



O futuro do planeta está nas mãos de cada um – é este o desafio que a EDP tem vindo a lançar junto da sociedade civil, posicionando-se como uma marca embaixadora da sustentabilidade. Com a missão de contribuir para a qualidade de vida das pessoas e do ambiente que a rodeia, a EDP promove o optimismo e o dinamismo social, estreitando cada vez mais os laços com os seus clientes e comprometendo-se com as gerações vindouras.

Produtos e Valores da Marca

O ano de 2006 foi marcado pela liberalização do mercado doméstico do sector eléctrico em Portugal. Esta alteração de paradigmas, levou a EDP a reclamar para si uma relação ainda mais próxima e transparente com os seus clientes, o que está na base da redefinição da sua marca – criação de uma nova assinatura e "restyling" em 3D da identidade gráfica. "Sinta a nossa energia" contém ambas as promessas do presente e do futuro, que, além da referência objectiva à oferta da EDP – electricidade e gás – sugerem bem-estar, conforto e entusiasmo, transformando a relação com a marca numa verdadeira experiência, em pleno alinhamento com o sorriso que lhe dá a cara. E, neste sentido, sentiu-se ainda a necessidade de avivar esse sorriso, conferindo-lhe uma plástica tridimensional, não só mais adaptável a

ambientes audiovisuais e virtuais, mas também mais próxima e afectiva. A marca EDP completa-se a si mesma, na medida em que é orientada tanto por critérios racionais como por critérios emocionais. Se por um lado, a marca se manifesta pela simplicidade, honestidade, credibilidade e qualidade do seu serviço, esta, por outro, apropria-se de valores como a ética, a responsabilidade social e ambiental, a inovação e o dinamismo, por meio de uma oferta paralela de produtos e serviços.

Inovação e Comunicação

A EDP foi a única empresa a entrar no mercado liberalizado de energia em Setembro de 2006, com uma oferta para o mercado residencial. Assim, criou a marca edp5D, caracterizada por um tom de comunicação jovem, dinâmico e inovador.

A oferta edp5D foi concebida à medida dos seus clientes, materializada em 5 dimensões – Economia, Conforto, Proximidade, Inovação e Ambiente. Em Junho de 2007, a sua campanha multi-meios permitiu uma aceleração significativa na captação de clientes. No final do ano, a edp5D contava já com mais de 140.000 clientes.

Reforçando o posicionamento adoptado para o Grupo EDP com a campanha institucional "Está nas nossas mãos", a temática da eficiência energética veio ocupar um papel relevante na actividade da empresa, através do ECO, um programa de sensibilização para o consumo eficiente de energia, dirigido a particulares e empresas. Neste âmbito, a edp5D foi responsável pela troca de mais de meio milhão de lâmpadas e pela comparticipação de 7.000 frigoríficos eficientes. Paralelamente, a EDP lançou a marca My Energy, para representar soluções

de microgeração a partir de energias renováveis. Ao encarar a sustentabilidade de forma integrada, a EDP considera a cultura um eixo fundamental para o desenvolvimento da sociedade. Assim, entre outros projectos de mecenato, destaca-se a iniciativa "7 Maravilhas EDP", uma homenagem aos 7 monumentos portugueses eleitos, promovendo o trabalho de 7 artistas plásticos, 7 músicos e 7 fotógrafos nacionais.

Mercado

A EDP é uma empresa do sector energético verticalmente integrada com uma posição consolidada na Península Ibérica. A EDP é o maior produtor, distribuidor e comercializador de energia eléctrica em Portugal e é a terceira maior empresa eléctrica no mercado ibérico. No sector das energias renováveis, a NEO – Novas Energias, S.A.

é a empresa para o mercado europeu, que controla interesses em empresas que desenvolvem e operam parques eólicos em Portugal, Espanha, França, Bélgica e Polónia. Na sequência da aquisição da empresa norte-americana Horizon Wind Energy LLC, a EDP tornou-se no quarto maior produtor mundial de energia eólica. O grupo conta, também, com activos de gás em Espanha, onde é a segunda maior operadora de distribuição e transporte, e em Portugal, onde detém a EDP Gás e participações na empresa de distribuição Setgás. No Brasil, a empresa possui mais de três milhões de clientes, repartidos pelas distribuidoras Bandeirante, Escelsa e Enersul e detém 1.043 MW de potência em operação.

Vantagens Competitivas e Desenvolvimentos Futuros

Ao longo de 2007, a marca edp5D desenvolveu a sua actividade no sentido de assumir um posicionamento de liderança e diferenciação, criando o primeiro pacote de serviços energéticos na Península

Ibérica. Ainda no último trimestre, a edp5D tornou-se a marca pioneira no sector energético à escala mundial, a contar com uma identidade multisensorial – tendo apresentado, por exemplo, uma fragrância e um jingle próprios – a par do seu programa de recompensas 5entidos, exclusivo para os clientes edp5D e baseado no conceito



de marketing experiencial. A marca-mãe EDP, por sua vez, conta com 100% de notoriedade total, sendo também a marca portuguesa que regista um maior grau de notoriedade espontânea (fonte: Dynamic Tracking Millward Brown, Dez. 2007). Estes dados conferem à EDP uma responsabilidade acrescida de continuar a acompanhar, testar e trabalhar a sua marca, fortalecendo-a cada vez mais. O grupo EDP foi

galardoado com diversos prémios durante o ano de 2007, entre eles: Empresa mais Familiarmente Responsável, Melhor Relatório de Sustentabilidade pelo 5º ano consecutivo, Prémio de Prata do Clube de Criativos na categoria de "imagem corporativa" (edp5D) e Prémio Briefing de Identidade (My Energy). O facto da EDP se encontrar num processo dinâmico de alargamento do grupo a outras geografias, requer um constante exercício de avaliação e redefinição da sua arquitectura de marca. Um desafio que a EDP terá sempre presente.

Factos que desconhece

Em Setembro de 2006, a EDP inaugurou na sua sede o Espaço da Sustentabilidade. Este local está aberto ao público e promove a divulgação de temáticas ambientais, além das boas práticas sociais e económicas do grupo. Aqui realizam-se colóquios, exposições e debates em torno do desenvolvimento sustentável, em parceria com diversas ONG's.

A produção das facturas EDP está a ser compensada de todos os impactos ambientais, desde a produção do papel até à utilização de máquinas para impressão e envio. Este método foi desenvolvido pela EDP em parceria com o Instituto Superior Técnico e é um projecto pioneiro a nível mundial.

A EDP é hoje o 4º maior produtor mundial de energia eólica.

A EDP é a primeira empresa em Portugal a constituir um fundo de biodiversidade, no qual pretende investir 2.5 milhões de euros até 2012 para a preservação da fauna e da flora nacionais, em projectos desenvolvidos por entidades externas.

A EDP lançou o Energy Bus, um autocarro que percorra o país, a promover a eficiência energética. O Energy Bus proporciona aos seus visitantes uma experiência interactiva, com equipamentos de demonstração de novas tecnologias, painéis informativos, folhetos e conselhos úteis, sensibilizando os portugueses para a utilização racional de energia no seu dia-a-dia.

A Fortgás, concessionária de distribuição de gás natural da região litoral norte, pertencente ao Grupo EDP, passou a operar no mercado com a marca EDP Gás, desde o dia 1 de Janeiro de 2008, reforçando a sua identificação com o Grupo EDP.



2006
Lançamento do edp5D;
Restyling da identidade gráfica EDP;
Criação da assinatura "Sinta a nossa energia".

2007
Apresentação do programa ECO e marca My Energy; Campanha Institucional "Está nas nossas mãos"; Campanha de troca de lâmpadas; Campanha "7 Maravilhas EDP"; Estreia da TV Corporativa EDP On.