

# AS 100 MARCAS PORTUGUEASAS MAIS VALIOSAS 2025

Metodologia certificada pelas normas ISO20671 (avaliação de estratégia e força) e ISO10668 (avaliação financeira).

| RANK |      | BRAND                 | VALUE ('000€) |       | Var%  |
|------|------|-----------------------|---------------|-------|-------|
| 2025 | 2024 |                       | 2025          | 2024  |       |
| 1    | 1    | EDP                   | 2 870         | 2 891 | -0,7% |
| 2    | 2    | GALPENERGIA           | 2 168         | 2 330 | -7,0% |
| 3    | 3    | JERÓNIMO MARTINS      | 1 606         | 1 326 | 21,1% |
| 4    | 6    | CGD                   | 1 285         | 988   | 30,0% |
| 5    | 7    | MILLENNIUM BCP        | 1 280         | 945   | 35,4% |
| 6    | 4    | PINGO DOCE            | 1 229         | 1 148 | 7,1%  |
| 7    | 5    | CONTINENTE            | 1 120         | 997   | 12,3% |
| 8    | 8    | MEO                   | 807           | 767   | 5,2%  |
| 9    | 9    | EDP RENOVÁVEIS        | 687           | 724   | -5,1% |
| 10   | 12   | GRUPO MOTA ENGL       | 586           | 446   | 31,3% |
| 11   | 10   | BANCO BPI             | 557           | 532   | 4,7%  |
| 12   | 11   | NOS                   | 506           | 493   | 2,6%  |
| 13   | 15   | FIDELIDADE            | 488           | 312   | 56,4% |
| 14   | 19   | NOVOBANCO             | 433           | 228   | 90,4% |
| 15   | 13   | SUPER BOCK            | 418           | 402   | 4,0%  |
| 16   | 14   | SONAE                 | 357           | 326   | 9,3%  |
| 17   | 20   | CTT                   | 285           | 227   | 25,7% |
| 18   | 16   | THE NAVIGATOR COMPANY | 285           | 281   | 1,3%  |
| 19   | 17   | DELTA                 | 278           | 259   | 7,1%  |
| 20   | 18   | PARFOIS               | 259           | 228   | 13,6% |
| 21   | 22   | CLUF                  | 218           | 177   | 23,4% |
| 22   | 25   | TAP                   | 214           | 162   | 32,1% |
| 23   | 21   | WORTEN                | 212           | 178   | 19,4% |
| 24   | 24   | LUZ SAÚDE             | 170           | 163   | 4,5%  |
| 25   | 23   | SAGRES                | 169           | 164   | 3,0%  |

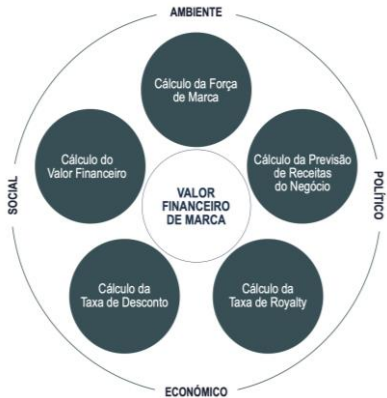
| RANK |      | BRAND                  | VALUE ('000€) |      | Var%  |
|------|------|------------------------|---------------|------|-------|
| 2025 | 2024 |                        | 2025          | 2024 |       |
| 26   | 26   | PESTANA                | 166           | 156  | 6,4%  |
| 27   | 28   | BRISA                  | 142           | 135  | 5,2%  |
| 28   | 27   | GENERALI TRANQUILIDADE | 140           | 138  | 1,7%  |
| 29   | 29   | RECHEIO                | 132           | 128  | 3,3%  |
| 30   | 30   | SL BENFICA             | 119           | 112  | 6,3%  |
| 31   | 32   | LACTOGAL               | 106           | 104  | 1,9%  |
| 32   | 33   | SEMAPA                 | 102           | 101  | 1,1%  |
| 33   | 36   | MULTIBANCO             | 93            | 87   | 7,0%  |
| 34   | 34   | FC PORTO               | 92            | 90   | 2,6%  |
| 35   | 35   | SPORTING CP            | 92            | 88   | 4,4%  |
| 36   | 38   | VISABEIRA              | 87            | 85   | 2,5%  |
| 37   | 37   | CORTICEIRA AMORIM      | 85            | 85   | 0,1%  |
| 38   | 40   | O MEU SUPER            | 84            | 80   | 5,1%  |
| 39   | 39   | PRIOR ENREGY           | 84            | 81   | 3,6%  |
| 40   | 41   | GALLO                  | 80            | 72   | 11,3% |
| 41   | 42   | OLIVEIRA DA SERRA      | 78            | 70   | 11,8% |
| 42   | 58   | BANCO MONTEPIO         | 76            | 45   | 68,3% |
| 43   | 43   | SALSA                  | 71            | 70   | 1,7%  |
| 44   | 48   | VISTA ALEGRE ATLANTIS  | 69            | 67   | 2,9%  |
| 45   | 44   | COMPAL                 | 68            | 69   | -1,4% |
| 46   | 47   | CP                     | 67            | 68   | -1,5% |
| 47   | 49   | ALTRI                  | 66            | 65   | 1,5%  |
| 48   | 51   | LUSO                   | 61            | 58   | 5,2%  |
| 49   | 52   | SPORT ZONE             | 59            | 58   | 1,7%  |
| 50   | 53   | NOVABASE               | 55            | 55   | 0,0%  |

| RANK |      | BRAND                   | VALUE ('000€) |      | Var%   |
|------|------|-------------------------|---------------|------|--------|
| 2025 | 2024 |                         | 2025          | 2024 |        |
| 51   | 54   | LUSÍADAS SAÚDE          | 54            | 51   | 6,3%   |
| 52   | 56   | DELTA Q                 | 53            | 49   | 8,7%   |
| 53   | 57   | SUMOL                   | 52            | 48   | 8,3%   |
| 54   | 55   | PERFUMES & COMPANHIA    | 52            | 50   | 4,0%   |
| 55   | 59   | RIBERALVES              | 46            | 45   | 2,5%   |
| 56   | 61   | BIAL                    | 46            | 42   | 9,5%   |
| 57   | 60   | CIN                     | 44            | 43   | 2,3%   |
| 58   | 63   | VILA GALÉ               | 41            | 40   | 2,5%   |
| 59   | 31   | SIC                     | 41            | 107  | -62,0% |
| 60   | 46   | TVI                     | 40            | 69   | -41,6% |
| 61   | 62   | JOSÉ DE MELLO           | 40            | 40   | 0,1%   |
| 62   | 76   | TEIXEIRA DUARTE         | 37            | 25   | 48,9%  |
| 63   | 45   | RTP                     | 37            | 69   | -46,4% |
| 64   | 65   | RENOVA                  | 36            | 35   | 2,9%   |
| 65   | 64   | RADIO POPULAR           | 36            | 36   | 0,0%   |
| 66   | 68   | TIVOLI HOTELS & RESORTS | 36            | 32   | 12,5%  |
| 67   | 66   | MARTIFER                | 35            | 33   | 6,1%   |
| 68   | 69   | VITALIS                 | 34            | 30   | 13,3%  |
| 69   | 67   | MO                      | 34            | 32   | 6,3%   |
| 70   | 70   | MÉDIS                   | 33            | 29   | 13,8%  |
| 71   | 50   | CM CORREIO DA MANHÃ     | 33            | 60   | -45,2% |
| 72   | 72   | ZIPPY                   | 30            | 28   | 7,1%   |
| 73   | 75   | MULTICARE               | 28            | 25   | 12,0%  |
| 74   | 74   | VIAGENS ABREU           | 27            | 26   | 3,8%   |
| 75   | 73   | MULTIOPTICAS            | 27            | 27   | 0,0%   |

| RANK |      | BRAND                | VALUE ('000€) |      | Var%   |
|------|------|----------------------|---------------|------|--------|
| 2025 | 2024 |                      | 2025          | 2024 |        |
| 76   | 71   | GERMANO DE SOUSA     | 27            | 28   | -3,6%  |
| 77   | 77   | CEREALIS             | 25            | 23   | 8,7%   |
| 78   | 79   | WELLS                | 23            | 22   | 4,5%   |
| 79   | 80   | MIMOSA               | 22            | 21   | 4,8%   |
| 80   | 81   | BOM PETISCO          | 21            | 20   | 5,0%   |
| 81   | 82   | CIMPOR               | 19            | 17   | 11,8%  |
| 82   | 78   | EXPRESSO             | 19            | 23   | -17,4% |
| 83   | 83   | LUSITANIA            | 18            | 16   | 12,5%  |
| 84   | 85   | SECIL                | 16            | 16   | 0,2%   |
| 85   | 87   | LOGO                 | 16            | 15   | 6,7%   |
| 86   | 86   | ÁGUA DAS PEDRAS      | 16            | 15   | 6,7%   |
| 87   | 90   | RADIO COMERCIAL      | 15            | 14   | 7,1%   |
| 88   | 88   | NOBRE                | 15            | 15   | 0,0%   |
| 89   | 84   | SATA                 | 15            | 16   | -6,3%  |
| 90   | 91   | TERRA NOSTRA         | 14            | 14   | 1,4%   |
| 91   | 89   | SOGRAPE              | 14            | 15   | -6,7%  |
| 92   | 92   | SPORT TV             | 13            | 12   | 11,9%  |
| 93   | 104  | JOAQUIM CHAVES       | 10            | 8    | 27,5%  |
| 94   | 96   | VIA VERDE            | 9             | 9    | 2,6%   |
| 95   | 100  | BANCO CTT            | 9             | 6    | 46,1%  |
| 96   | 101  | A PADARIA PORTUGUESA | 9             | 6    | 46,0%  |
| 97   | 98   | REVIGRÉS             | 8             | 7    | 14,3%  |
| 98   | 95   | PORTUGALIA           | 8             | 7    | 14,3%  |
| 99   | 94   | MATEUS               | 8             | 9    | -11,1% |
| 100  | 99   | RFM                  | 7             | 7    | 0,0%   |

Todas as marcas auditadas e avaliadas têm informação pública de resultados financeiros anuais e indicadores de força de marca.

## METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO: ROYALTY RELIEF



Metodologia Royalty Relief, modelo reconhecido e certificado em conformidade com as normas ISO20671 (avaliação de estratégia e força de marca) e ISO10668 (avaliação financeira de marca):

1. Cálculo do índice de força e energia de marca (relação emocional com os stakeholders, reputação, experiência e resultados da atividade no mercado).
2. Cálculo da previsão de receitas do negócio - 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).
3. Cálculo 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).
4. Cálculo 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).
5. Cálculo do valor económico da marca (valor atual líquido dos royalties após imposto).