



Sugestão do Chef
DE 25 RECIPIENTES PARA UMA
MESA DESSERTO E CAFÉ

Além do Sabor
O MUNDO DO SABOR E DO MUNDO DA
EDUCAÇÃO ALIMENTAR

Roteiro
O MUNDO DO SABOR E DO MUNDO DA
EDUCAÇÃO ALIMENTAR

edição 1 ano I 01/2010

Sensações
DEGUSTANDO O VÍNIPO DE LIMA
DE 12 RECIPIENTES PARA UMA
MESA DE VÍNIPO

Falando de Vinho
O MUNDO DO SABOR E DO MUNDO DA
EDUCAÇÃO ALIMENTAR

Viagem Divina
O MUNDO DO SABOR E DO MUNDO DA
EDUCAÇÃO ALIMENTAR

no
... não vive sem ele

edição 12 ano II 01/2010

diVino
Para quem vive do vinho...
... e para quem não vive sem ele

edição 12 ano II 01/2010

Sensações
DEGUSTANDO O VÍNIPO DE LIMA
DE 12 RECIPIENTES PARA UMA
MESA DE VÍNIPO

Confraria diVino
O MUNDO DO SABOR E DO MUNDO DA
EDUCAÇÃO ALIMENTAR

Especial
O MUNDO DO SABOR E DO MUNDO DA
EDUCAÇÃO ALIMENTAR

diVino
Sabores

Confraria diVino
O MUNDO DO SABOR E DO MUNDO DA
EDUCAÇÃO ALIMENTAR

Sugestão do Chef
DE 25 RECIPIENTES PARA UMA
MESA DESSERTO E CAFÉ

diVino
Para quem vive do vinho...
... e para quem não vive sem ele

edição 12 ano II 01/2010

diVino
Para quem vive do vinho...
... e para quem não vive sem ele

edição 12 ano II

diVino
Para quem vive do vinho...
... e para quem não vive sem ele

diVino

Sabores ^{diVino}

Gastronomia e vinhos estão em alta. Mas não se trata de um período passageiro e sim de um fenômeno cultural. Esses aspectos estão tornando-se parte da cultura do brasileiro – assim como já fazem parte da cultura de países como Espanha, Portugal, Itália e França há muito tempo. É um mundo de experiências sensoriais, não de supérfluos.



FOTOS: JOSÉ HENRIQUE VIEIRA

É FATO. ESTÁ NA MODA. ESTÁ NA IMPRENSA. ESTÁ NA BOCA DO POVO. E NAS ALTAS RODAS.

- ser chef
- fazer cursos de gastronomia e de vinhos
- ter cozinha gourmet em casa
- conhecer os chefs
- viajar para beber e comer bem
- presentear com livros e acessórios ligados a vinhos e gastronomia
- ter uma adega em casa

E É POR ISSO QUE:

- surgem novas escolas de gastronomia e cresce o número de cursos relacionados ao assunto
- chefs se tornam celebridades
- adegas e espaços gourmet fazem parte dos projetos de arquitetura e decoração
- há novos programas de tv e reality shows sobre gastronomia
- há uma valorização do design nos utensílios e acessórios do mundo do vinho e da gastronomia
- cresce o número de importadoras de vinhos no Brasil



Nesse contexto, nasceu a **diVino**, em 2008: revista bimestral focada no estilo de vida em torno do mundo do vinho. E em 2011, a **diVino Sabores** chegou para complementar o conteúdo que chegava aos leitores, tratando de outros sabores, como café, cerveja, whisky, cachaça, chocolate e gastronomia em geral.

As publicações tradicionais têm seu leitor fiel, mas são pouco atraentes ao novo público gourmet. A **diVino** e a **diVino Sabores** acompanham as exigências estéticas e de linguagem de toda **uma nova geração de leitores** – não necessariamente em idade cronológica, mas novos interessados em vinhos e gastronomia.

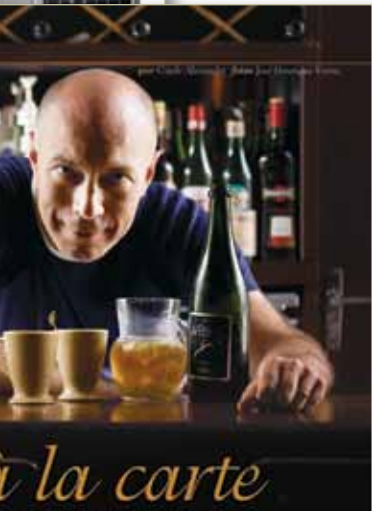
Além do aspecto visual, a **diVino** e a **diVino Sabores** trazem uma maneira inovadora de tratar os assuntos, graças a um grupo de colaboradores jovens que têm uma linguagem mais próxima do leitor e que, apesar da pouca idade (levando em conta a idade média dos especialistas no tema), já carregam uma bela bagagem. **Uma nova geração de talentos** que traz informações interessantes aos enófilos mais experientes e ao mesmo tempo desmitifica o que ainda intimidava a aproximação de novos confrades.





O consumo de vinho no Brasil

- O contexto em que o vinho é consumido varia de acordo com momentos, razões e lógicas de consumo. Consumir vinho pode significar tradição, manutenção e valorização de um valor familiar e/ou regional, ou pode significar modernidade, status, glamour, acesso a bens. O vinho pode ser ainda consumido em momentos de celebração e festa, assim como pode ser uma bebida escolhida para relaxar, tranquilizar e estar entre amigos.
- Apreciadores incluem o hábito do vinho em suas vidas de acordo com a estabilidade financeira e com a percepção simbólica que atribuem à bebida: vinho para saúde, vinho para incluir, vinho para diferenciar e vinho para prazer pessoal/auto-realização. Assim, ora bebe-se para sentir-se parte de uma elite/classe de pessoas consumidoras do vinho e fortalecer laços sociais, como ora bebe-se para se diferenciar e sentir-se exclusivo.
- Identifica-se um aumento no padrão de vida do brasileiro e decorrente aumento do consumo de vinho. O vinho parece ter um significado essencial na vida das pessoas por servir como instrumento de inclusão do meio, auto-recompensa, desmassificação e apreciação.





A sua marca na diVino e na Sabores^{diVino}

Comunique-se com um público diferenciado, que está sempre à procura de produtos e serviços de bom gosto. Como os oferecidos pela sua empresa. Torne a sua marca parte do estilo de vida dos leitores da diVino e da diVino Sabores.

Nossos leitores

PERFIL

- homens e mulheres
- classes A e B
- idade: 25 – 65 anos

CIRCULAÇÃO

- bancas e livrarias de todas as regiões de São Paulo
- principais capitais do Brasil
- pontos de leitura em várias regiões de São Paulo
- presente em 26 estados do território nacional e no exterior (Portugal, Espanha, França, Chile e Uruguai)
- distribuição nos melhores hotéis, restaurantes e cafeterias de São Paulo

MAILINGS

- imprensa, profissionais de mídia e formadores de opinião
- setor vinícola – empórios, importadoras, vinícolas e profissionais
- gastronomia – hotéis, restaurantes, bistrôs, cafeterias e profissionais
- executivos
- VIP – AAA e mercado de luxo
- sustentabilidade – escolas e universidades relacionadas (turismo, hotelaria, gastronomia e negócios do vinho)
- saúde – consultórios médicos
- arquitetos – parceria com Casa Cor

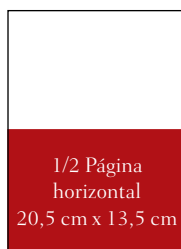
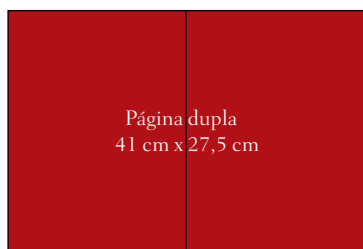


Formato offline: revista

- 116 páginas
- lombada quadrada
- capa com reserva de verniz
- tiragem: 20 mil exemplares
- preço de capa: R\$ 12,90
- periodicidade mensal, com títulos intercalados:
 - **diVino**
janeiro, março, maio, julho, setembro, novembro
 - **diVino Sabores**
fevereiro, abril, junho, agosto, outubro, dezembro

ANÚNCIOS:

- **dupla de abertura (2ª capa + 3ª página)** – R\$ 45.639,00
- **dupla indeterminada** – R\$ 35.000,00
- **4ª capa** – R\$ 25.704,00
- **2ª capa** – R\$ 22.869,00
- **3ª capa** – R\$ 21.357,00
- **1 página** – R\$ 19.800,00
- **1/2 página** – R\$ 11.907,00
- **1/3 página** – R\$ 9.525,00
- **espaços determinados** – acréscimo de 15% sobre o valor de tabela



Formato online: website www.revistadivino.com.br

ANÚNCIOS:

- **super banner (728 x 90 px / 25 kb)**
flash, aparece na home e nas internas por 4 semanas – R\$ 4.000,00
- **arroba banner (300 x 250 px / 20 kb)**
flash, aparece na home e nas internas por 6 semanas – R\$ 4.000,00
- **full banner (468 x 60 px / 16 kb)**
flash, aparece somente na home por 8 semanas – R\$ 4.000,00
- **selo (120 x 90 px / 6 kb)**
flash, aparece na home e nas internas por 8 semanas – R\$ 4.000,00
- **banner newsletter (668 x 160 px)**
estático, canal assinantes, CPM mínimo 5 mil – R\$ 900,00
- **e-mail marketing (padrão)**
html, mailing VIP, CPM mínimo 15 mil – R\$ 300,00



FORMA DE PAGAMENTO DO ANÚNCIO NA REVISTA OU WEBSITE: 15 dias após a publicação

Contato Tel.: (11) 3225-1215 • publicidade@revistadivino.com.br