Enel redefine a sua imagem de marca como uma empresa “Open Power”

28 de Janeiro, 2016

A presidente da Enel, Patrizia Grieco, e o CEO, Francesco Starace, revelaram a nova identidade da marca corporativa global do grupo na sede da filial espanhola, Endesa, em Madrid, na terça-feira. No mesmo dia, foi igualmente lançada a nova marca da Enel Green Power e da Endesa como parte da nova identidade de marca do grupo.

“Com o nosso posicionamento de marca, estamos a harmonizar a imagem corporativa da Enel com as mudanças que estão a decorrer, tanto dentro da empresa, como na evolução progressiva que estamos a levar a cabo no mercado energético”, comentou o CEO e diretor geral do Grupo Enel, Francesco Starace.

“O conceito de ‘Abertura’ que sintetizamos no mote ‘Open Power’, posiciona-nos como um grupo inovador e sustentável, dedicado a expandir e a aumentar o conteúdo tecnológico de todas as suas operações, para obter a segurança do abastecimento e melhorar os serviços de energia em todo o mundo. ‘Open Power’ significa muito mais do que ser simplesmente uma produtora e distribuidora de energia elétrica. A nossa nova marca encarna perfeitamente o carácter inovador, sustentável, multidimensional e aberto do grupo Enel”, adiantou.

A estratégia de Open Power da Enel, como foi anunciado durante o Dia Enel de Mercados de Capital, celebrado em Londres no passado mês de novembro, considera o conceito de “Abertura” como “uma pedra angular do seu enfoque estratégico e operacional”. Esta nova estratégia de marca envolve o posicionamento da Enel como “uma empresa moderna de serviços públicos, aberta, flexível, recetiva e capaz de liderar a transição energética”.

Como parte do reposicionamento da marca, no evento também foi dada a conhecer a nova página corporativa de internet do grupo, Enel.com, com um enfoque centrado no utilizador e uma aplicação adaptada para telemóveis. A estratégia completa da presença global on-line do Grupo acontece até ao final deste ano.