

“Diz ei”: Campanha da empresa da Galp quer massificar o autoconsumo solar em Portugal

15 de Abril, 2021

“Diz ei” é a mais recente campanha da empresa **ei – Energia Independente**. A campanha de multimeios da empresa do Grupo Galp, apresentada à imprensa, esta quarta-feira, dia 14 de abril, tem como principal objetivo contactar de forma massificada as famílias e as empresas portuguesas. Como? Através de uma estratégia que cruza “informação e pedagogia” para uma nova realidade: “o autoconsumo solar como fonte de energia limpa, sustentável e rentável para os utilizadores e à medida de cada um”.

Na apresentação da nova campanha, **Ysabel Marqués**, chief marketing Officer da ei – Energia Independente, destaca o desejo de a empresa em conseguir “propagar uma mensagem verdadeira e transparente” no sentido de mostrar ao mundo como “fazemos as coisas” e como “convidamos os consumidores a alterar a sua forma de pensar”, juntando-se a esta nova realidade com “grandes benefícios”, quer seja ao nível ambiental, quer seja ao nível de poupança. Além da nova campanha ser “demonstradora” das vantagens e benefícios do autoconsumo solar, a responsável sublinha que “os clientes e consumidores que desejam escolher esta fonte de energia limpa vão ter uma proposta feita à medida e nunca uma proposta de ferramentas genéricas”. Aliás, uma ferramenta que a empresa dispõe é um simulador que permite aos consumidores perceberem, em 25 segundos, com “coerência e exatidão” as poupanças de obter determinada tecnologia, precisa.

Desde que iniciou a atividade em Portugal, em outubro de 2020 numa fase “beta” inicial, a ei – Energia Independente suscitou “forte adesão dos consumidores”, atingindo cerca de “mil vendas” desde o seu lançamento. Quem o diz é **Ignacio Madrid**, CEO e fundador da ei – Energia Independente, que não tem dúvidas de que o mercado está pronto para esta nova realidade: “Os clientes estão dispostos mas querem saber mais. Por isso, dedicamos tempo para perceber aquilo que os consumidores procuram e a verdade é que querem soluções à medida”.

A energia descentralizada é assim vista como uma “excelente oportunidade” a todos os níveis: “O setor energético em Portugal, como acontece um pouco por toda a Europa, está a viver um dos momentos de mudança mais importantes da história”, destaca. Embora as previsões indiquem que no próximo ano este mercado registe grande crescimento, Ignacio Madrid destaca o desafio de se saber “convencer” os consumidores: “Sabemos das oportunidades finais mas temos que convencer um a um sobre as mesmas”. E não basta falar sobre painéis solares: “É preciso falar sobre as instalações específicas de casa, isto é soluções à medida”, precisa. A “Diz ei” é assim um “abre olhos” para que todos os consumidores “saibam e conheçam” que existem soluções adequadas e feitas à medida: “As pessoas podem colocar painéis solares nos telhados e gerar energia mais barata do que aquela que conseguem na rede”, exemplifica.

Até ao final de 2021, a campanha “Diz ei” incidirá em meios de imprensa escrita, rádio, outdoor e, com maior destaque e peso, em televisão e digital. E as peças sintetizam as mensagens centrais que a empresa pretende transmitir aos portugueses: “as vantagens do autoconsumo para um futuro mais sustentável”; “o acompanhamento que a marca disponibiliza para planos à medida de cada utilizador; a poupança que a geração da própria energia proporciona”; e também, “a nível empresarial e a pensar no tecido nacional de pequenas e médias empresas, tornar os negócios mais competitivos”.

Estas mensagens materializam os valores da ei-Energia Independente: “o autoconsumo personalizado, a poupança sem obras nem complicações, que desafiam os portugueses a descobrir, em apenas 25 segundos, como poupar com a energia solar desde o telhado das suas casas e empresas”, lê-se numa nota de imprensa.

Citando a mesma nota, Susana Quintana-Plaza, administradora executiva da Galp com o pelouro das Renováveis e Novos Negócios, assegura que “a ei é uma empresa que cumpre os 3 Ds da energia – descarbonização, descentralização e digitalização – e que oferece aos clientes soluções de energia verde personalizadas, permitindo-lhes não só poupança como que se tornem agentes ativos da transição energética”. Por isso, “é importante massificar esta mensagem e este desafio junto dos portugueses de forma a que possam beneficiar de eletricidade verde mais acessível”, sustenta.

A campanha “Diz ei” foi desenvolvida pela agência Isobar e contou com a produção da Jupiter Films.