

A SUSTENTABILIDADE (ESG) JÁ DEVIA CONTRIBUIR COM 19,8% PARA O VALOR FINANCEIRO DAS MARCAS PORTUGUESAS, MAS NAS 100 MARCAS PORTUGUESAS MAIS VALIOSAS O CONTRIBUTO DIRETO É DE APENAS 12,7%.

EDP É A MARCA PORTUGUESA QUE REGISTA O MAIOR VALOR FINANCEIRO ASSOCIADO À SUSTENTABILIDADE (ESG) COM 406 MILHÕES DE EUROS.

DELTA É A MARCA PORTUGUESA EM QUE A SUSTENTABILIDADE MAIS CONTRIBUI PARA O VALOR FINANCEIRO DA MARCA COM 16,8% E QUE MAIS PRÓXIMA ESTÁ DO SEU VALOR POTENCIAL DE CONTRIBUIÇÃO PARA O RESPECTIVO VALOR FINANCEIRO DE MARCA.

Depois de ter apresentado os resultados dos estudos anuais de reputação RepScore®, de experiência BXS® (Brand Experience Score), de índice de sustentabilidade (ESG) e de Valor Financeiro das Marcas em Portugal, 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.

João Baluarte, Partner da OnStrategy, destaca o seguinte:

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 a 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, patrocínios, marketing direto, ponto de venda).*

RANK 2024	BRAND	ESG VALUE (Million €)		BRAND VAL Million €
		REAL	TARGET	
1	EDP	406	564	2 891
2	GALP ENERGIA	296	454	2 330
3	JERÓNIMO MARTINS	209	278	1 324
4	PINGO DOCE	157	211	1 141
5	CONTINENTE	137	183	989
6	CGD	111	168	988
7	MILLENNIUM BCP	106	161	945
8	EDP RENOVÁVEIS	101	141	724
9	MEO	94	146	767
10	BANCO BPI	61	90	532
11	NOS	61	94	493
12	SUPER BOCK	56	78	402
13	SONAE	50	68	326
14	DELTA	44	51	259
15	GRUPO MOTA ENGIL	44	80	446
16	FIDELIDADE	36	53	312
17	THE NAVIGATOR COMPANY	33	51	281
18	CTT	30	42	227
19	WORTEN	25	37	198
20	PARFOIS	24	42	228
21	NOVOBANCO	23	39	228
22	SAGRES	22	32	164
23	CUF	21	31	177
24	LUZ SAÚDE	20	29	163
25	TAP	19	32	162

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

João Baluarte | joao.baluarte@onstrategy.com.pt | 916 177 113