



Edição digital

Assine já

Entrar >

Media

Digital

Publicidade

Comunicação

Marketing

Opinião

BRANDED

Prémios



PUB



MARKETING

Vista Alegre é a marca de luxo mais reputada

Além de ser a única marca portuguesa no segmento de luxo no RepScore 2026, a Vista Alegre, que acaba de lançar a coleção 'Vida Alegre' (na foto), também vence na categoria de produtos industriais e na maioria dos atributos reputacionais

06.03.2026 Meios & Publicidade

Partilhar



TAGS DELTA NATIONAL GEOGRAPHIC NOS ALIVE ONSTRATEGY
RANKINGS REPScore 2026 REPUTAÇÃO ROCK IN RIO LISBOA
VISTA ALEGRE YOUTUBE

SOBRE O AUTOR



Meios & Publicidade

MAIS ARTIGOS >

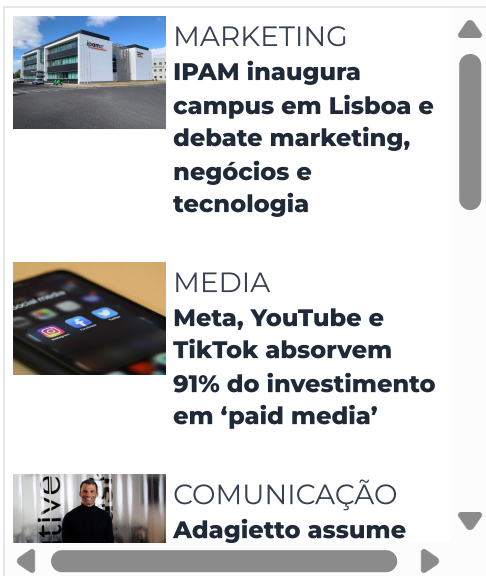
A Vista Alegre é a marca de luxo com maior reputação em Portugal. Segundo o RepScore 2026, estudo da consultora internacional OnStrategy, obtém uma pontuação de 81,2, numa escala de zero a cem, estando à frente da Chanel (79,7), da Louis Vuitton (79,3), da Hermès (79,2) e da Rolex (78,9).

“A nossa constante aposta na melhoria dos processos de fabrico, aliada a um enfoque ainda mais intenso no design, permite-nos alcançar este patamar de



PUB

Artigos relacionados



excelência, algo que nos orgulha profundamente. A herança da marca, a nossa postura no mercado, com a garantia de excelência na qualidade dos nossos produtos assentes numa gama bem diversificada são, para nós, distintivos junto dos consumidores”, afirma Fernando Daniel Nunes, CEO da Vista Alegre, citado em comunicado de imprensa.

A Vista Alegre também conquista o primeiro lugar na categoria de produtos industriais, à frente da Renova (77,2), da Lexman (76), da Grohe (75,3) e da Bic (74,2). A marca portuguesa também vence na maioria das dimensões e atributos reputacionais, sendo destacada pela reputação emocional, pela confiança de compra, pela admiração, pela qualidade de produtos e serviços, pela inovação e pela diferenciação.

A Vista Alegre é ainda distinguida pelas políticas de responsabilidade social e ambiental, pela consistência laboral, pelas políticas de governança e de liderança e pela prosperidade económica que regista. Nos primeiros nove meses de 2025, as vendas a cresceram 6,8%, para os €103,6 milhões.



PUB



PUB



PUB

PUB

“Este estudo vem confirmar a nossa perceção junto dos consumidores que muito apreciam a Vista Alegre, uma marca cada vez mais global e que cruza gerações. Desde 2009, ano em que a empresa passou a integrar o Grupo Visabeira, temos reforçado a sua internacionalização, um objetivo, felizmente, alcançado. Hoje, estamos posicionados como um dos principais ‘players’ mundiais nos setores da cerâmica e do cristal de luxo”, realça Fernando Daniel Nunes.

National Geographic e YouTube lideram rankings de media

A National Geographic é a publicação de media tradicional mais reputada, de acordo com o ranking RepScore 2026, da OnStrategy. A revista obtém uma pontuação de 80,7, na mesma escala de zero a cem. Em segundo lugar, surge a SIC, com 73,9, à frente da RTP, com 73,7.

A RFM ocupa o quarto lugar da tabela, com 73,3, mais 0,2 pontos do que a Rádio Comercial, em quinto, com 73,1. O top 10 integra ainda a TVI (72,8), o Expresso (72,5), o Público (72,4), o Diário de Notícias (72,1) e o Correio da Manhã (71,6).

A categoria de media premium é liderada pelo YouTube, com 79,6 pontos, à frente da Netflix, em segundo, com 77,2. A CNN fecha o pódio, com 76,5. O top 10 integra ainda a Sport TV (75,8), a Dazn/Eleven Sports (74,7), a CMTV (73,1), a HBO (73), a Prime Video (72,6), o Disney+ (72,3) e o canal Star (72).

No segmento de eventos, o vencedor é o Nos Alive, com 75,4 pontos, à frente do Rock in Rio Lisboa, com 75. O terceiro lugar é ocupado pela Feira do Livro de Lisboa, com 74,9. Em quarto, surgem as celebrações dos Santos Populares e a Volta a Portugal, empatados com 74,6, mais 0,2 pontos do que a Wonderland Lisboa, que consegue 74,4.

Delta é a marca que soma mais pontos

O RepScore 2026, que analisa as dimensões e os atributos das marcas, apresentando rankings em 51 categorias e subcategorias, coloca a Delta no primeiro lugar das marcas de excelência, com 84,6 pontos, à frente da Nestlé (84,1), da Olá (83,7), da Compal (83,4), da Nestum (83), da Luso (82,9), da Lego (82,6), da Fundação Champalimaud (82,5), da Colgate (82,2) e da Cerelac (82).

O Multibanco lidera o ranking dos sistemas de pagamento, com 78,2 pontos. A Microsoft, com 81,9, é a empresa tecnológica mais reputada. Segundo o estudo, a Vodafone é a operadora de telecomunicações mais reconhecida, com 77,7.

A Super Bock é a bebida alcoólica mais reputada, com 80 pontos. O Continente lidera o ranking das marcas de retalho alimentar, com 80,6. A Worten (77,9) surge em primeiro lugar na lista de retalhistas tecnológicos e a Ikea (80,8) no de retalhistas de casa e escritório. A Decathlon é o retalhista desportivo com melhor reputação, com 76,8 pontos.

A McDonald's ocupa o primeiro lugar no segmento da restauração, com 75,2 pontos, enquanto que a Zara é a marca de moda com maior reputação no segmento de retalho de têxtil e vestuário, com 76,4 pontos.

“As mais de 2.000 marcas auditadas, associadas a mais de 70 setores de atividade, foram previamente identificadas de forma espontânea por mais de 50.000 cidadãos que refletem a sociedade portuguesa em termos de distribuição geográfica, género, idade, grau de formação e classe social, por mais de 8.000 executivos de topo que refletem o

tecido empresarial português em termos de distribuição geográfica e dimensão, por mais de 900 jornalistas e por mais de 200 líderes de opinião”, explica a OnStrategy em comunicado de imprensa.

Seja o primeiro a comentar

