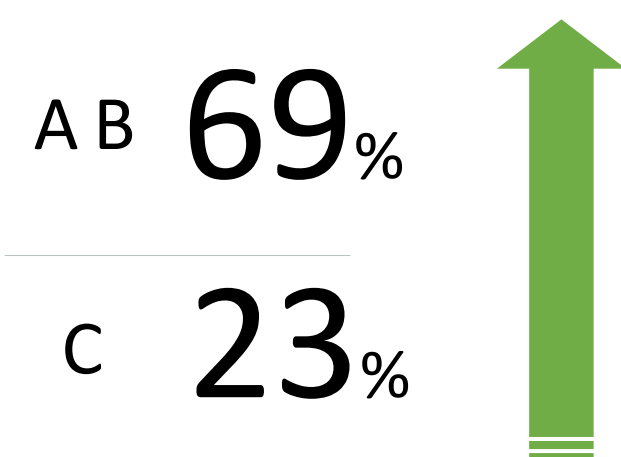
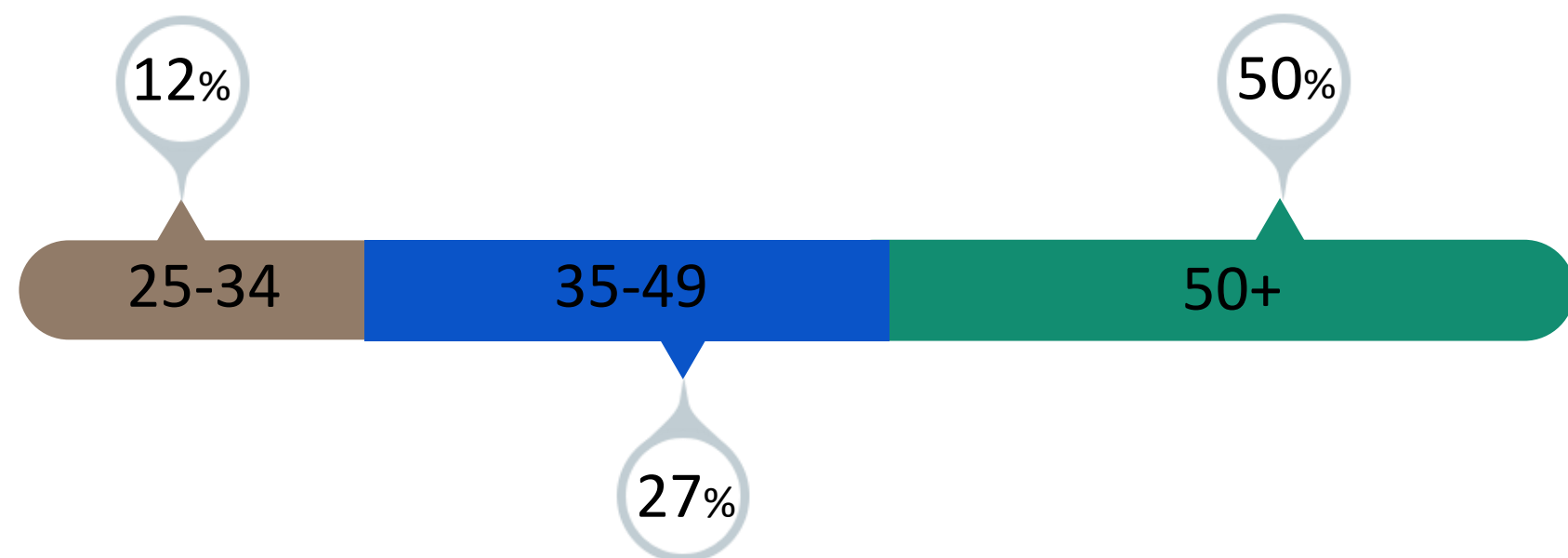
TV: 62%: utilizam a TV como fonte de Informação
60%: utilizam como fonte de entretenimento

UNIVERSO MULTIPLATAFORMA



Fontes:
 MW Ibope 15 Mkts – ADH% Prime Time, Período: Janeiro a Maio dos canais: A&E, History, H2 e Lifetime - Janeiro a Maio 2018 Prime Time)
 TGI: Target Group Index Brasil 2017 Wave I + II AB (Y18w12AB) - v.09.18.2017 – Pessoas (informações sobre TV, Pay TV e Midia Social quem assistiu A&E, History, H2 e Lifetime nos últimos 30 dias)
 Social Media YTD Shareablee, Latest in Data Range FB|TW|IG|YT May. 31st 2018 Brasil

PERFIL



AFF: Ativo nas redes sociais (146%)
Possui o maior número de Canais de Pay TV (155%)

TV: 78%: utilizam a TV como fonte de Informação
79%: utilizam como fonte de entretenimento

UNIVERSO

 14,3MM de pessoas

Fontes:

MW Ibope 15 Mkts – ADH% Prime Time, Período: Janeiro a Maio dos canais: A&E, History, H2 e Lifetime - Janeiro a Maio 2018 Prime Time)

TGI: Target Group Index Brasil 2017 Wave I + II AB (Y18w12AB) - v.09.18.2017 – Pessoas (informações sobre TV, Pay TV e Mídia Social quem assistiu A&E, History, H2 e Lifetime nos últimos 30 dias)

Social Media YTD Shareablee, Latest in Data Range FB|TW|IG|YT May. 31st 2018 Brasil

PROPOSTA FINAL DE ANO



- Presença em todos os canais: HISTORY, A&E, LIFETIME e H2
- Mídia avulsa 30" nas melhores faixas horárias
- Alta rentabilidade e frequência

DE 10 a 24 DE DEZEMBRO



A + E

NETWORKS™
BRASIL