



ric grupo

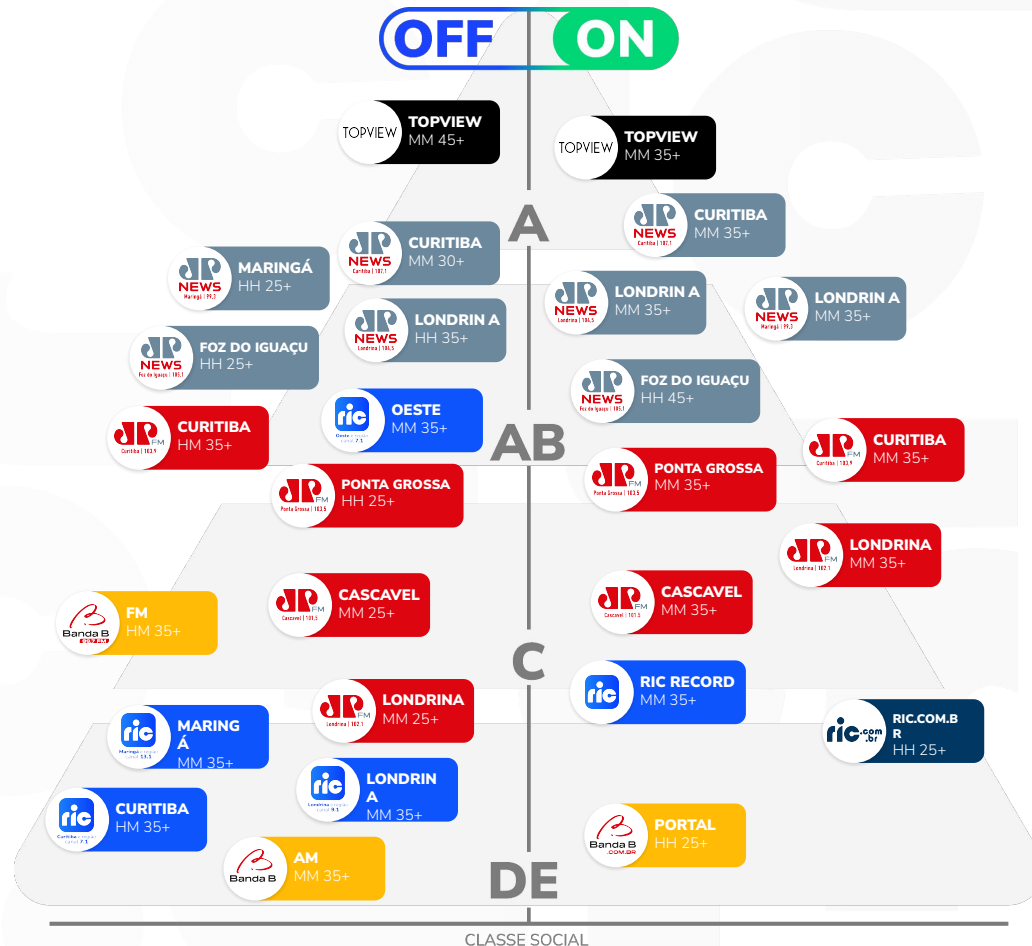
O MAIOR GRUPO MULTIPLATAFORMA DO PARANÁ



5



CONVERSA COM
TODAS
AS
CLASSES
 E IDADES



13.4MM
VISUALIZAÇÕES



PORTAIS



TV

5MM
ALCANÇE

2MM
SEGUIDORES



FACEBOOK

1.2MM
SEGUIDORES



INSTAGRAM



RÁDIOS

2MM
OUVINTES



YOUTUBE

2MM
VISUALIZAÇÕES

80MM
IMPACTOS



RIC OOH



RIC CREATORS

4.5MM
IMPRESSÕES



RECORD

**TEMOS A 2ª MAIOR
AUDIÊNCIA DO PARANÁ**

Ric RECORD
foi a emissora
**que mais
cresceu**
nos últimos
12 meses

31,07%



22,07%

EMISSORA G

5%

EMISSORA B

EMISSORA M

-20,72%

TV LINEAR

CURITIBA

As pessoas estão assistindo

AINDA MAIS TV ABERTA

86% da população de Curitiba assiste à TV linear

4:30:24 é o tempo médio diário de consumo da TV linear

↑ 4%

crescimento do consumo de TV linear (T1 x T2/25)

Jornalismo

o e

Novelas

são os gêneros favoritos dos telespectadores

TV LINEAR

CURITIBA

TV LINEAR

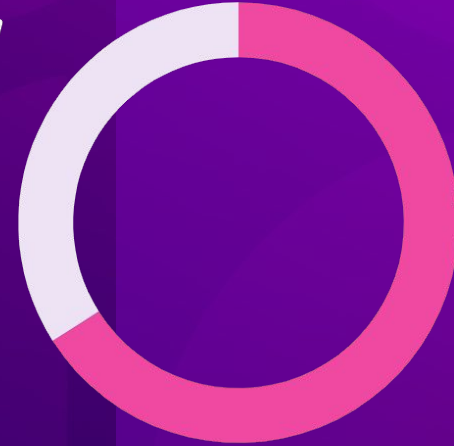
VS

Vídeo On Demand
nas plataformas de streaming

VOD



VOD
34%



TV ABERTA
64%

Consumo dos meios
mensal em **Curitiba**

SOMOS A MAIOR
PRODUTORA
DE CONTEÚDO
REGIONAL

609

horas/mês de programação





Guilherme Rivaroli
@rivarivaroli



Paulo Gomes
@paulogomesdatv



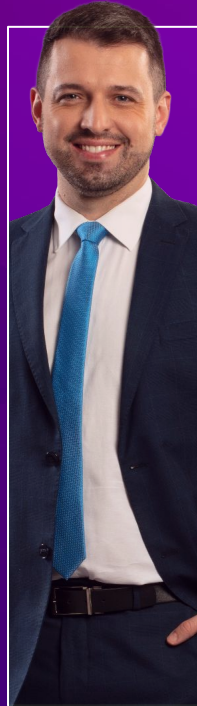
Ana Vaz
@ana.vazf



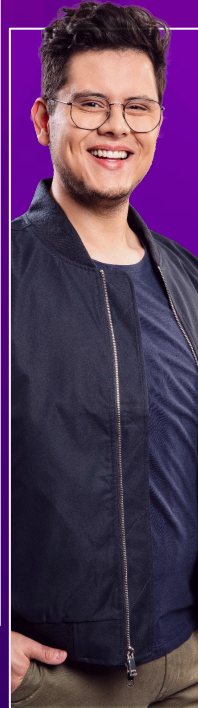
Manuella Niclewicz
@ManuellaNiclewicz



Cecilia Comel
@ceciliacomel



Eduardo Scola
@eduardoscola



André Henning
@andrehenning



Sérgio Mendes
@sergioerose



Rose Machado
@sergioerose



Wesley
Lemos



Carlos
Camargo



Salsicha



Raphael
dos Anjos



Vagner
Krazt



Mauro
Picini



Sara
Presoto



Kelly
Moraes

ric
conectada



exame.

TV ou 'celular de 60 polegadas'? Grupo RIC, do PR, aposta em tecnologia para interação com audiência

Maior afiliada da RecordTV, o Grupo aposta em tecnologia para espectadores interagirem com programas e anúncios. Em dois anos, 12% dos anunciantes já migraram para o novo formato A promessa e de melhorias em varias frentes:

- Resolução de 4k e 8k (quatro e oito vezes mais pixels que as tevês Full HD convencionais)
- Áudio imersivo, melhor que o de sistemas *home theater*
- Função de compra em marketplaces e de propagandas segmentadas

Em alguns lares do Paraná, boa parte da experiência imersiva prometida pela TV 3.0 já é realidade.

Em 2022, três anos antes dos planos do governo federal, **as emissoras de televisão do Grupo RIC começaram a experimentar a tecnologia** e já têm bons resultados para mostrar.



Leo Branco
Editor de Negócios e Carreira

Publicado em 11 de setembro de 2024 às 07h16.
Última atualização em 11 de setembro de 2024 às 08h51.

Trouxemos a interatividade que faltava

79% do tempo dedicado ao vídeo dentro de casa é dedicado às emissoras de TV linear e 21% nos demais conteúdos*



65% das pessoas assistem a conteúdos em vídeos em um dia*



5h37 é o tempo médio diário de consumo de emissoras de TV linear por indivíduo*



SOMOS REFERÊNCIA EM BRANDED CONTENT : CONTEÚDOS CUSTOMIZADOS PARA MARCAS, DESENVOLVIDOS COM CURADORIA EDITORIAL E ENTREGUES DE FORMA MULTIPLATAFORMA.

A narrativa ganha relevância ao ser integrada a uma estratégia de conteúdo pensada para gerar **conexão real com a audiência.**



Curitiba | 103,9
Londrina | 102,1
Ponta Grossa | 103,5
Cascavel | 101,5



Curitiba | 107,1
Londrina | 104,5
Maringá | 99,3
Foz do Iguaçu | 105,1



O RÁDIO É
UMA MÍDIA DE
**MOBILI
DADE**

SEJA POR **PODCAST,**
STREAMING OU O
“VELHO E BOM”
APARELHO
DE RÁDIO

CONSUMO

CURITIBA

O RÁDIO É
UMA MÍDIA DE
**MOBILI
DADE**

79% da população de Curitiba
escuta rádio diariamente

3:34:3 é o **tempo médio diário**
de consumo de rádio

57%² compraram ou **pesquisaram e**
se interessaram por um produto
em função de anúncios

MAPA COBERTURA

Maringá
18 municípios
população: 1.518.193
537.442 domicílios
IPC 2022: 0,93095

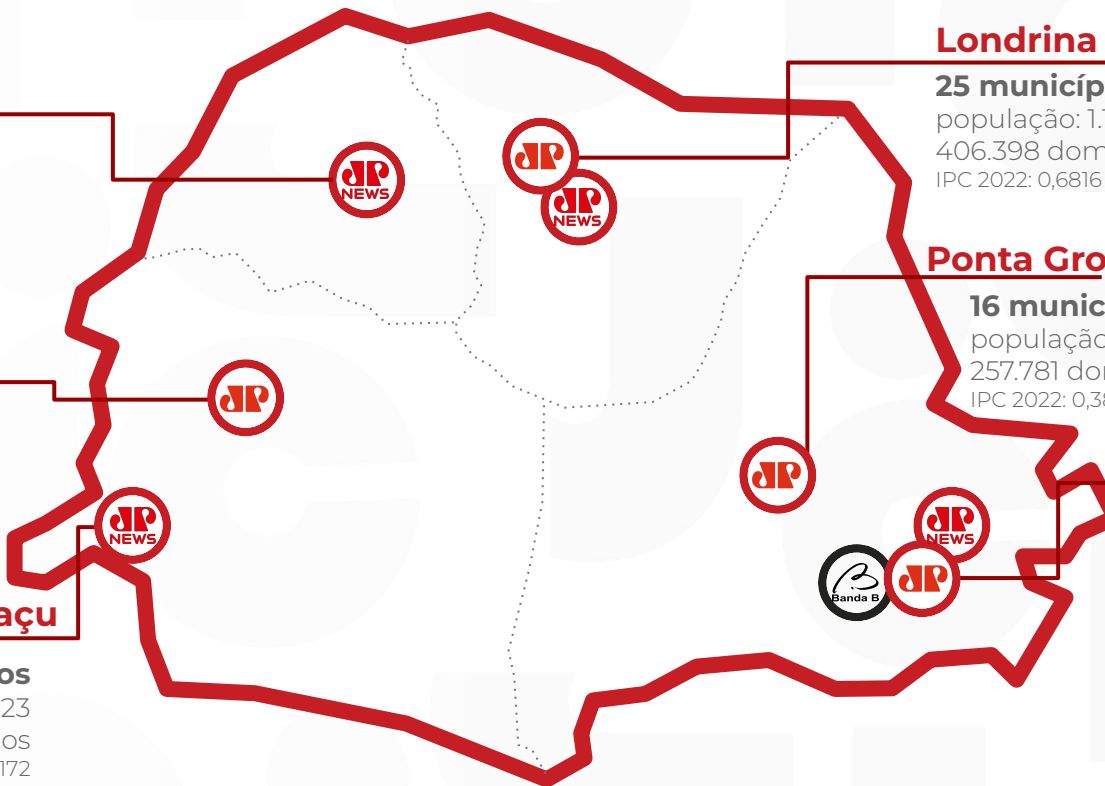
Cascavel
29 municípios
população: 733.018
260.208 domicílios
IPC 2022: 0,4172

Foz do Iguaçu
09 municípios
população: 414.523
142.555 domicílios
IPC 2022: 0,2172

Londrina
25 municípios
população: 1.148.926
406.398 domicílios
IPC 2022: 0,6816

Ponta Grossa
16 municípios
população: 771.204
257.781 domicílios
IPC 2022: 0,3839


Curitiba
29 municípios
população: 4.016.050
1.389.961 domicílios
IPC 2022: 2,4522





1º LUGAR

com **534 mil** ouvintes alcançados no público AB.



1º LUGAR

com **34 mil** ouvintes alcançados

das 06h às 24h (seg a sexta) em relação aos concorrentes diretos



1º LUGAR

das 20h às 24h

média de **20 mil** ouvintes alcançados


das 06h às 24h (seg a sexta) em relação aos concorrentes diretos



1º LUGAR

média de **26 mil** ouvintes alcançados

das 06h às 24h (seg a sexta) em relação aos concorrentes diretos



1º LUGAR

com **8.8 mil** ouvintes por minuto das 05h às 10h



JP NEWS
Curitiba | 107,1

1º LUGAR

com
257 mil
ouvintes
alcançados

das 05h às 05h (seg a dom) em relação aos concorrentes diretos

JP NEWS
Londrina | 104,5

1º LUGAR

com **17 mil**
ouvintes
alcançados

das 06h às 24h (seg a sexta) em relação aos concorrentes diretos

JP NEWS
Maringá | 99,3

1º LUGAR

com **13 mil**
ouvintes
alcançados

das 06h às 24h (seg a sexta) em relação aos concorrentes diretos

JP NEWS
Foz do Iguaçu | 105,1

1º LUGAR

das 19h às 20h (seg a sexta)

com
5.5 mil
ouvintes
alcançados

das 06h às 24h (seg a sexta) em relação aos concorrentes diretos

LÍDER DE AUDIÊNCIA

ENTRE AS RÁDIOS DO
GÊNERO JORNALISMO



JORNAL DA
MANHÃ
JP
PARANÁ



419 mil
visualizações
no YouTube

Fonte: YouTube Studio | Agosto/2025



**Karlos
Kolbach**
@karloskohlbach



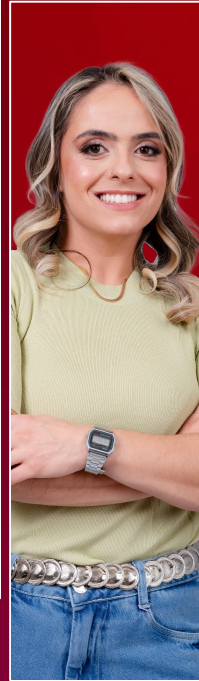
**Beatriz
Frehner**
@befrehner



**Rafaela
Moron**
@rafaela.moron



**Fernando
Eufrasio**
@fernandinhoeufrasio



**Amanda
Kalil**



Bob



Bacon



**Linhares
Junior**
@linharesjrofficial



**Tete
Motta**
@atetejornalista

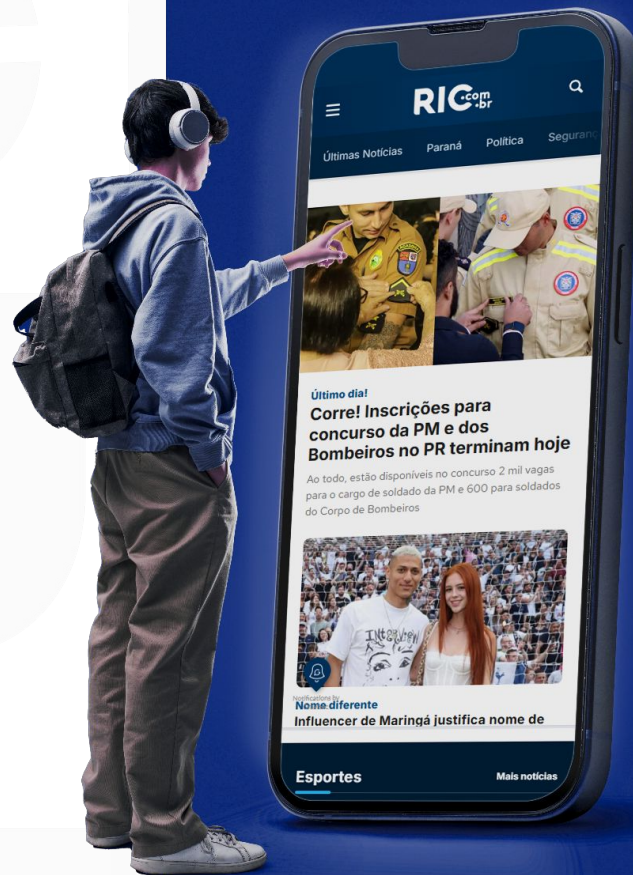


Banda B
.COM.BR

ric.com
.br

NOTÍCIAS EM TEMPO REAL,
24 HORAS!

comunidade, serviços,
segurança, lazer e muito mais
para toda a população.



AUDIÊNCIA PORTAIS



11
MILHÕES
DE ACESSOS
MENSAIS



2
MILHÕES
DE ACESSOS
MENSAIS



86
MIL
ACessos
MENSAIS

TOPVIEW

editorias

A TOPVIEW traduz o melhor do estilo de vida premium para a classe alta, conectando **tendências** globais à identidade regional. Com um **mix editorial** que vai de moda a negócios, gastronomia e arquitetura, oferecemos conteúdo **exclusivo**, sofisticado e relevante. Nossa plataforma abarca essa **diversidade** com curadoria de qualidade, garantindo **inspiração** e **informação** para um público exigente.



conheça as editorias



PODER

economia, política, negócios



SOBRE A IMPORTÂNCIA DE ANTECIPAR TENDÊNCIAS

O WTC ESTÁ PREPARADO PARA ENTENDER AS MUDANÇAS NOS MERCADOS INTERNACIONAIS, COM SUAS OPORTUNIDADES E DESAFIOS

A TENDÊNCIA DE internacionalização de mercados como impulsionador chave para o crescimento da América Latina, de acordo com o relatório de tendências de negócios de 2017, publicado pela WTC.



Em 2017, o crescimento econômico da América Latina foi impulsionado por uma recuperação econômica que se iniciou em 2016.

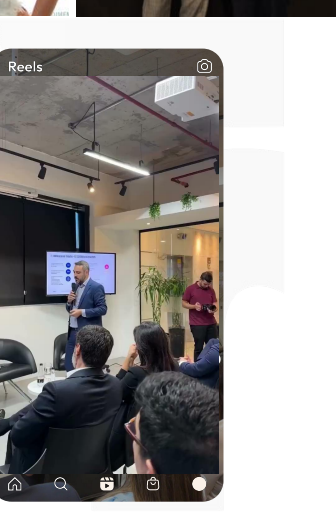
"TRUMPULÊNCIA": IMPACTOS DA NOVA PRESIDÊNCIA DOS EUA NO CENÁRIO MUNDIAL

ECONOMISTA MARCOS FRODO, EM PRESÊNCIA DO BANCO DOS BRICS, ANALISA O PROGRAMA PARA OS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

O ANO DE 2017 não apenas marcou o primeiro ano de uma nova administração nos Estados Unidos, mas também o primeiro ano de uma nova administração no Brasil.



Em 2017, o cenário econômico global foi marcado por uma recuperação econômica que se iniciou em 2016.



PODER • POLÍTICA & ECONOMIA
Junto Seguros: excelência em conectar pessoas, empresas e negócios



ric
OOH

Com a chegada da **RIC OOH**, fortalecemos nossa presença nas ruas, conectando marcas e pessoas em movimento, com criatividade, impacto e abrangência regional.

Essa nova fase consolida o Grupo RIC como uma das maiores plataformas de mídia integrada do sul do Brasil — agora com soluções em **TV, rádio, digital, impresso, eventos e mídia out of home.**

88% dos consumidores que viram OOH são internautas, e 85% possuem smartphones, tornando frequente a interação via QR codes.

79% interagiram com campanhas OOH, seja buscando informações (40%), seguindo marcas (37%) ou escaneando QR Codes (31%)

68% dos impactados pelo OOH pesquisaram ou compraram produtos anunciados

ric | ooh

**ric
OOH**



MERCADO OOH

A mídia exterior (**out of Home**) é um meio inovador e que se mistura, cada vez mais, ao cotidiano, garantindo às marcas visibilidade, impacto, alcance e cobertura.

No Brasil, OOH e DOOH Atingem **89% da população**, segundo dados do Target Group Index.

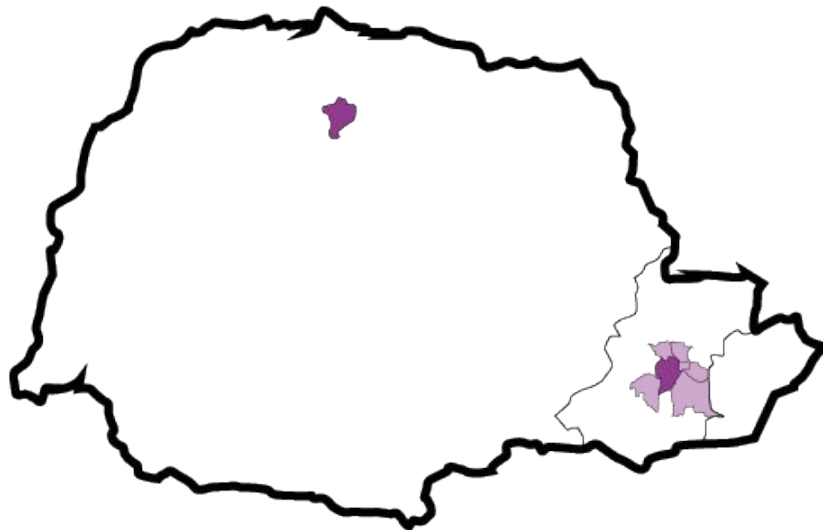
90%
CURITIBA

ABRANGÊNCIA

RIC OOH

Empresa de Mídia Exterior do Grupo RIC, atuando no Estado do Paraná, objetiva a liderança no segmento de mídia exterior, através dos inventários nos formatos tradicionais/digitais, para marcas e empresas que buscam **impactar seu público na jornada do dia a dia da Mobilidade do Consumidor.**

MAPA VIRTUAL
Clique nos mapas para ver as localizações dos painéis.



Curitiba

Maringá

ric
OOH

ric creators



Porque investir em Marketing de Influência ?

69% dos brasileiros já

compraram após recomendação de influenciadores (Opinion Box + Influence.me, 2025). portalcustomer.com.br

75% dos brasileiros

online consomem conteúdo de influenciadores e avaliam bem o formato publicitário; 32% o consideram “divertido e agradável”. [Kantar](#)

92% dos brasileiros

usam dicas/conselhos de influenciadores no processo de compra. [E-Commerce Brasil](#).



Soluções em Marketing de Influência

A Ric Creators é o braço de soluções em Marketing de Influência do Grupo Ric. Criamos conteúdos alinhados aos valores e **propósitos da marca**, gerando **engajamento**, afinidade e lembrança de forma natural.

Com linguagem e formatos pensados para plataformas como Instagram e Facebook, esse tipo de conteúdo **prioriza a audiência, não o produto**. Pode envolver vídeos curtos, trends, memes, talentos da casa, contratações de influenciadores do mercado, sempre com foco em entreter e informar.



- Briefing
- Curadoria de Influenciadores - fit de audiência, valores da empresa, conteúdos e verba.
- Aprovação de Influenciadores - análise de métricas e contratos
- Aprovação de cronograma estratégico da campanha
- Produção e aprovação de roteiros
- Gravação e edição de conteúdo
- Aprovação de conteúdo
- Início de veiculação
- Monitoramento de campanha em tempo real
- Análise de métricas
- Relatório final



ESTRATÉGICO



CRIATIVO



TÁTICO



ANALÍTICO

ECOSSISTEMAS DE

CONTEÚDO SEGMENTADOS



ESPORTE



AGRO



NEGÓCIOS



SOCIAL



ESPORTES

A CASA DO FUTEBOL

Em 2025, o Grupo Ric oferece a chance de estar nas transmissões esportivas mais **relevantes do estado**. Uma forma poderosa de criar **conexão emocional** com o público e associar a marca a valores como paixão, **liderança** e trabalho em equipe.

O público que acompanha o futebol é altamente engajado. Com um **perfil** de consumo de mídia diversificado — **70% assistem TV aberta** e **63% ouvem rádio** —, esse público representa uma oportunidade única para impactar uma base ampla e variada de consumidores em momentos de lazer e alto **envolvimento emocional**.



ricRURAL
hub

UM ECOSISTEMA AGRO

O Grupo Ric já valoriza o agronegócio, mas era preciso falar para **o agro e sobre o agro** para muito mais gente, explorando novos canais, formatos e horários. O objetivo é ampliar o alcance, dar mais visibilidade às **boas práticas** dos pequenos produtores, homenagear seu trabalho e atingir novos perfis de público.

Além disso, os anunciantes também buscavam formas mais diversificadas de se **conectar com produtores** rurais e **cooperativas**. Ao oferecer múltiplos canais, abre espaço para que marcas participem do projeto de forma **segmentada**, fortalecendo o ecossistema de comunicação no setor.





ric | BUSINESS
hub

CONEXÃO E ESTRATÉGIA

Uma série de **eventos exclusivos** voltados a empresários, executivos C-Level e convidados. Em formatos como palestras e encontros, promovendo **debates estratégicos** sobre temas essenciais para o Paraná, como tecnologia, educação e turismo, com curadoria especializada e foco em conteúdo de **alto impacto**.

Cada evento é uma oportunidade para discutir competitividade, **inovação** e negócios internacionais, promovendo trocas relevantes entre líderes de diferentes setores. Além de **networking** premium, fortalecendo conexões, impulsionando parcerias e contribuindo diretamente para a **evolução econômica** do Paraná.



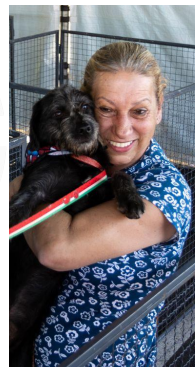
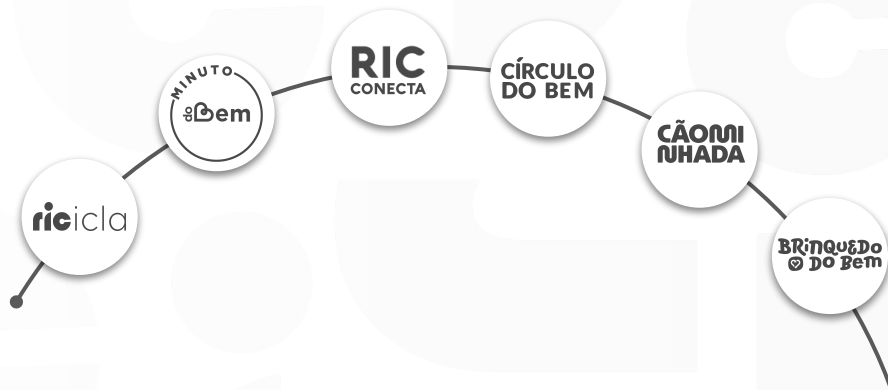


INSTITUTO
ric

ATITUDES QUE TRANSFORMAM

O Grupo Ric promove ações, projetos e campanhas voltadas às áreas da **saúde**, **sustentabilidade**, comunicação e **desenvolvimento social**, com atuação em todo o Paraná. Por meio de encontros, dar visibilidade a causas relevantes, engajar diferentes públicos e fortalecer iniciativas que geram **transformação** real na sociedade.

Essas ações são oportunidades para conectar marcas, **instituições** e a comunidade em torno de **propósitos** comuns, ampliando o impacto positivo e promovendo um ambiente de colaboração. Assim, reafirmar seu compromisso com o progresso **social** e com o **bem-estar** da população paranaense.





gruporic.com.br

Vem, que o futuro chama você!



TOPVIEW



Curitiba | 103.9
Londrina | 102.1
Ponta Grossa | 103.5
Cascavel | 101.5



Curitiba | 107.1
Londrina | 104.5
Maringá | 109.2
Foz do Iguaçu | 105.1



ric | ooh

JOY

veículos de comunicação



unidades de negócio