

8. GALA SUPERBRANDS

SUPERBRANDS



1. PRESTÍGIO

PRESENÇA NUM
CLUBE
MUNDIAL
RESTRITO
DE MARCAS
DE EXCELÊNCIA.



AS VANTAGENS DE ADERIR AO PROJECTO SUPERBRANDS

AS VANTAGENS DE ADERIR AO PROJECTO SUPERBRANDS

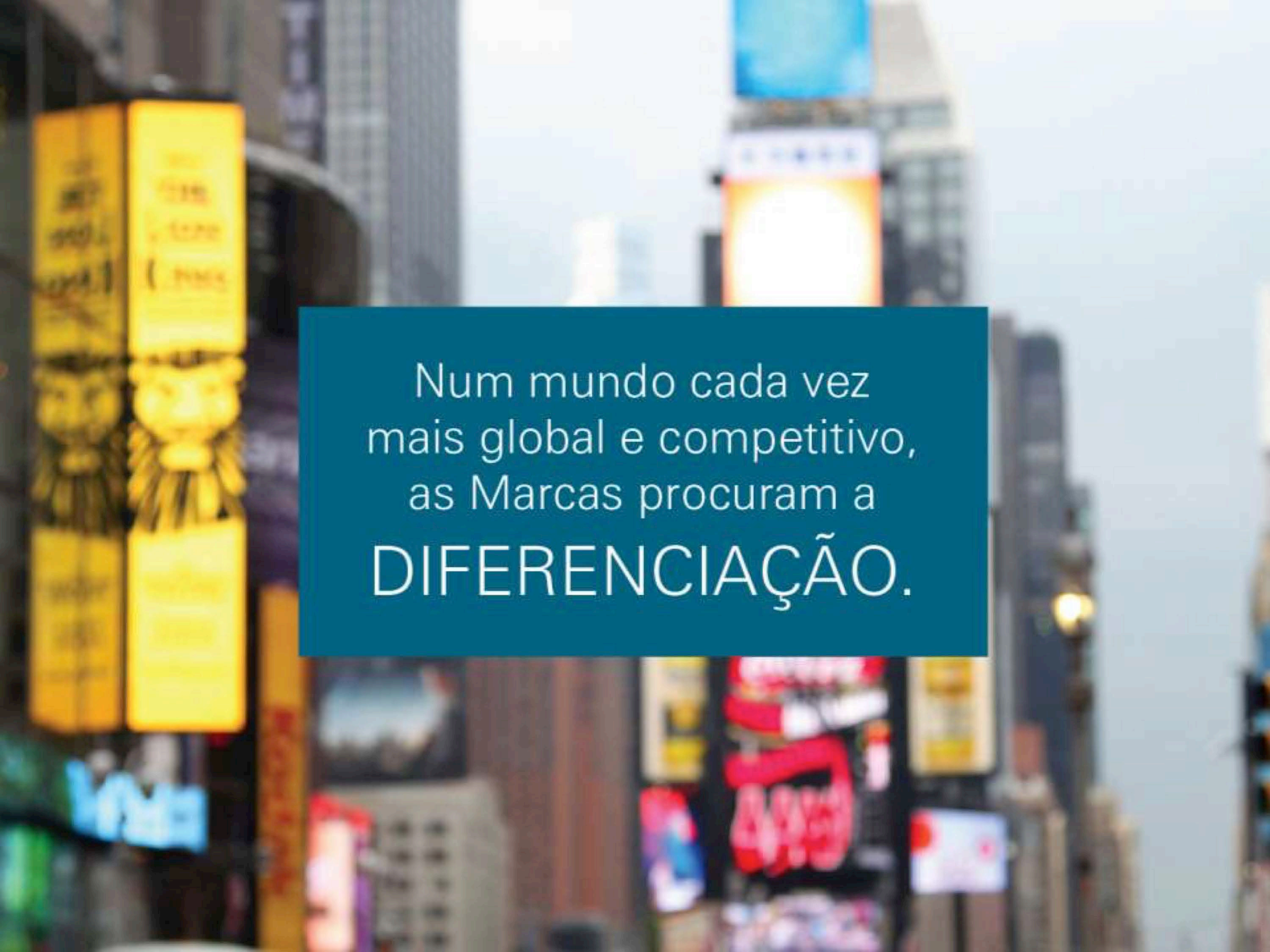
Superbrands

Organização
internacional e independente,
que distingue
Marcas de
Excelência
em **89 países.**

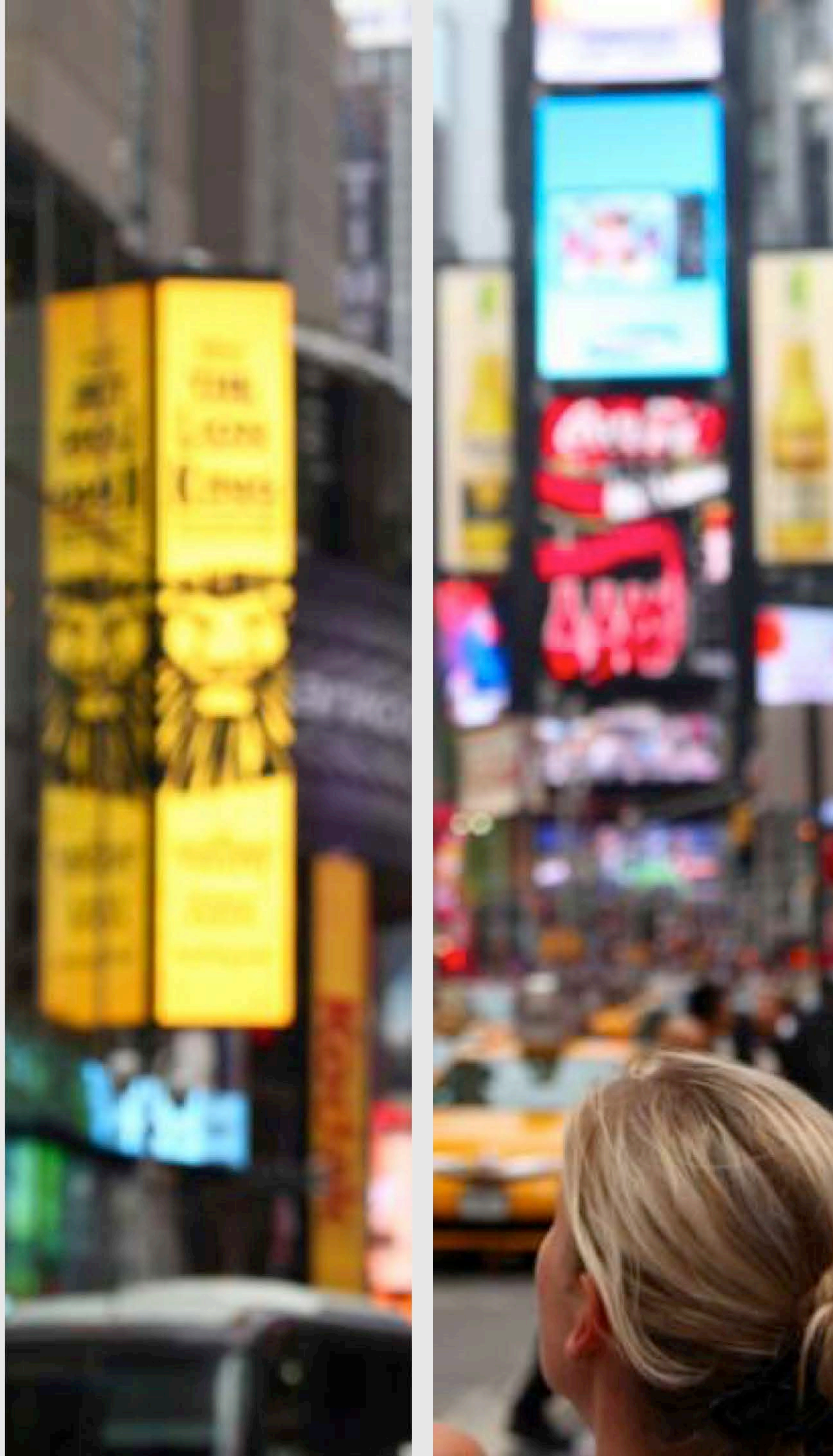
Superbrands

→ DIFERENCIAÇÃO ←

Estatuto mundial de
Marca de Excelência



Num mundo cada vez
mais global e competitivo,
as Marcas procuram a
DIFERENCIAÇÃO.



Superbrands

PORTUGAL 2015



6.

ACTIVAÇÃO DIGITAL



<http://www.superbrandstv.com/>

<https://www.facebook.com/SuperbrandsPortugal>

<http://superbrands.sapo.pt/>

A close-up, shallow depth-of-field photograph of a person's hand holding a black pen with a silver tip, poised to write on a white document. The background is blurred, showing a desk with a pair of glasses and some papers. A semi-transparent teal rectangular box is overlaid horizontally across the middle of the image, containing white text.

CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

CASE

NO LIVRO PRESTÍGIO

The image displays a collage of pages from the Prestígio magazine. The pages feature various content including:

- Top Left:** A page with the 'edp' logo and an article titled 'A EDP é a maior grossista energética portuguesa e a empresa líder no sector energético'.
- Top Center:** A page titled 'CONTINENTE' with an advertisement for '1 ano de energia grátis'.
- Top Right:** A page with a large image of a person and the text 'o energia que nos une'.
- Middle Left:** A page titled 'Cabo Geral de Depósitos' with a large image of a person holding a trophy.
- Middle Right:** A page with a large image of a person and the text 'DAR A VOLTA TAMBÉM É VIVER A VIDA TODA'.
- Bottom Left:** A page with a large image of a person and the text 'DAR A VOLTA TAMBÉM É VIVER A VIDA TODA'.
- Bottom Right:** A page with a large image of a person and the text 'DAR A VOLTA TAMBÉM É VIVER A VIDA TODA'.

On the far right, there is a vertical table of contents listing various issues and their corresponding page numbers:

1992	1993
1994	1995
1996	1997
1998	1999
2000	2001
2002	2003
2004	2005
2006	2007
2008	2009
2010	2011
2012	2013
2014	2015

		Livros	Selo	SB TV	Gala (convites)	Gala (ativação)	RP
Superbrands Platinum	12.500€	50	✓	✓	10	Premium	Premium
Superbrands Gold	10.000€	10	✓		2	Standard	Standard

Descontos:

- Superbrands: -10%
- 2 edições: -20%
- Grupos
 - 2 marcas: -20%
 - 3 ou + marcas: -30%

		Livros	Selo	SB TV	Gala (convites)	Gala (ativação)	RIP
Superbrands Platinum	12.500€	50	✓	✓	10	Premium	Premium
Superbrands Gold	10.000€	10	✓		2	Standard	Standard

Descontos:

- Superbrands: -10%
- 2 edições: -20%
- Grupos
 - 2 marcas: -20%
 - 3 ou + marcas: -30%

7. VIDEO CASE

Integração no
YouTube e
plataforma
Superbrands TV



<https://youtu.be/svrOYOgozUs>

5. IMPACTO MEDIÁTICO

MEDIA
EQUIVALENT
VALUE

470.000,00



5. IMPACTO MEDIÁTICO



<https://youtu.be/zCyQN-Sbf8U>



<https://youtu.be/DnhL5aw-u3Y>



<https://youtu.be/Xbwy-tE35o4>



<https://youtu.be/CytfQlnKV8w>



<https://youtu.be/QeVt3-GihF0>

Superbrands

Rua Cintura do Porto de Lisboa
Cais Rocha Conde de Óbidos, Ed. 104
1350-352 Lisboa | Portugal



+351 214 265 825



superbrands.sapo.pt

PUBLISHING

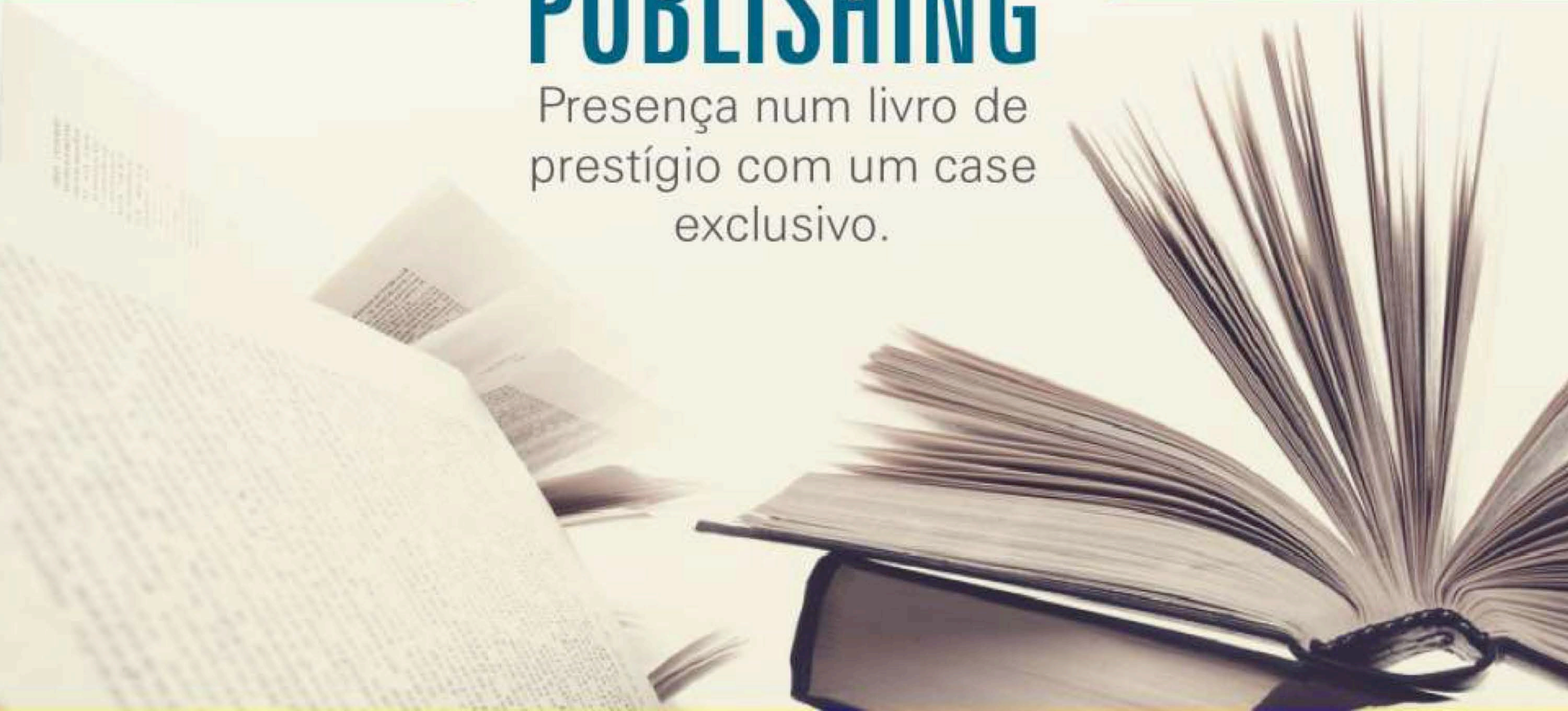
LIVROS COM
CAPA PERSONALIZADA



3.

PUBLISHING

Presença num livro de
prestígio com um case
exclusivo.



IMPACTO DA
DISTINÇÃO
JUNTO DOS
CONSUMIDORES

89%

Recomendariam uma Marca
Superbrands a um amigo.

91,3%

Estão mais inclinados a comprar
uma Marca Superbrands

Fonte: Estudo ao consumidor realizado por Netquest a painel certificado (Março 2015).



CONSELHO SUPERBRANDS PORTUGAL 2015

Superbrands

ANA CLARA MARTINES



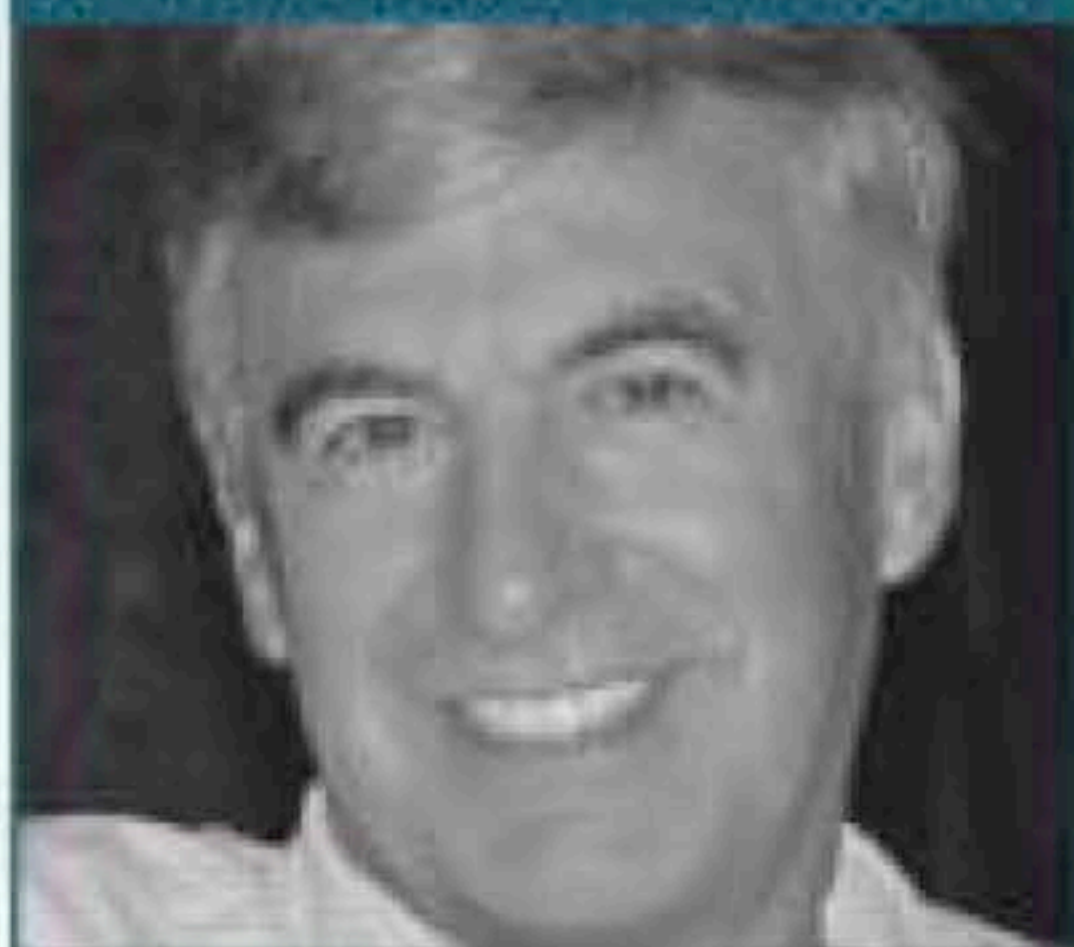
APAN
Associação Portuguesa
de Anunciantes

ANA SOFIA VINHAS



EDP

ANTÓNIO MARTINS VICTOR



REPSOL

ERICA TORRES SILVA



TEIXEIRA DUARTE

JOANA SHIRLEY



ESTÉE LAUDER

LUÍS PRATA



SOCIEDADE CENTRAL
DE CERVEJAS

MARIA ANTÓNIA SALDANHA



SIBS

MARINA RAMOS



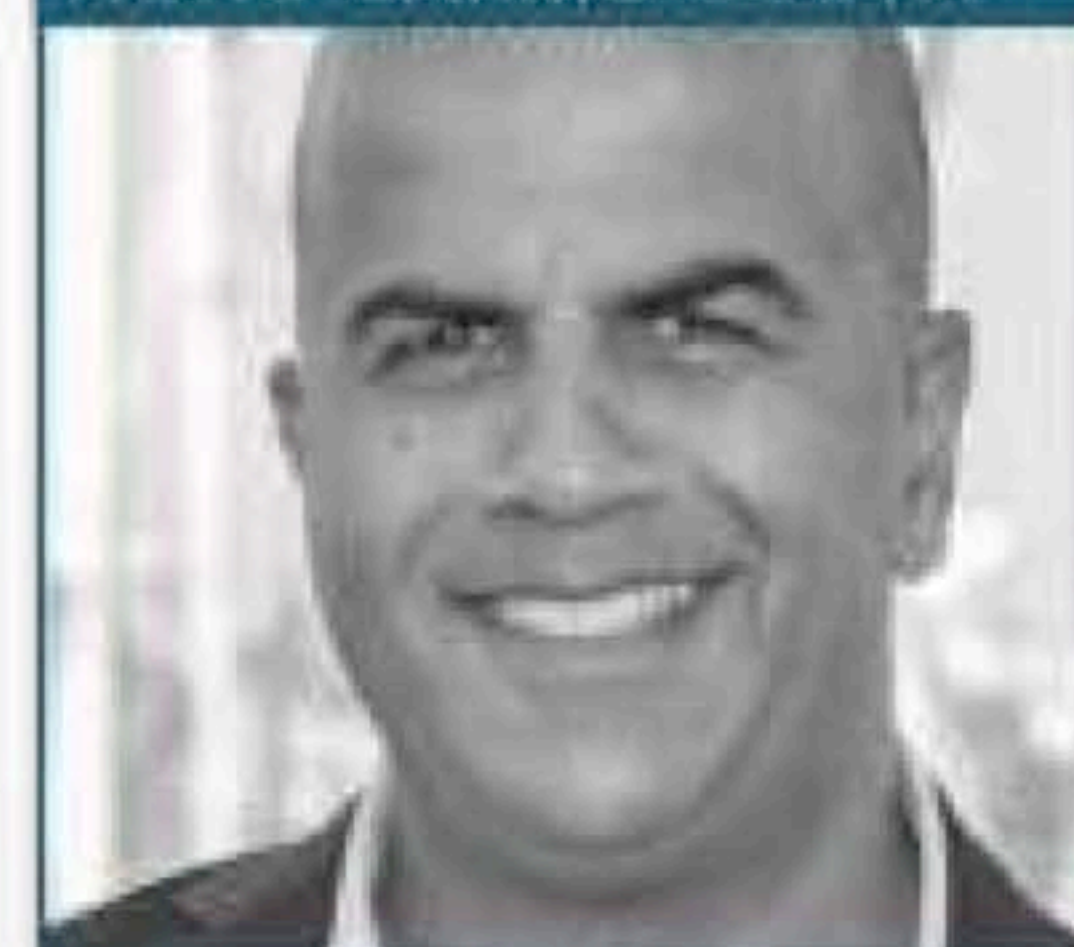
RTP+

MOEZ SACOOR



SACOOR BROTHERS

NUNO CARMO COSTA



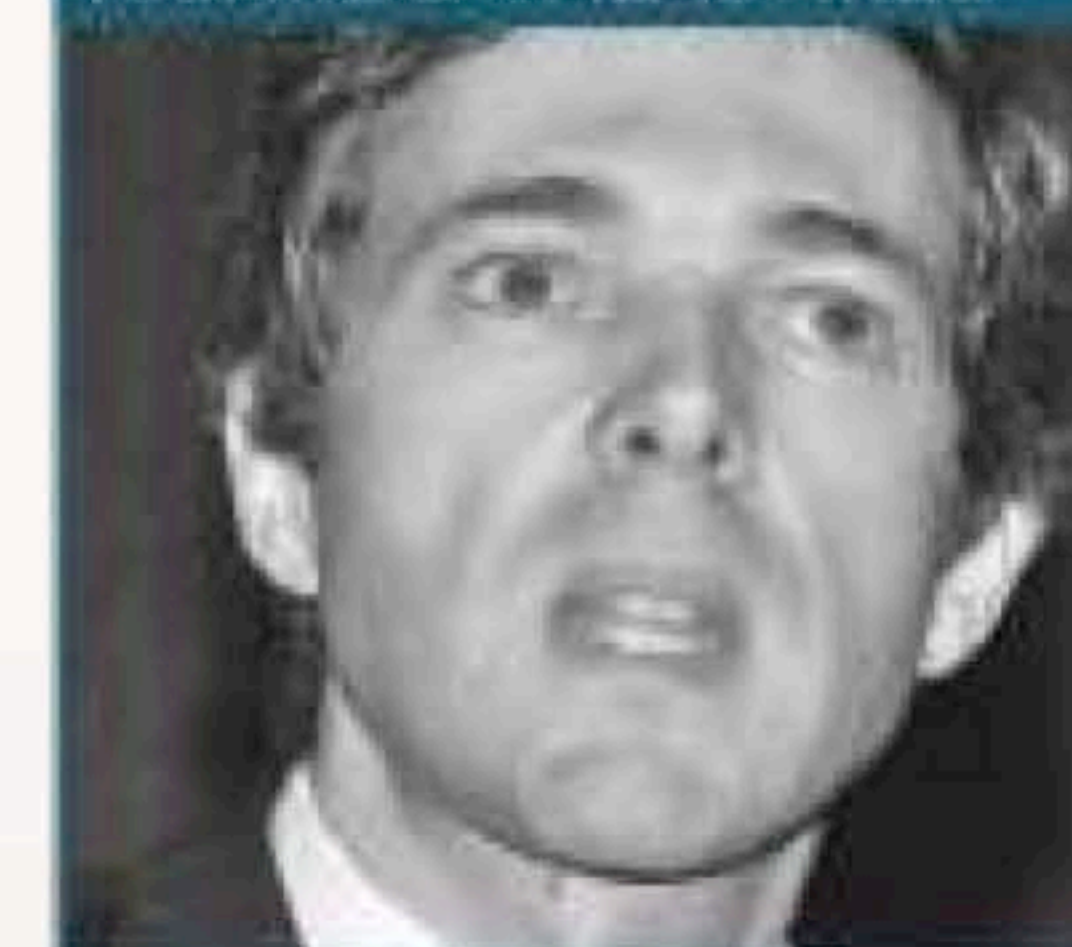
PORSCHE IBÉRICA

NUNO CARVALHO



A PADARIA PORTUGUESA

RICARDO VALADARES



MILLENNIUM BCP

RUI OLIVEIRA MARQUES



MEIOS & PUBLICIDADE

TEREZA FIGUEIRA



HILL+KNOWLTON
STRATEGIES

VANESSA ROMEU



LIDL

VASCO PERESTRELO



TCS/MOP

FICHA TÉCNICA

A amostra foi composta por indivíduos de ambos os sexos, com idade igual ou superior a 16 anos, residentes em território nacional.

Realizaram-se 1.022 entrevistas válidas, entre os dias 20 de Fevereiro e 2 de Março de 2015, correspondendo a uma Margem de Erro de +/-3,1% para um intervalo de Confiança de 95%.



O ESTUDO AO
CONSUMIDOR
É OBTIDO JUNTO
DO ÚNICO PAINEL
ONLINE
CERTIFICADO EM
PORTUGAL

An overhead photograph of a group of people sitting around a large wooden table. Several individuals are using electronic devices: a smartphone, a laptop, and multiple tablets. The scene is dimly lit with a warm, orange-toned light. The text 'COMO?' is overlaid in large white letters, flanked by horizontal lines.

— COMO? —

Estudo independente e certificado, junto de

CONSUMIDORES

CONSELHO SUPERBRANDS

2. SELO

ESTATUTO MUNDIAL
DE MARCA DE
EXCELÊNCIA

UTILIZAÇÃO DO SELO
DURANTE UM ANO,
EM TODOS OS
PONTOS DE
CONTACTO DA
MARCA

