

VisionWare celebra 20 anos: uma nova imagem, o mesmo ADN

jornaleconomico.sapo.pt/noticias/visionware-celebra-20-anos-uma-nova-imagem-o-mesmo-adn

July 7, 2025

Empresa tecnológica portuguesa dedicada à Segurança de Informação e Cibersegurança, celebra 20 anos com nova imagem e posicionamento estratégico

Linhas diagonais mais finas e estilizadas, a nova a marca “V”, que transmite o movimento e a inovação constantes e um tipo de letra que reflete sofisticação e clareza, através da simplicidade visual. O corte no “O”, que reforça a nova identidade visual e as cores escolhidas, com o subtil degradê em azul.

Ao observar o novo logotipo da VisionWare, é evidente a profunda transformação visual do rebranding que celebra os 20 anos da tecnológica portuguesa – um trabalho desenvolvido pela equipa interna de Design, integrada na área de Brand Strategy & Corporate Affairs.

Trata-se de um marco na história da empresa, a única de capital 100% nacional especializada nestas áreas de atuação, e que inclui não só uma nova imagem, como também o refresh do seu logótipo/marca, e rebrand patente no seu website corporativo, em diversos materiais promocionais online e offline, e demais canais digitais, internos e externos.



Uma nova identidade que acompanha a ambição empresarial

Mais do que uma mudança visual, trata-se de um investimento robusto e um “sinal claro da importância crítica da comunicação e marketing da empresa, enquanto vertente estratégica”, pode ler-se no comunicado divulgado pela VisionWare. Este rebranding surge também como uma resposta à transformação acelerada de um setor cada vez mais exigente, competitivo e crítico para os negócios – posicionando a marca de forma ainda mais sólida no mercado da cibersegurança, reforçando a sua notoriedade e abrindo caminho para novas oportunidades comerciais.

Bruno Castro, Fundador e CEO da VisionWare, e também ele especialista em Cibersegurança e Análise Forense, refere que “passados 20 anos, continuamos com o mesmo entusiasmo e mais seguros do que nunca da nossa missão e da importância crucial da cibersegurança para as empresas, independentemente da sua dimensão ou setor de atividade”, explica.

O mundo mudou e a VisionWare também

A cibersegurança assumiu, nos últimos anos, um papel central no mundo empresarial e geopolítico, tornando-se uma prioridade incontornável na agenda das empresas e organizações, da gestão de topo e dos grandes decisores. Talvez um dos ativos mais importantes no contexto global atual, marcado pela crescente digitalização, pela complexidade das infraestruturas tecnológicas e pelo aumento das ciberameaças.

Proteger dados, os sistemas e a confiança tornou-se uma prioridade crítica e é, neste contexto, que a marca se reposiciona, como explica Bruno Castro.

“Mais do que nunca, é necessário um posicionamento premium e estratégico, consistente, sólido e com experiência comprovada como a VisionWare tem vindo a desenvolver e a comprovar nestas duas últimas décadas. O mundo mudou, e nós na VisionWare, também continuamos a acompanhar essas evoluções”, remata o gestor. Com mais de 5.000 projetos implementados em duas décadas, e com operações comerciais em mais de 12 geografias distintas, a VisionWare possui mais de 200 clientes ativos, registando um volume de faturação na ordem dos 4,7M€ no último ano. Esta nova imagem vem solidificar a presença sólida, contínua e robusta desta tecnológica nacional, que atualmente detém já perto de 110 colaboradores distribuídos pelos seus escritórios em Portugal, bem como em Cabo Verde, na Praia, e no recém-inaugurado TechPark do Mindelo.

O CEO da tecnológica não tem dúvidas quando diz que “tem sido um verdadeiro privilégio, uma honra e um orgulho extremo, poder assistir diariamente ao sucesso da VisionWare”, uma empresa que idealizou enquanto jovem empreendedor. “Hoje, já somos mais de 100 pessoas que diariamente vestem a camisola da empresa como autênticos embaixadores VisionWare, em formato worldwide”, finaliza.

Este artigo foi produzido em parceria com a VisionWare.