

Mais de três décadas a garantir visibilidade premium

Proprietária duma rede consolidada de outdoors com posições premium, sobretudo no Minho e em Trás-os-Montes, a Green tem expandido a sua operação a todo o país, ao mesmo tempo que continua a apostar na diversificação da sua oferta.



Iniciada em 1986, a Green cedo se especializou no mercado do out-of-home, encetando um projeto que hoje conta já com aproximadamente 750 posições de outdoors. O projeto liderado solitariamente por Delfina Alves, impulsionado sob o lema “o nosso sucesso será o sempre o retorno do investimento dos nossos clientes”, cedo impôs no mercado uma marca forte: foco inquebrantável nas necessidades dos clientes e total respeito pelos compromissos assumidos junto dos fornecedores. De olhos postos no futuro, a Green continua a diversificar a rede e a diversidade de estruturas, ao mesmo tempo que tem desenvolvido a sua capacidade produtiva própria, e dá corpo à concretização de novos projetos, alargando o seu target.

Se atualmente o território minhoto e o norte do país correspondem aos mercados mais fortes do projeto empresarial da Green (no âmbito do qual se inclui, por exemplo, o continuado trabalho para clientes como o IKEA, a Decathlon ou o Burger

King ou a relação com os centros comerciais Nova Arcada e Braga Parque), importa sublinhar que os próximos anos deverão coincidir com a consolidação desta empresa à escala nacional.

Num mercado permeável a flutuações, cujo crescimento se assinala como “um sinal de credibilidade” e de adaptação às vigentes necessidades, Delfina Alves acredita que no que diz respeito ao mercado dos outdoors, “deveras concorrencial, em que a concorrência é desleal, pela existência de players que operam quase exclusivamente sem as devidas licenças”, as expectativas são de contínuo crescimento, “os nossos clientes sabem que nós somos um porto seguro, já que temos localizações premium, mas integralmente legalizadas, o que é cada vez mais valorizado, até pelas consequências jurídicas que a falta de licenças vem trazendo a clientes menos atentos”. Por outro lado, advoga que “ao esforço das empresas em melhorarem as estruturas, alia-se o facto do

próprio outdoor, cada vez mais reconhecidamente, ser hoje o único meio de comunicação inevitável: é fácil perceber como se pode evitar a publicidade televisiva ou digital”.

Hoje, efetivamente, a nossa interlocutora lidera uma estrutura societária no seio da qual se insere o universo de duas empresas que se complementam, a Green e a Publiminho, embora a comunicação grave exclusivamente em torno da primeira. Assim, ao core-business da Green, soma-se a forte vocação produtiva da Publiminho, apta a desenvolver soluções chave-na-mão e adaptáveis às necessidades de cada cliente, em diversos domínios: da impressão digital à produção de reclamos luminosos, da personalização de brindes à decoração de viaturas.

Ao serviço de ambas, sobra o talento, o esforço e a proatividade de um departamento criativo que se alia a uma equipa de produção e montagem que assegura o fabrico dos painéis, bem como de diferentes soluções

de comunicação, executadas de acordo com especificidades próprias. O sucesso das empresas, só tem sido possível “à custa dum corpo de colaboradores com um grau de profissionalismo e dedicação inexcedíveis”.

Se existe, no entanto, um elemento que ao longo deste percurso jamais se alterou, tal corresponde ao especial carinho que a Green nutre pelo Sporting Clube de Braga. “A nossa ligação parte do coração”, confessa Delfina Alves, antes de acrescentar que, neste caso, “trabalhamos mais com a emoção do que com a razão”, numa referência à especial relação de entreajuda que existe com o emblema bracarense.

A trabalhar já no futuro, a Green tem diversos projetos na forja, designadamente, a melhoria do processo de construção e comercialização de painéis eletrónicos, a migração para o universo digital (e-commerce), o desenvolvimento da agência de marketing digital, e a internacionalização.

