

## **EDP é a marca Portuguesa mais valiosa em 2022.** **CONTINENTE regista o maior crescimento de valor financeiro de marca.**

A Consultora OnStrategy apresenta os resultados do estudo das Marcas Portuguesas Mais Valiosas 2022, reportando aos resultados financeiros de 2021.

O cálculo do Valor Financeiro de Marca é desenvolvido em conformidade as normas ISO20671 (avaliação de estratégia e força) e ISO10668 (avaliação financeira) através da metodologia de Royalty Relief, cujo processo obedece às seguintes fases: determinação de estimativas de vendas e prestação de serviços, determinação do índice de força de marca (relação emocional e comportamental, reputação, experiência, presença e atividade no mercado, força da equipa de colaboradores e saúde financeira), determinação da taxa de royalty, determinação da taxa de desconto, e determinação do valor económico da marca.

Entre mais de 200 marcas Portuguesas que publicam as suas contas, destaca-se a EDP como a marca com maior valor financeiro (2.876 M€) e o CONTINENTE como a marca que regista maior crescimento (+46,7%).

As 25 marcas Portuguesas mais valiosas são:

1. EDP 2.876 M€ (+0,9%).
2. GALP ENERGIA 1.702 M€ (+9,0%).
3. JERONIMO MARTINS 1.018 M€ (+11,6%).
4. PINGO DOCE 816 M€ (+6,7%).
5. CONTINENTE 663 M€ (+46,7%).
6. MEO 642 M€ (+1,4%).
7. MILLENNIUM BCP 637 M€ (-2,3%).
8. CGD – CAIXA GERAL DEPOSITOS 619 M€ (-2,7%).
9. EDP RENOVAVEIS 615 M€ (+2,7%).
10. BANCO BPI 509 M€ (+5,2%).
11. NOS 438 M€ (+1,4%).
12. MOTA ENGIL 349 M€ (+5,1%).
13. SUPER BOCK 326 M€ (+27,3%).
14. FIDELIDADE 322 M€ (+17,1%).
15. SONAE 302 M€ (-9,9%).
16. THE NAVIGATOR COMPANY 250 M€ (+3,3%).

17. DELTA 206 M€ (+44,1%).
18. CTT 197 M€ (+8,8%).
19. TAP 196 M€ (+7,7%).
20. CUF 176 M€ (+3,5%).
21. WORTEN 168 M€ (+10,5%).
22. NOVOBANCO 162 M€ (+30,6%).
23. LUZ SAUDE 152 M€ (+5,6%).
24. PESTANA 148 M€ (+15,6%).
25. SAGRES 144 M€ (+18,0%).

Já entre as marcas que registam o maior crescimento de valor financeiro destacam-se, acima de 25%:

1. CONTINENTE (+46,7%).
2. DELTA (+44,1%).
3. LUSO (+42,1%).
4. NOVOBANCO (+30,6%).
5. VISTA ALEGRE (+29,2%).
6. SUPER BOCK (+27,3%).
7. SUMOL (+26,3%).
8. COMPAL (+25,8%).

**João Baluarte, Partner da OnStrategy refere,** “De uma forma geral, assistimos a uma recuperação dos valores das marcas mais expostas ao efeito da pandemia, motivados essencialmente por melhores projeções de volume de negócios bem como melhores desempenhos que o esperado para o ano de 2021. Tendo por base o ano 2020, as 25 marcas Portuguesas mais valiosas cresceram 6,6% entre 2021 e 2020 e 13,5% entre 2022 e 2020”.

**O mesmo responsável refere ainda,** “Não obstante o bom desempenho das marcas, existe um clima de incerteza sobre a evolução dos fatores macroeconómicos, nomeadamente a inflação, a subida das taxas de juros e o espectro de recessão que se anuncia a curto prazo. O desfecho da guerra na Ucrânia, a sua manutenção durante um período longo no tempo, a incerteza sobre a manutenção do contexto de globalização, são outros fatores que podem vir a impactar no futuro a recuperação atual. Já no que diz respeito ao índice de Força de Marca, assistimos a pequenas variações, que demonstram a resiliência das principais marcas portuguesas, independentemente do contexto de crise e recuperação que temos assistido nos últimos anos”.

**A Avaliação Financeira de Marca (método Royalty Relief):**

A OnStrategy avalia, desde 2009, a energia / força e o valor financeiro de mais de 200 marcas Portuguesas de acordo com a metodologia de Royalty Relief.

Este trabalho é desenvolvido em conformidade com as normas ISO10668 e ISO20671 através de um processo que obedece às seguintes fases: determinação de estimativas de vendas e prestação de serviços (receitas futuras num período explícito de cinco anos com base em tendências históricas das receitas, estimativas de crescimento de mercado, forças competitivas e projeções de analistas), determinação do índice de força de marca (relação Emocional com os stakeholders, reputação, experiência, presença e atividade no mercado, força da equipa e saúde financeira), determinação da taxa de royalty (revisão de acordos de licenciamento comparáveis, análise de margens e fontes de valor nas diferentes indústrias, definição do intervalo médio da taxa de royalty para o setor de atividade), determinação da taxa de desconto (taxa de desconto para calcular o valor atual líquido dos ganhos futuros associados à marca, contabilizando o valor temporal e o risco associado), e determinação do valor económico da marca (valor atual líquido dos royalties após imposto).

### **A ONSTRATEGY:**

Fundada em 2009, a ONSTRATEGY é uma consultora multidisciplinar focada na criação e otimização do valor financeiro dos seus clientes e parceiros.

A ON STRATEGY desenvolve e entrega serviços de consultoria em análise, estratégia e avaliação financeira para maximizar o valor de ativos tangíveis e intangíveis com metodologias e ferramentas independentes, reconhecidas e certificadas que são apoiadas por um profundo conhecimento do ambiente económico, político e social que impactam o desempenho de negócios e marcas.

A ONSTRATEGY faz parte do grupo restrito de consultoras certificadas a nível mundial, que atuam em conformidade com as normas ISO10668 (avaliação financeira de marca) e ISO20671 (avaliação de estratégia e força de marca).

### **Para mais informações:**

ONSTRATEGY | 211 352 000

Pedro Tavares | pedro.tavares@onstrategy.com.pt | 919 383 036