



## Comunicado de Imprensa

2024/04/22

### EURO 2024

#### **MEO entra em campo no europeu de futebol e diz 'Dá Dá' aos filhos do Euro**

Depois de ter desafiado os portugueses a terem filhos 'por amor à seleção', quando faltavam 9 meses para o campeonato europeu de futebol, a MEO renova agora a campanha 'Filhos do Euro' com uma oferta para os pais.

Se, na altura, a ideia era aproveitar a licença de parentalidade para assistir aos jogos da nossa seleção, desta vez, o objetivo passa por incentivar o apoio a Portugal e o visionamento dos jogos da Seleção Nacional 'em Grande': 55 polegadas, mais precisamente.

Com a gravidez a aproximar-se, a passos largos, do fim e os pais dos "Filhos do Euro" a prepararem-se para assistir ao primeiro jogo do campeonato, a nova campanha multimeios da MEO, que arranca esta segunda-feira, oferece aos portugueses uma boa oportunidade.

A campanha anuncia a compra de uma Smart TV Xiaomi de 55' por apenas 399,99€, valor que a marca, patrocinadora oficial da Seleção Nacional de Futebol e da Federação Portuguesa de Futebol (FPF), se compromete a devolver, em conteúdos premium de televisão, se a seleção nacional se sagrar campeã, no dia 14 de julho.

Até lá, a MEO traz aos seus clientes uma experiência ainda mais entusiasmante, através das funcionalidades e qualidade de imagem da Smart TV que permitem ver os melhores momentos de cada jogo, rever os golos e os lances perigosos ou recorrer ao controlo de velocidade para ver um determinado passe em câmara lenta.

No spot publicitário, onde estas funcionalidades são reveladas, ao casal que protagonizou a campanha divulgada em setembro, junta-se, desta vez, um terceiro elemento, na barriga da mulher.

A célebre música dos Da Weasel, 'Dialeto de Ternura', que na primeira campanha lançava o desafio 'Faz faz Bé bé', surge agora a ser cantarolada ao bebé: "Uhhh! Uhhh! Yeah, Yeah! ...MEO MEO Dá Dá!".

A MEO dá assim continuidade a uma história que vem partilhando com os portugueses, de paixão pelo desporto e, acima de tudo, pelas pessoas.



## Comunicado de Imprensa

### Ficha Técnica da Campanha:

Diretor Geral - Miguel Ralha  
Diretor Criativo - Nuno Riça, João Amaral  
Diretor Criativo Executivo - José Bomtempo  
Diretor Arte - António Duarte  
Copywriter - João Freitas  
Digital Copywriter - Ana Simões  
Digital Designer - Bruno Cândido  
UI/UX Designer - Frederico Graça  
Diretor Contas - Matilde Parreira  
Executivo Contas - Sara Lopes  
Arte Finalista - Pedro Santos  
Fotógrafo - Álvaro Carrapito  
Produtor - Nuno Calado  
Realizador - Alexandre Montenegro (Show Off | Mola)  
Assistente Realização - Cesário Montenegro  
Produtor Executivo - Alexandre Montenegro (Show Off | Mola)  
Diretor Produção - Alexandre Papin (Show Off | Mola)  
Diretor Fotografia - Carlos Lopes "Kaká"  
Diretor Arte Cinematográfica - Nelson Coelho  
Editor - Bruno Moreira (Show Off | Mola)  
Sound Designer - Henrique Lima (Som de Lisboa)  
Compositor - Da Weasel