

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Portugal	2014	Press Clippings

### Superbrands revela Conselho para edição de 2014

24/09/2014

[Notícias0](#)



São 15 as personalidades das áreas de Comunicação e Marketing que irão dar o seu contributo para escolher as marcas de excelência em Portugal. A Superbrands Portugal convidou 15 personalidades das áreas de Comunicação e Marketing para integrar o Conselho Superbrands, na 10.ª edição da iniciativa que distingue as marcas de excelência no mercado português.

Em paralelo com a definição do júri, «foi realizado um estudo junto do consumidor, conduzido pela Netquest, onde foram eleitas as marcas que os consumidores consideram mais relevantes em atributos como “Marcas únicas, em que mais confia”, “Marcas com que se identifica”, “Marcas que satisfazem as suas necessidades” e “Marcas que considera mais conhecidas”», revela a Superbrands em comunicado.

A ponderação das duas avaliações, a do Conselho e a do estudo, dá origem ao apuramento das marcas elegíveis ao Superbrands 2014.

Fique a saber quem são os conselheiros da 10.ª edição do Superbrands Portugal:

Ana Paula Moutela - directora-geral do Grupo INDITEX

Beatriz Rubio - CEO da Remax Portugal

Carla Vidal Marques - directora de Marketing da Meo

Cristina Viegas e Costa - directora Comercial da RTP

Filipa Remígio - directora de Marketing da Artisana

Francisco Viana - director central de Comunicação e Marca na CGD

João Lobo - director de Marketing da RFM

Jorge Aguiar - director de Marketing e Comunicação da Mercedes-Benz

José de Lemos Quintela - presidente da APECOM

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Portugal	2014	Press Clippings

Manuela Botelho - secretária-geral da APAN

Maria Inês Simas Figueiredo - directora de Sponsorship & Activation da Coca-Cola

Nádia Reis - directora de Relações-públicas e Activação do Continente

Pankaj Parshotam - director de Marketing Corporativo da Samsung

Pedro Dionísio - professor universitário

Pedro Pimentel - director-geral da Centromarca

<http://marketeer.pt/2014/09/24/superbrands-revela-conselho-para-edicao-de-2014/>

2014-12-25

## Mercedes-Benz foi eleita Superbrand em 2014



**A Mercedes-Benz foi eleita uma Superbrand em 2014, marca de excelência em Portugal.**

A Superbrands Portugal, organização independente que reconhece e elege as marcas de excelência no mercado português, realizou um estudo junto do consumidor, conduzido pela Netquest, onde foram eleitas, de forma espontânea, as marcas que os consumidores consideram mais relevantes.

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Portugal	2014	Press Clippings

O apuramento das marcas elegíveis ao Superbrands 2014 resultou da ponderação entre as avaliações “Marcas únicas, em que mais confia”, “Marcas com que se identifica”, “Marcas que satisfazem as suas necessidades” e “Marcas que considera mais conhecidas”. A Mercedes-Benz foi uma das marcas eleitas.

Superbrands são produtos ou serviços de qualidade que oferecem um benefício claro e diferenciador, que cumprem as suas promessas, geram notoriedade, assumem uma personalidade e uma escala de valores definidos, permanecendo fiéis aos seus princípios.

Não existe uma fórmula diferenciadora para ser uma Superbrand, nem para manter esse estatuto ao longo do tempo. A Superbrands acredita que uma marca excepcional é aquela que oferece significativas vantagens físicas e/ou emocionais face às concorrentes, as quais, de uma forma consciente e/ou inconsciente, os consumidores desejam, reconhecem e que repetidamente procuram.



# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Portugal	2014	Press Clippings



<https://www.jornaldasoficinas.com/pt/index.php/mundo-automovel/mundo-automovel-noticias/item/4999-mercedes-benz-foi-eleita-superbrand-em-2014>

**SUPERBRANDS PORTUGAL  
APRESENTA DÉCIMA EDIÇÃO**

# Superbrands

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Portugal	2014	Press Clippings

### 29 SETEMBRO 2014

A Superbrands Portugal, organização independente que reconhece e elege as Marcas de Excelência no mercado português, apresenta a sua décima edição e convida 15 influentes personalidades, representativas das áreas de comunicação e marketing, a integrar o Conselho Superbrands, de forma a classificar as Marcas com maior notoriedade a operar no mercado nacional.

Em paralelo, foi realizado um estudo junto do consumidor, conduzido pela Netquest, onde foram eleitas, de forma espontânea, as Marcas que os consumidores consideram mais relevantes em atributos como “Marcas únicas, em que mais confia”, “Marcas com que se identifica”, “Marcas que satisfazem as suas necessidades” e “Marcas que considera mais conhecidas”. O apuramento das Marcas elegíveis ao Superbrands 2014 resultou da ponderação entre estas duas avaliações.

Os Conselheiros convidados para a 10ª edição do Superbrands Portugal são: Ana Paula Moutela (Diretora-geral do Grupo INDITEX); Beatriz Rubio (CEO da Remax Portugal); Carla Vidal Marques (Diretora de Marketing da Meo); Cristina Viegas e Costa (Diretora Comercial da RTP); Filipa Remígio (Diretora de Marketing da Artisana); Francisco Viana (Diretor central de Comunicação e Marca na CGD); João Lobo (Diretor de Marketing da RFM); Jorge Aguiar (Diretor de Marketing e Comunicação da Mercedes-Benz); José de Lemos Quintela (Presidente da APECOM); Manuela Botelho (Secretária-geral da APAN); Maria Inês Simas Figueiredo (Diretora de Sponsorship & Activation da Coca-Cola); Nádía Reis (Diretora de Relações-públicas e Ativação do Continente); Pankaj Parshotam (Diretor de Marketing Corporativo da Samsung); Pedro Dionísio (Professor Universitário) e Pedro Pimentel (Diretor-geral da Centromarca).

A par da eleição das Marcas de Excelência 2014, a Superbrands Portugal irá ainda distinguir, com o Prémio de Solidariedade Superbrands, uma organização do terceiro sector que se tenha destacado pela adoção de boas práticas na sua gestão de Marca. Este é o terceiro ano consecutivo que a organização atribui este galardão, tendo já distinguido o Banco Alimentar em 2012 e a Cruz Vermelha Portuguesa, no ano seguinte.

<http://www.grandeconsumo.com/noticia/1246/superbrands-portugal-apresenta-decima-edicao>

Country	Date	Publication
Portugal	2014	Press Clippings

## Gala Superbrands 2014 revela as marcas portuguesas de excelência

11 de dezembro de 2014, 14:36 [0](#)

Da Redação



Ponte 25 de Abril, Lisboa. Foto: Mundo

Lusíada

A Superbrands, organização internacional que se dedica à promoção e reconhecimento das Marcas de excelência, distinguiu, no início de dezembro, as 34 Marcas Superbrands no mercado português.

Eleitas pelos consumidores e pelo Conselho Superbrands, composto por um grupo de 15 influentes personalidades representativas das áreas de comunicação e marketing, as chamadas “Marcas de Excelência” receberam os respectivos galardões num evento no Lisbon Secret Spot, em Lisboa.

As 34 “Marcas de Excelência” que passam a ser reconhecidas nacional e internacionalmente como marcas dominantes neste mercado, e que vão figurar no livro Superbrands Portugal 2015 são: American Express, Ambar, Avon, Bimby, BPI, Branca de Neve, Caixa Geral de Depósitos, Cartuxa, Clinique, Chicco, Continente, CTT, EDP, Expresso, Lidl, Millenium BCP, MEO, Mercedes, Montepio, Multibanco, Oriflame, Remax, RFM, RTP, Sapo, SIC, Sporting Clube de Portugal, Sport Lisboa e Benfica, Tranquilidade, TSF, Visão, Vista Alegre e Worten.

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Portugal	2014	Press Clippings

A última Marca a ser reconhecida, distinguida com o Prêmio de Solidariedade Superbrands®, numa iniciativa conjunta entre a organização e a RTP+, foi a Operação Nariz Vermelho, uma organização de solidariedade social que se destacou pela adoção de boas práticas na sua gestão de Marca.

“A Superbrands Portugal orgulha-se de, pelo décimo ano consecutivo, reconhecer e distinguir os produtos ou serviços de Excelência. O que pretendemos fazer é captar a visão destas marcas de forma holística e procurar que elas sejam distinguidas independentemente o motivo pelo qual elas conseguem estar no coração dos consumidores”, afirma Pedro Diogo Vaz, Senior Partner da Superbrands Portugal.

O Conselho Superbrands® Portugal 2014 é composto por: Ana Paula Moutela (Diretora-geral do Grupo INDITEX); Beatriz Rubio (CEO da Remax Portugal); Carla Vidal Marques (Directora de Marketing da Meo); Cristina Viegas e Costa (Diretora Comercial da RTP); Filipa Remígio (Diretora de Marketing da Artisana); Francisco Viana (Diretor central de Comunicação e Marca na CGD); João Lobo (Diretor de Marketing da RFM); Jorge Aguiar (Diretor de Marketing e Comunicação da Mercedes-Benz); José de Lemos Quintela (Presidente da APECOM); Manuela Botelho (Secretária-geral da APAN); Maria Inês Simas Figueiredo (Diretora de Sponsorship & Activation da Coca-Cola); Nádia Reis (Diretora de Relações-públicas e Ativação do Continente); Pankaj Parshotam (Diretor de Marketing Corporativo da Samsung); Pedro Dionísio (Professor Universitário) e Pedro Pimentel (Diretor-geral da Centromarca).

### **Portugal 50ª marca mais valiosa**

Um outro estudo mostra que a marca Portugal é a 50ª mais valiosa do mundo. Um estudo da consultoria Brand Finance, que avalia e valoriza marcas, divulgou que Portugal subiu no ranking de 100 países. Ano passado Portugal estava na 51ª posição, e portanto termina este ano subindo e tendo a sua marca a valer 92 mil milhões de euros.

“Esta melhor performance é explicada, essencialmente, pelo melhor outlook da economia portuguesa e pelo turismo, que voltou a registar um bom desempenho, vindo paulatinamente a conseguir comandar um price premium superior, em particular na hotelaria”, explicou ao Diário Económico João Baluarte, partner ibérico da consultora Brand Finance, responsável pelo estudo ‘BrandFinance Nation Brands’.

# Superbrands

## Media Coverage

<b>Country</b>	<b>Date</b>	<b>Publication</b>
Portugal	2014	Press Clippings

No topo da lista está ainda os Estados unidos bem à frente do segundo colocado, seguido de China, Alemanha, Reino Unido, Japão e Canadá.

<https://www.mundolusiada.com.br/acontece/gala-superbrands-2014-revela-as-marcas-portuguesas-de-excelencia/>