PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS
Gabinete do Ministro dos Assuntos Parlamentares

DSATS
À Secretária-Geral
08/09/26
Teresa Xardoné
Chefe da Secretária-Geral

*Ofº nº 9576/**MAP** – 25 Setembro 08*

Exma. Senhora
Secretária-Geral da
Assembleia da República
Conselheira Adelina Sá Carvalho

S/referência	S/comunicação de	N/referência	Data
Ofício nº 2384	29-07-2008	Registo nº 4992	31-07-2008

ASSUNTO: **RESPOSTA PERGUNTA N.º 2365/X (3ª) DE 24 DE JULHO DE 2008, DO SENHOR DEPUTADO BERNARDINO SOARES (PCP)**
- DESCRIMINAÇÃO DOS CUSTOS DA CAMPANHA "PORTUGAL – EUROPE´S WEST COAST" – 2.ª PERGUNTA

Encarrega-me o Senhor Ministro dos Assuntos Parlamentares de enviar cópia do ofício n.º 3162 de 24 de Setembro do Gabinete do Senhor Ministro da Economia e da Inovação, sobre o assunto supra mencionado.

Com os melhores cumprimentos,

À DAPLEN
08/09/26
A Directora de Serviços

A Chefe do Gabinete

Maria José Ribeiro

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA
278418
Gabinete da Secretária-Geral
08/09/26
Proc.º n.º 3

SMM

Palácio de S. Bento - 1249-068 Lisboa - PORTUGAL * Telef: + 351 21 392 05 00 Fax: + 351 21 392 05 15

3162
24-09-2008

MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DA INOVAÇÃO

GABINETE DO MINISTRO

GABINETE do MINISTRO
dos ASSUNTOS PARLAMENTARES

Entrada N.º 6032

Data 24 / 09 / 2008

Exma. Senhora
Chefe do Gabinete de S. Exa.
o Ministro dos Assuntos Parlamentares
Palácio de S. Bento
1249-068 LISBOA

S/referência	S/comunicação de	N/referência
		Proc. Reg.7515 8377

Assunto: **Pergunta nº 2365/X/(3ª) – AC de 24 de Julho de 2008**
Descriminação dos custos da campanha "Portugal – Europe's West Coast – 2ª Pergunta

Relativamente à pergunta supra citada, colocada pelo Grupo Parlamentar do PCP, encarrega-me S. Exa. o Ministro da Economia e da Inovação de informar o seguinte:

- O investimento em meios da Campanha Portugal - Europe's West Coast foi de cerca de 1.4M€;

- 46% desse montante, que corresponde a 0,651M€, foi investido na Campanha Interna. A estratégia de media na Campanha Interna teve dois objectivos:

  - Objectivo 1: atingir o público nacional e internacional, designadamente imprensa e Opinion Leaders que se encontravam na capital portuguesa por ocasião da assinatura do Tratado de Lisboa. Para alcançar este objectivo foi feito um forte investimento em meios de grande impacto (empenas de edifícios, outdoors e mupis);
  - Objectivo 2: abranger um leque diversificado de público nacional. Para tal foram seleccionados meios de imprensa generalista e lifestyle. Os títulos utilizados foram os seguintes: Blue Travel, Caras, Casa Cláudia, DE – Fora de Série, Única, Luxwoman,

Máxima, Notícias Magazine, Nova Gente, Pública, Revista Sábado, Rotas & Destinos, Tabu, Time Out, Visão, Vogue, Homem, Casa e Jardim, Revista do ACP;

- 54% do investimento em meios, que corresponde a 0,755M€, foi feito na Campanha Internacional nos meios referidos na resposta à pergunta nº 485/X/(3ª) de 26/3/2008. A este propósito, cabe-nos esclarecer que os títulos que se encontram repetidos em vários mercados correspondem a edições nacionais e não a meios pan-europeus.

Com os melhores cumprimentos,

O Chefe do Gabinete

Pedro de Almeida Matias

c/c SET

Ministério da Economia e da Inovação
Rua da Horta Seca, Nº 15 . 1200-221 Lisboa, Portugal
Tel.: +351 21 324 54 00 . Fax: +351 21 324 54 20 . Internet: www.min-economia.pt