

## Publicidade & Media

### NOVA CAMPANHA EM ANGOLA

#### Super Bock lança maior campanha de sempre

■ "Tchila a vida com Super Bock" (tchilar = curtir) é o lema da nova campanha da marca Super Bock em mercados internacionais. Especialmente desenvolvida para Angola, em parceria com a agência local Back, a campanha associa a marca a momentos de alegria, convívio e comemoração no dia-a-dia dos angolanos.



**NOTORIEDADE** da marca é de 100%

## Marca EDP vale 616 milhões de euros

Margarida Henriques  
mhenriques@economicasggs.com

A marca EDP em Portugal está avaliada em 616 milhões de euros, revela um estudo realizado pela consultora de 'branding' Interbrand para a eléctrica nacional. Um valor que cresceu 50% em relação a 2005 e que, de acordo com Pedro Veloso, 'business manager' da Interbrand, "representa uma boa gestão da marca e está dentro dos 'benchmarks' internacionais".

Na opinião de Pedro Veloso, "a EDP tem assumido um posicionamento correcto, ao assumir valores como o compromisso com o cliente, que se traduz no lançamento de produtos e serviços adequados às suas necessidades, a sustentabilidade e a procura do dinamismo, que se traduz na procura de inovação e excelência".

Para chegar a este valor, a consultora analisa três vectores, de acordo com a sua metodologia própria. O primeiro é uma análise financeira de cada segmento - e, desde o último estudo em 2005, a empresa acrescentou novos segmentos como o EDP sD, EDP Renováveis, Produção, Distribuição, Serviço Universal e EDP Gás. Ou seja, "passou a ter uma segmentação mais actual", como defende o 'business manager' da Interbrand. O segundo é a análise do papel da marca, isto é, da procura. Por fim, é feita uma análise da força da marca, que toma em consideração indicadores como a estabilidade do mercado e da marca, a liderança ou a distribuição geográfica, entre outros. No grupo, o resultado deste estudo não foi surpresa uma vez que desde 2005

*No estudo da Interbrand, 72% dos clientes da EDP afirmam que a marca lhes transmite confiança.*

houve um forte trabalho de arquitectura da marca e um crescimento no movimento internacional, o que tem resultados a vários níveis, entre os quais está a valorização da marca. Outra das conclusões deste estudo é que 72% dos clientes da EDP afirmam que a marca lhes transmite confiança. E os principais valores que associam à marca são eficiência, sustentabilidade, dinamismo e inovação. Aliás, o posicionamento da marca gira em torno do valor sustentabilidade, com um tom de comunicação próximo e afectivo.

Tal como já era esperado pelo 'top management' da EDP, a marca do grupo é vista como uma marca global que representa um grupo de energia integrado, líder em criação de valor nos mercados onde se pode diferenciar. Quanto a notoriedade total, a EDP atinge os 100%. Continuar a crescer é agora o objectivo do grupo. "Com este estudo conclui-se que os grandes objectivos para o futuro passam por manter os valores racionais de solidez e confiança; reforçar os valores de dinamismo e inovação; continuar a promover a cultura, o desporto e o bem-estar das comunidades, manter a notoriedade total de 100% e exportar o património visual e nominal da marca EDP para as várias geografias do grupo (Portugal, Espanha, Brasil e EUA)", diz a empresa em comunicado.



António Mexia, CEO do grupo EDP

Reforçar a relação com os seus consumidores e apelar a uma relação mais emocional com estes é outro dos objectivos da marca do grupo EDP. ■

29º FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA DO PORTO

**FANTASPORTO 2009**

16 DE FEVEREIRO A 1 DE MARÇO / RIVOLI TEATRO MUNICIPAL  
CINEMAS ZON LUSOMUNDO / CIDADE DO CINEMA

\* AVEIRO FORUM / BRAGA PARQUE / COIMBRA DOLCE VITA / GAIA SHOPPING / PARQUE NASCENTE (GONDOMAR) / MARSHOPPING (MATOSINHOS) / VISEU FORUM / ALVALAXIA (LISBOA)

### FANTASPORTO ARRANCA HOJE

A 29ª edição do "festival dos filmes fantásticos" arranca hoje no seu palco habitual - o pequeno e o grande auditório do Teatro Rivoli - mas também em 13 salas de cinema Lusomundo, de Norte a Sul do País. Além de "deitar o olho" ao que se passa na Galiza, tem também um espaço dedicado ao cinema de diversas expressões e proveniências. As atenções estão viradas para o "Che", um filme de Steven Soderbergh.