

## Comunicado de Imprensa

2024/05/22

### MEO lança o primeiro serviço mundial sustentável de telecomunicações e energia

- Lançamento da 3ª geração de convergência
- Operadora líder junta energia 100% verde ao negócio core das telecomunicações
- Lançamento da primeira oferta global sustentável de telecom + eletricidade, com benefícios cruzados de poupança
- Liderança da transição digital e energética como uma só transição
- MEO assume nova estratégia de comunicação, nova identidade visual e novo posicionamento de marca

Depois de, em 2007, ter lançado a primeira oferta integrada com o serviço triple play (TV + Net + Telefone Fixo) e, seis anos mais tarde, adicionar o telemóvel, o MEO continua a sua história de inovação e disrupção do mercado e anuncia hoje a 3ª geração de convergência naquele que é o primeiro serviço mundial sustentável de telecomunicações e energia.

Em nome da consolidação da liderança, que mantém desde 2020, e de um crescimento imperativo num mercado que se prevê que seja ainda mais competitivo a nível nacional e global, a aposta estratégica passa por conjugar as sinergias do MEO e do MEO Energia.

O MEO volta a inovar com o objetivo de liderar a transformação digital e a transformação energética, juntando a energia, exclusivamente produzida a partir de fontes 100% renováveis, à inovação tecnológica, suportada na maior rede de infraestruturas do País.

*“Somos uma marca líder, que tem a criatividade e a competência ao serviço da inovação, que sempre ditou o caminho do mercado antecipando as necessidades dos portugueses. À competitividade de atuais e novos players, aos desafios de um setor de elevados investimentos e a um mercado global respondemos com a sinergia estratégica de dois ativos fortes que só um líder consegue oferecer.*

*O MEO “ganha” energia e apresenta-se ainda mais forte com uma ambição clara: liderar a transição digital e a transição energética do País. É sob esse pressuposto que o MEO se assume como o primeiro operador mundial com uma oferta global de serviços de telecomunicações e de eletricidade 100% verde, com benefícios cruzados para os clientes nas componentes de telecom e de energia, contribuindo também para o objetivo de neutralidade carbónica do País. O MEO continua, assim, a cumprir o seu papel enquanto líder da mudança, nas suas quatro áreas de atuação: inovação, sustentabilidade, tecnologia e pessoas” afirma Ana Figueiredo, Presidente Executiva da Altice Portugal.*

### **Nova Geração de Convergência**

Assim, a partir de hoje, todos os pacotes MEO passam a incluir a oferta conjunta de telecom mais energia, com benefícios cruzados para quem for cliente MEO e MEO Energia:

- Desconto do consumo médio estimado de eletricidade dos equipamentos MEO (uma box, um router e dois smartphones), o que representa uma poupança de 2,95€/mês.
- Descontos adicionais na fatura de energia, de um cêntimo/kWh para clientes MEO serviço fixo (para um consumo mensal de 250kWh, equivale a uma poupança de 2,91€ c/IVA para potências até 6,90kVA e de 3,08€ c/IVA para as restantes)
- Duplicação da velocidade de internet fixa, bem como a duplicação dos dados móveis e dos pontos MEOS, na adesão ao serviço MEO Energia
- Energia 100% sustentável (ao usar eletricidade produzida exclusivamente a partir de fontes renováveis-eólica, hídrica, solar, geotérmica entre outras - o MEO ajuda os portugueses a contribuir para a redução da pegada ecológica e preservação do planeta)



## Comunicado de Imprensa

A poupança total pode atingir até 25% da fatura de energia, o que representa cerca de 16€ na fatura média (64€) de um cliente residencial MEO Energia com 250 kWh e contador de 6,9kVA.

Ou seja, a partir de hoje quantos mais produtos MEO os clientes subscreverem, maior a poupança de que vão beneficiar.

Aos benefícios de poupança e de sustentabilidade, o MEO junta ainda a conveniência - dois serviços principais e uma só entidade e a simplicidade - toda a informação disponível numa única app.

Adicionalmente a marca apresenta também um conceito inovador de garantia de que os seus clientes nunca ficam sem energia, mesmo em mobilidade. É lançada a primeira rede nacional de carregadores para smartphones (BRICK powered by MEO) disponível para aluguer nas lojas MEO e noutros pontos de relevância para os clientes em todo o País (ex: festivais e restaurantes). O cliente pode levantar um *powerbank* no Porto e devolvê-lo em Faro, por exemplo.

O MEO continua a fazer história sob o lema da inovação e sustentabilidade em nome de um objetivo maior comum: a transição digital e a transição energética conjugando a melhor proposta de valor para o consumidor e a melhor experiência de cliente em dois setores estratégicos da economia do País.

Saiba mais em [www.meo.pt](http://www.meo.pt).

### **Estratégia de Comunicação: uma nova Era chegou ao MEO**

Depois de se posicionar como um dos principais *players* no setor das telecomunicações nos últimos 30 anos, pautando a sua atividade pelo constante lançamento de novos produtos e serviços, o MEO entra hoje numa nova etapa. A sinergia entre serviços de telecomunicações e de eletricidade oferece não apenas conveniência, mas também simplicidade, eficiência e sustentabilidade ao dia-a-dia dos portugueses.

Esta nova fase do MEO é acompanhada por um reposicionamento da marca que assume uma nova identidade gráfica e visual e uma estratégia de comunicação, com uma maior aposta no digital e na simplificação da mensagem.

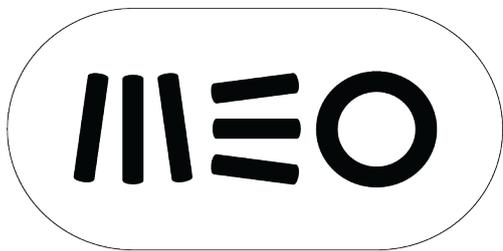
O claim 'É de sinergia que o teu mundo precisa' vem sintetizar o novo posicionamento da marca e este "novo" MEO é, mais uma vez, pioneiro a nível mundial ao ser a primeira marca a apresentar uma oferta de telecomunicações com energia verde.

Com uma maior simplicidade em toda a sua comunicação, numa maior proximidade com o consumidor, em linha com a promessa da sua própria assinatura - MEO Humaniza-te - a marca é fortalecida com uma nova linguagem visual, usando uma nova paleta cromática mais viva e energética, baseada no azul, verde, lima, branco e cinza, e novos códigos gráficos mais jovens e disruptivos.

### **Do small screen para o big screen (digital first): humor e redes sociais**

A comunicação parte de uma inspiração digital que contamina todos os restantes *touchpoints* de marca, num novo posicionamento que é acompanhado por um novo *host* e protagonista nativo-digital, o humorista **Guilherme Geirinhas**.

Com um registo baseado numa abordagem descontraída e inteligente, que tem conquistado os portugueses e que conta com um currículo na stand-up comedy, apresentação de podcasts, autor da série "Vai ficar tudo bem", Geirinhas ganhou nova notoriedade ao convidar os candidatos às eleições legislativas para uma série de entrevistas ("Bom Partido") num registo de produção digital no Youtube, com uma abordagem completamente diferente do registo habitual das clássicas entrevistas políticas.



## Comunicado de Imprensa

### **A campanha em TV**

Amanhã dia 23 de maio, arrancará uma campanha multimeios com um novo filme institucional sob o mote “É de sinergia que o teu mundo precisa” remetendo para o objetivo de liderança nas transições digital e energética.

Esta campanha de lançamento traz uma narrativa protagonizada pelos principais atores da natureza – os seus elementos – e os atores da vida real - os humanos - apresentando uma nova linha gráfica que funde e espelha a coexistência destes dois universos – telecom e energia verde.

O filme adota uma linguagem visual e estética forte e um ritmo com grande dinâmica combinando imagens cruzadas de elementos do planeta com pessoas. Este dinamismo evoca a energia, a sustentabilidade, o planeta e as sinergias entre pessoas, natureza e o MEO.

É o compromisso da marca que oferece aos clientes uma experiência integrada onde a conectividade e a energia se unem para criar um mundo melhor e mais eficiente, com benefícios para todos e acima de tudo para o planeta

A mensagem acompanha o movimento disruptivo desta nova etapa do MEO e ousa afirmar “Se não procuras nada de novo e revolucionário, então este anúncio não é para ti”, convidando os portugueses a continuar este caminho de liderança porque “Se o comando é teu, este anúncio é para ti”.

Este filme será complementado por três filmes de oferta comercial, que materializam a comunicação dos vários benefícios cruzados para o cliente.

Com uma forte presença multimeios esta campanha ficará na memória de todos.

### **FICHA TÉCNICA**

Agência: Dentsu Creative Portugal

CEO: Tomás Froes

CCO: Lourenço Thomaz

Diretor Geral: Patrick Stilwell

Diretor Criativo Executivo: Ivo Purvis

Diretores Criativos: Gil Correia e Emanuel Serôdio

Diretores Arte: Miguel Santos e João Meskas

Redatores: João Moura, João ribeiro e Diogo Stilwell

Designer: Jose Barreiro

Creative Strategist: João Filipe Belo

Social Media: Tatjana Almeida

Diretora de Contas: Carla Vidal Marques

Account: Rita Morgado

Head of Production: Martim Lemos

Produtora: 78 films

Realizadores: João Marques e Nuno Alberto, Flávio Sousa, António Mendes

Diretor de Fotografia: João Marques

Direção de Produção: Raquel Sousa

Estúdio Som: Guel

Sonoplastia: André de Almeida

Locução: Kelly Bailey e Luis Gaspar