

# Marca pessoal da Rainha Elizabeth 2ª é mais forte que as de Oprah, Obama e Beyoncé

Imagem da monarquia favorece a economia do Reino Unido em mais de US\$ 2 bilhões ao ano, principalmente com o turismo

ECONOMIA | Mariana Botta, do R7  
19/09/2022 - 02H00



Marca pessoal da rainha Elizabeth 2ª é mais forte que de artistas e celebridades

ALASTAIR GRANT/POOL VIA REUTERS - 18.11.2009

A família Windsor é uma das mais conhecidas e queridas do mundo, e muito disso se deve aos mais de 70 anos de reinado de [Elizabeth 2ª, que morreu no dia 8 de setembro](#), aos 96 anos. Uma pesquisa realizada pela [empresa alemã Statista](#), a pedido da empresa de serviços on-demand [True Royalty TV](#), em 2021, revelou que a 'marca' da monarca é mais conhecida que as de celebridades norte-americanas como a apresentadora de TV americana Oprah Winfrey, a influencer Kim Kardashian, o empresário Bill Gates, a cantora Beyoncé e os Obamas.

O conceito de marca aplicado a uma pessoa se refere à capacidade que ela tem de gerar receita, pelo simples fato de associar seu nome ou imagem a algum produto ou serviço. Isso permite que essa mercadoria ou atividade seja vendida por um preço maior do que ela teria sem o vínculo com aquele indivíduo, explica Marcos Machado, professor da FIA Business School.

"Marca é um ativo intangível, avalia a capacidade de a pessoa gerar receita pelo o que ela representa na sociedade. Não é o valor da pessoa, mas o quanto ela, enquanto personagem, pode gerar", ensina o professor. Ele cita como exemplo uma caneca: quando ela é branca, sem nenhuma estampa, tem um determinado preço; com o retrato de Elizabeth 2ª, ela vai carregar o valor adicional da marca da rainha. "A conta é feita de acordo com o contexto e a importância da celebridade, tem a marca Pelé, a marca Neymar", esclarece Machado.

Ainda em relação à monarca britânica, o estudo da Statista para a True Royalty TV também mostrou que ela era o membro mais popular da família real na imprensa on-line, e que, os textos publicados que a mencionavam transmitiam, geralmente, sentimento positivo. Além disso, segundo os dados analisados, Elizabeth 2ª superava o alcance global de Oprah em três vezes.

Nick Bullen, cofundador e editor-chefe da True Royalty TV, disse, na época, que a rainha "tornou a monarquia britânica uma das maiores marcas do mundo". A pesquisa encomendada pela empresa indicou que Elizabeth 2ª transformou a Casa de Windsor na quinta maior marca "corporativa" do mundo, à frente de multinacionais como Coca-Cola, Nike, Ferrari e Microsoft.

Estima-se que a rainha, como marca, tinha um valor de cerca de US\$ 50 bilhões, US\$ 10 bilhões a mais que a Coca-Cola, conforme [publicou o jornal americano New York Post, em 2021](#).

"Ela é a marca mais valiosa do Reino Unido, acima da corporação de petróleo Shell e da varejista Marks & Spencer", diz David Haigh, CEO da consultoria de estratégia e avaliação de marcas Brand Finance, no documentário "Elizabeth at 95: The Invincible Queen" ('Elizabeth aos 95 anos: a rainha invencível', em tradução livre), da True Royalty TV.

## A 'firma' e o patrimônio da rainha

Segundo estimativas de outros especialistas, que também participaram do documentário, se "The Firm" ('A Firma', em português) fosse uma empresa, ela estaria avaliada em US\$ 100 bilhões (em 2021, quando foram feitas as gravações). The Firm é um apelido conhecido, principalmente no Reino Unido, da família real britânica e de todo o aparato que a cerca. Meghan Markle se referiu assim aos Windsor, em entrevista concedida a Oprah Winfrey, que foi ao ar em 7 de março de 2021, na rede de TV americana CBS. O príncipe Harry, seu marido, estava a seu lado.

Segundo a [revista Time, o apelido não oficial surgiu na época do rei George 6º](#), pai da rainha Elizabeth 2ª, e engloba, informalmente, a família real britânica e membros associados, como os cortesãos, funcionários e membros da realeza que mantêm os negócios da monarquia funcionando. Decorre, supostamente, de uma declaração do rei,

que teria dito que ele e o restante da realeza “não eram uma família, mas uma empresa”, ideia introduzida pela primeira vez em meados do século 20, informou a revista, em março do ano passado.

Além dos cerca de US\$ 50 bilhões da marca da rainha Elizabeth 2ª, cultivados ao longo dos 70 anos no trono, sua fortuna pessoal, que não inclui a riqueza da monarquia, é estimada em algo entre US\$ 468 milhões e US\$ 560 milhões. Participam dos cálculos as revistas Fortune e Forbes, e o especialista David McClure, autor do livro "The Queen's True Worth" (O verdadeiro valor da rainha), de 2020. O número exato é envolto em mistério, pois a Casa de Windsor não divulga informações sobre suas posses e aplicações.

O patrimônio da rainha é composto por bens caros, como joias, obras de arte e até selos, inúmeros imóveis e investimentos. Dentre as propriedades privadas estão o castelo em Balmoral, na Escócia, e a Sandringham House, na Inglaterra.

A marca Elizabeth 2ª, com potencial de geração de receita para ela própria, é um bem intangível da família real, afirma o professor Marcos Machado, da FIA Business School. "Ela era uma celebridade, e a receita gerada pela marca dela se reverte para a família", diz.

Quem também se beneficia com a marca da longeva monarca é a economia do Reino Unido, que fatura cerca de US\$ 2,37 bilhões ao ano, segundo algumas projeções, principalmente por causa do turismo.

## O que sustenta a 'firma'?

**Crown Estate** é nome do portfólio de ativos, principalmente terras e imóveis, associados à coroa do Reino Unido, um dos maiores donos de propriedades do país, que valem mais de € 14,3 bilhões. A maior parte das propriedades, mais de 30 mil hectares, é urbana, o que inclui um grande número de imóveis no centro de Londres, mas também há mais de 110 mil hectares de floresta e terras agrícolas, 55% da costa britânica, e uma série de direitos e participações em locais como o autódromo de Ascot e a embaixada israelense em Londres, entre outros.

Essa instituição gera somas consideráveis em valorização anual, tanto com indústrias quanto com a agricultura, e transfere os lucros para o Tesouro de Sua Majestade, o Departamento de Finanças, em benefício da nação britânica. O tesouro recolhe, a cada ano, de 15% a 25% dos fundos para a Casa Real, como o Sovereign Grant (o Subsídio Soberano, em português). O restante do dinheiro vai direto para o governo.

A rainha (ou o rei) não é proprietária privada dessas terras e imóveis, mas elas são propriedade pública do soberano, que os mantém “em direito da Coroa”, como bens



hereditários. Por isso, o Tesouro Real fica com apenas parte dos lucros. A gestão desse patrimônio é supervisionado por um órgão público, liderado pelos Crown Estate Commissioners, e a prestação de contas é feita ao Parlamento do Reino Unido, por meio de um relatório anual ao soberano, com envio de cópia à Câmara dos Comuns. Na Escócia, o Crown Estate é administrado pelo Crown Estate Scotland.

A [rede de TV americana ABC informou recentemente](#) que, segundo um relatório divulgado em setembro de 2020, referente ao ano civil anterior, o Sovereign Grant foi £ 82,4 milhões (US\$ 113,9 milhões), e que a maior parte desse orçamento veio do Crown Estate. A renda da família real foi complementada por fundos pessoais da propriedade privada da rainha, o Ducado de Lancaster, da propriedade do príncipe Charles, o Ducado da Cornualha, e da Royal Collection of art (Coleção Real de Arte).

Quanto aos gastos, as despesas da família real incluem viagens, eventos e patrocínios de organizações sociais, ações para a preservação da tradição, salários de funcionários e manutenção das propriedades imobiliárias. De acordo com a ABC, em 2021, o Sovereign Grant foi de £ 69,4 milhões, sendo £ 21,2 milhões destinados a reformas no Palácio de Buckingham.

Até a metade do século 18, as propriedades da Crown Estate eram administradas pelo monarca reinante, o que financiava a administração do país. O rei George 3º, em 1760, entregou o controle das receitas ao Tesouro Real, livrando-se da responsabilidade de pagar os custos da função pública, da defesa, a dívida nacional e suas próprias dívidas pessoais. Em troca, ele passou a receber a Civil List (Lista Civil), uma espécie de bolsa anual. Ela foi abolida em 2012 com o Sovereign Grant Act 2011, que estabeleceu uma fonte estável de receitas, indexada a uma porcentagem do rendimento líquido anual do Crown Estate.

## Influencers do século 15

Ter um produto consumido pela família real é uma honra para qualquer fabricante, não só no Reino Unido. Servir os monarcas é um atestado de qualidade, e significa que milhares de consumidores serão influenciados por eles, e vão desejar "tomar o mesmo chá que a rainha", por exemplo.

Por isso, já no século 15, foram criados os [Royal Warrant of Appointment](#) (em português: Mandados Reais de Nomeação), documentos emitidos a fornecedores de bens ou serviços para membros da realeza, ou com capacidade comercial para a Casa Real. Esse mandado dá direito ao uso do brasão de armas reais e à divulgação do atendimento à família real, o que confere prestígio à marca ou fornecedor.



Embalagem do ketchup Heinz vendido na Inglaterra, com brasão da rainha Elizabeth  
REPRODUÇÃO DA INTERNET/SITE HEINZ UK

No Reino Unido, as emissões podem ser feitas pelos três membros mais velhos da família real (que eram a rainha, o príncipe de Gales, Charles, agora rei, e o ex-marido da rainha, o duque de Edimburgo, príncipe Philip, que morreu no ano passado). Além disso, quem quiser obter um mandado deve fornecer produtos ou serviços de forma regular e contínua às Casas Reais por, pelo menos, cinco de sete anos. Também devem demonstrar que têm uma política ambiental e de sustentabilidade adequada.

Segundo a página do Royal Warrant of Appointment, ter um mandado não significa que os produtos ou serviços fornecidos são os melhores, indica apenas que são produtos ou serviços usados e preferidos pela nobreza. Os titulares dos mandatos não são fornecedores exclusivos da família real e não deixam

de cobrar por seus serviços, pois a Casa de Windsor continua a pagar por eles normalmente. O objetivo é poder exibir o brasão ou o emblema real em embalagens, artigos de papelaria, anúncios, nas instalações e veículos da empresa, assim como o nome do membro da família que concedeu a nomeação.

O Royal Warrant não custa nada para o comerciante e não gera renda para a coroa, no entanto, a Royal Warrant Holders Association (a associação dos titulares de mandatos reais), que faz todo o trabalho de gestão inicial, cobra uma taxa de administração, que não é uma assinatura. É paga uma única vez. Hoje existem aproximadamente 875 produtos e serviços titulares de Royal Warrant, de cerca de 800 empresas ou indivíduos, mas esse é um número que varia quase mensalmente.



Os guarda-chuvas da marca Fulton também têm mandado concedido pela rainha  
REPRODUÇÃO DA INTERNET/ROYALWARRANT.ORG

Produtos como o ketchup Heinz e os chás Twinings of London têm o brasão da rainha Elizabeth 2ª nos rótulos e, agora, terão de ser alterados. No brasão dela havia as figuras do leão da Inglaterra, do unicórnio da Escócia, e um escudo dividido em quatro quartos, acompanhado pelas palavras "por compromisso para Sua Majestade, a Rainha".

Com a morte da monarca, a imagem deve ser alterada para o brasão do rei Charles 3º, que já conduzia alguns negócios e também concedia mandatos, como o da marca de roupas e acessórios

[Anderson & Sheppard](#).



Outros produtos e marcas que também receberam o mandado real são o gim Tanqueray, os guarda-chuvas Fulton, a champanhe Bollinger e a empresa Jaguar Land Rover.

Os Royal Warrants são concedidos por até cinco anos e, no ano anterior ao vencimento, é feita uma revisão para verificar a possibilidade de renovação por outro período de mais cinco anos.

## Força e carisma

A [espera de mais de 14 horas](#), registrada na última sexta-feira (16), e as enormes filas para passar ao lado do caixão de Elizabeth 2ª durante todo o funeral mostram o respeito que a rainha conquistou ao longo dos anos. "Ela tinha uma grande capacidade de geração de receita por ela mesma, pela simpatia e pelo carisma dela. É claro que há também a simpatia pela monarquia britânica, as duas coisas se misturam, fica difícil de separar porque parte da valorização da marca dela se deve à monarquia, ao apreço da sociedade britânica à monarquia, e parte à pessoa dela", avalia Marcos Machado.

O professor diz que a reputação da rainha enquanto marca está totalmente relacionada à reputação dela como chefe de estado. "No início do reinado não houve preocupação com a gestão da imagem, esse conceito nem existia. Tanto que, em tempos de crise, como na morte da Lady Di, ela desapareceu por três dias, foi bastante cobrada. Mas, depois, reapareceu, fez uma declaração. Podemos dizer que, no geral, foi um bom trabalho de relações públicas, porque a gestão da reputação anda junto com a marca, com a capacidade de gerar receita", explica.



RAINHA ELIZABETH 2

FUNERAL

MARCA

MARCA PESSOAL

RIQUEZA

RICAS

MONARQUIA

REINO UNIDO

IMAGEM