



Comunicado | Lisboa | 27 de janeiro de 2014

## MEO torna-se marca única para oferta móvel e residencial da PT

A Portugal Telecom, SGPS, S.A. (PT) anuncia que os serviços prestados pela marca TMN passarão a ser prestados sob a marca MEO, tendo a TMN realizado uma alteração da sua denominação social para MEO – Serviços de Comunicações e Multimédia, S.A. Ao concretizar esta alteração, a PT tem presente as tendências de consumo dos seus clientes, bem como a sua estratégia para a área de consumo, incluindo os segmentos residencial e pessoal, que consiste na aposta na convergência fixo-móvel e de serviços, voz, internet e TV. O sucesso da estratégia de convergência sob a marca MEO – em apenas um ano mais de 1,5 milhões de serviços foram contratados - permite que a marca TMN evolua para MEO numa perspetiva de simplicidade e enfoque no cliente.

A marca MEO passa a ser líder de mercado na rede móvel com uma quota de 46,3%, já o sendo na oferta de serviços triple-play com uma quota de 47,2%, sendo ainda a marca mais recordada pelos portugueses, em todos os setores, de acordo com o estudo Publivaga da Marktest.

Os clientes da Portugal Telecom continuarão a ter ao seu dispor a maior rede de lojas do país e o mesmo número de atendimento ao cliente (1696), bem como um renovado website (meo.pt) que permitirá aceder a todas as funcionalidades em qualquer momento, em qualquer lugar. Os clientes continuarão a ter acesso aos mesmos serviços, aos mesmos tarifários e à mesma qualidade, simplicidade e facilidade. Os clientes passarão ainda a usufruir de um ecossistema integrado de aplicações do MEO, como o MEO Music (anteriormente Music Box e que passará a ter acesso a vídeos), o MEO Go, a MEO Cloud, o MEO Drive (agora com acesso a informações de trânsito em direto), o MEO Kanal (que passará a ter *upload* direto a partir do móvel) e o MEO Parking.

Também numa lógica de convergência, no setor empresarial, a PT passa a endereçar o mercado sob a marca PT Empresas, que agrega os serviços até aqui prestados pela PT Negócios e PT Prime.

Este novo posicionamento de convergência incorpora a estratégia de inovação e tecnologia da Portugal Telecom que visa melhorar a vida dos seus clientes, através da capacidade única de integrar diferentes tecnologias, equipamentos e serviços convergentes. Adicionalmente, a unificação das marcas permitirá à Portugal Telecom continuar a promover a eficiência e melhorar a rentabilidade dos seus ativos.

Esta alteração no universo de marcas PT é um passo lógico num cenário de convergência introduzido em janeiro de 2013 com o lançamento do M4O, o primeiro serviço quadruple-play lançado em Portugal, baseado numa lógica total de convergência fixo-móvel, com TV, internet, telefone e telemóvel. Com mais de 1,5 milhões de serviços contratados, o M4O é sinónimo de simplicidade, comodidade e poupança, materializando o sucesso de um

**Portugal Telecom, SGPS, SA**  
Avenida Fontes Pereira de Melo, 40  
1069-300 Lisboa  
Portugal

Sociedade aberta  
Capital social 26.895.375 euros  
Número de Matrícula na  
Conservatória do Registo Comercial  
de Lisboa e de Pessoa Coletiva  
503 215 058

A Portugal Telecom está cotada  
na Euronext e na New York Stock  
Exchange. Encontra-se disponível  
informação sobre a Empresa na  
Reuters através dos códigos PTC.LS e  
PT e na Bloomberg através do código  
PTC PL

Nuno Vieira  
Diretor de Relação com  
Investidores  
nuno.t.vieira@telecom.pt  
Tel.: +351 21 500 1701  
Fax: +351 21 500 0800



conjunto de transformações estratégicas adotadas pela PT desde 2008, ao nível da tecnologia, do modelo de negócio e da experiência do cliente.

Este movimento de marcas PT será alvo de uma Campanha de Comunicação multimeios, a partir de hoje no ar, com presença em TV, rádio, imprensa, mobiliário exterior, internet e redes sociais. Nesta campanha, os populares Gato Fedorento mantêm a linha de comunicação do MEO convergente, assumindo personagens que a TMN introduziu de forma original no mercado publicitário. Desta forma, avivam a memória dos portugueses com marcos estratégicos da história das comunicações móveis em Portugal, recuperando o lançamento da primeira chamada GSM no país e a introdução do MIMO, o primeiro cartão pré-pago do Mundo.

Para a PT, assinala-se hoje um dia histórico: a nova marca MEO passa assim a ser a marca de comunicações de referência dos portugueses, incorporando a estratégia de inovação e tecnologia do operador, que visa melhorar a vida dos clientes através da capacidade única de integrar diferentes tecnologias, equipamentos e serviços convergentes.