

**A SUSTENTABILIDADE (ESG) JÁ DEVIA CONTRIBUIR COM 19,8% NO VALOR FINANCEIRO DAS MARCAS PORTUGUESAS, MAS NAS 100 MARCAS MAIS VALIOSAS O CONTRIBUTO DIRETO É DE APENAS 12,6%.**

**DELTA É A MARCA EM QUE A SUSTENTABILIDADE MAIS CONTRIBUI PARA O VALOR FINANCEIRO DA MARCA COM 17,2% (COM UM POTENCIAL DE CONTRIBUIÇÃO DE 20,0%).**

O mundo enfrenta desafios de sustentabilidade cada vez maiores e que se tornaram uma obrigatoriedade para as organizações até por via legislativa, e nos últimos anos foram desenvolvidas políticas e requisitos que as organizações têm de cumprir no âmbito da agenda de sustentabilidade.

Mas perante este tema, as organizações enfrentam quatro desafios: o que fazer, como fazer, o que comunicar e como comunicar.

1. Sobre o que fazer, e independentemente do esforço financeiro a que as empresas são chamadas, já existem regras definidas para todos os setores de atividade com calendários de implementação e informação (report) definidos.
2. No que respeita ao como fazer, também vários especialistas já estão em campo a desenvolver planos de implementação.
3. O que comunicar constitui desde logo um desafio pois aquilo que são as obrigações e imposições não coincidem no todo com aquilo que é relevante para os diferentes stakeholders. Há muitos assuntos da agenda de sustentabilidade que têm de ser concretizados mas não têm de ser comunicados no seu todo e de forma igual aos diferentes stakeholders, e aqui reside desde logo um outro desafio para as organizações que é saber quais os conteúdos relevantes para cada stakeholder conhecer (ambiente ecológico, ambiente de trabalho, cidadania, governo).
4. Por fim, se estamos a falar de diferentes stakeholders, e diferentes conteúdos de comunicação, há um último desafio que reside na efetividade da comunicação (inclusive do ponto de vista financeiro) através da seleção dos touchpoints mais eficientes (meios tradicionais, meios digitais, eventos, marketing direto, ponto de venda).

Sendo as marcas o ativo mais valioso das organizações, a **ONSTRATEGY** desenvolveu um trabalho consequente ao estudo anual de valor financeiro das marcas e em conformidade com as normas ISO10668 (avaliação financeira de marca) e ISO20671 (avaliação de estratégia e força de marca) desenvolveu uma metodologia de cálculo do impacto económico da sustentabilidade no valor financeiro das marcas.

Nesse sentido, e tomando como referência o relatório das 100 marcas Portuguesas mais valiosas, foi identificado qual seria o valor financeiro potencial afeto à sustentabilidade e qual é na realidade esse valor à data atual.

Apurou-se que, em termos médios, o impacto económico das dimensões e atributos diretamente relacionados com a sustentabilidade (ESG), deveria contribuir já com **19,8%** para a construção do valor financeiro das marcas; contudo, de acordo com os índices de perceção dos diferentes stakeholders sobre o desempenho das marcas nessas dimensões e atributos verifica-se que na realidade o impacto ainda é de apenas **12,6%**.

Entre as 100 marcas Portuguesas mais valiosas, o impacto económico das dimensões e atributos diretamente relacionados com a sustentabilidade (ESG), é superior a **13,5%** em apenas 24 marcas, em que DELTA regista o maior contributo (17,2% para um potencial de 20,0%).

**AS MARCAS PORTUGUESAS EM QUE A SUSTENTABILIDADE (DIMENSÕES E ATRIBUTOS DE ESG) MAIS CONTRIBUI PARA O VALOR FINANCEIRO DAS MARCAS:**

RANK 2023	MARCA	VALOR MARCA	IMPACTO ESG	
		Milhões €	Milhões €	%
1	DELTA	236	36	17,2%
2	LACTOGAL	101	16	16,0%
3	AGUA DAS PEDRAS	14	2	16,0%
4	LUSO	57	9	16,0%
5	OLIVEIRA DA SERRA	59	9	15,7%
6	EDP	2751	427	15,5%
7	JERONIMO MARTINS	1048	159	15,1%
8	COMPAL	67	10	15,0%
9	VITALIS	27	4	15,0%
10	MIMOSA	21	3	15,0%
11	TERRA NOSTRA	14	2	15,0%
12	SONAE	358	45	14,7%

RANK 2023	MARCA	VALOR MARCA	IMPACTO ESG	
		Milhões €	Milhões €	%
13	CORTICEIRA AMORIM	84	12	14,5%
14	CTT	182	25	14,3%
15	CONTINENTE	668	95	14,2%
16	EDP RENOVAVEIS	529	74	14,1%
17	JOSE DE MELLO	40	6	14,1%
18	BIAL	38	5	14,0%
19	GALLO	62	9	14,0%
20	NAVIGATOR	236	33	13,9%
21	VIA VERDE	8	1	13,9%
22	PESTANA	152	21	13,5%
23	VISTA ALEGRE	63	8	13,5%
24	CEREALIS	22	3	13,5%

**AS 25 MARCAS PORTUGUESAS MAIS VALIOSAS:**

RANK 2023	MARCA	VALOR MARCA
		Milhões €
1	EDP	2 751
2	GALP ENERGIA	1 873
3	JERONIMO MARTINS	1048
4	PINGO DOCE	824
5	MEO	698
6	MILLENNIUM BCP	684
7	CGD - CAIXA GERAL DEPOSITOS	672
8	CONTINENTE	668
9	EDP RENOVAVEIS	529
10	BANCO BPI	511
11	NOS	477
12	SUPER BOCK	358
13	MOTA ENGIL	356
14	SONAE	305
15	FIDELIDADE	301
16	NAVIGATOR COMPANY	236
17	DELTA	208
18	NOVO BANCO	182
19	CTT	175
20	CUF	174
21	WORTEN	172
22	PARFOIS	170
23	LUZ SAUDE	162
24	SAGRES	157
25	PESTANA	152

**AS 25 MARCAS PORTUGUESAS COM MAIOR VALOR FINANCEIRO ASSOCIADO A ESG:**

RANK 2023	MARCA	VALOR ATUAL ESG	
		Milhões €	%
1	EDP	427	15,5%
2	GALP ENERGIA	228	12,2%
3	JERONIMO MARTINS	159	15,1%
4	PINGO DOCE	111	13,5%
5	CONTINENTE	95	14,2%
6	MILLENNIUM BCP	86	12,6%
7	CGD - CAIXA GERAL DEPOSITOS	85	12,6%
8	MEO	85	12,2%
9	EDP RENOVAVEIS	74	14,1%
10	BANCO BPI	68	13,2%
11	NOS	59	12,4%
12	SONAE	45	14,7%
13	SUPER BOCK	44	12,4%
14	FIDELIDADE	38	12,8%
15	MOTA ENGIL	37	10,4%
16	DELTA	36	17,2%
17	NAVIGATOR COMPANY	33	13,9%
18	CTT	25	14,3%
19	CUF	23	13,3%
20	PESTANA	21	13,5%
21	LUZ SAUDE	22	13,3%
22	WORTEN	21	12,4%
23	NOVO BANCO	19	10,5%
24	PARFOIS	19	11,4%
25	SAGRES	19	12,2%

**A ONSTRATEGY:**

Fundada em 2009, a ONSTRATEGY é uma consultora multidisciplinar focada na criação e otimização do valor financeiro das marcas e organizações 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