

Greenvolt renova identidade para ganhar força na transição energética

4 de Novembro, 2022

Com o objetivo de solidificar o trabalho já realizado, mas também para preparar o Grupo para liderar o importante processo da transição energética, a Greenvolt avança com uma renovação da sua identidade.

“Acreditamos que este é o momento de estabilizar enquanto marca, tanto numa visão de grupo como de cada empresa”, afirma João Manso Neto, CEO do Grupo Greenvolt, sublinhando que “temos uma nova identidade, com uma nova imagem, mais representativa dos princípios de um Grupo que acredita que a energia do futuro será mais verde, o Grupo Greenvolt”.

Perde-se o V em maiúscula, criando o sentido de unidade da marca, e ganha força o G, em Greenvolt, com o objetivo de demonstrar o propósito de Grupo. “Esta mudança é representativa da importância do trabalho em grupo/equipa e a diferença que este pode fazer na liderança de uma transição energética que se quer rápida, mas sempre inclusiva”, adianta a empresa.

Ao mesmo tempo, a paleta de cores da nova imagem da Greenvolt, que resulta da colaboração entre a empresa e a agência criativa República 45, torna-se evolutiva. Tendo nascido verde, com o foco único de entregar 100% energia verde através de múltiplas tecnologias em várias geografias, o logótipo da Greenvolt evolui para o azul, traduzindo a mudança para um setor energético mais sustentável.

De acordo com Inês Palhoto, responsável pela marca e comunicação externa do Grupo Greenvolt, “este rebranding surge com a vontade de fortalecer a marca Greenvolt, dar-lhe estabilidade e força, ao mesmo tempo que impulsiona todas as marcas do Grupo”.

Um ADN, os mesmos três pilares

A Greenvolt tem no seu ADN a energia renovável. Desde o seu nascimento que tem bem claro o seu propósito: “tornar o mundo mais verde, contribuindo ativamente para que se reduza exponencialmente o recurso a fontes de energia de base fóssil”.

A base do negócio da empresa foi a geração de energia produzida a partir de biomassa florestal residual, através de cinco unidades em Portugal, e de resíduos lenhosos urbanos, no Reino Unido, através da Tilbury Green Power.

O outro pilar estratégico da Greenvolt é a “promoção de projetos eólicos e solares fotovoltaicos (utility-scale), com atuação em vários mercados europeus e no mercado americano”. Neste negócio, “conta com um pipeline de 6,7 GW – com 2,9 GW em estado avançado de desenvolvimento até ao final de 2023”, refere a empresa.

O terceiro pilar é o “segmento estratégico da geração distribuída de energia renovável”, onde a Greenvolt atua nos mercados português e espanhol, tanto no segmento empresarial como no residencial, apresentando soluções que visam a redução da fatura energética dos seus clientes.

De acordo com a empresa, estes pilares são, e continuarão a ser, a “base do crescimento” da Greenvolt rumo a um futuro mais sustentável. Mas nesta fase, importa clarificar a oferta, assumindo-se uma marca única, a Greenvolt, com diferentes assinaturas para cada segmento.

O negócio de produção de energia através da biomassa assume, assim, a assinatura de Greenvolt Biomass, de cor verde, em representação das florestas, focando-se no objetivo de contribuir para travar as alterações climáticas e para uma economia com baixos níveis de carbono, através da produção de energia a partir de fontes renováveis, neste caso através dos resíduos florestais e urbanos.

No negócio da promoção de projetos de energia eólica e solar de larga escala, a V-Ridium passa a denominar-se de Greenvolt Power, marca que terá como objetivo alavancar um novo posicionamento da Greenvolt como o grande promotor do setor solar e eólico a nível internacional.

Esta é uma marca que tem presença e uma abordagem global, mas impulsionada pela nossa experiência local nos vários mercados. A Greenvolt Power será a chave para um futuro verde, porque acredita no poder da natureza para desenvolver um futuro renovável.

Por último, a geração distribuída passará a contar com duas novas assinaturas, a Greenvolt Next e a Greenvolt Comunidades, que substituem a Profit Energy e a Energia Unida, respetivamente.

A Greenvolt Next nasce da ideia de levar a energia verde para o seguinte nível. Uma energia mais próxima dos consumidores, sendo uma marca que quer impulsionar a mudança na forma como produzimos e consumimos energia. Aplicando know-how adaptado à realidade de cada mercado, colocando as empresas e os cidadãos, a nível nacional e internacional, no centro do sistema elétrico.

No caso da Greenvolt Comunidades, mantém-se a proposta de valor: “facilitar a criação de Comunidades de Energia, unindo os Produtores de energia solar com os Consumidores que procuram um futuro mais sustentável e uma redução do custo da energia”, refere a empresa.