

## Ziarul Financiar, cel mai votat brand din presa românească la Business Superbrands

ZIARUL FINANCIAR a fost cel mai votat brand din presa românească în cadrul Business Superbrands, parte a programului Superbrands din România care urmărește să identifice și să onoreze cele mai bune branduri de business de pe piața românească, menționează un comunicat remis Mediafax. Criteriile de analiză de anul acesta, specifice Business Superbrands, au fost reputație și prestigiu, calitate, încredere și diferențiere pe piață. În urma procesului de jurizare, rezultatele preliminare arată că unul din trei branduri validate de Consiliul Business Superbrands este eligibil pentru a primi statutul de Business Superbrands pe piața din România. În rândul brandurilor românești, Mobexpert a primit cele mai multe voturi din partea Consiliului pentru industria în care operează, în timp ce Ikea, competitorul său abia intrat pe piața românească, se regăsește deja pe lista brandurilor eligibile pentru a primi statutul de Business Superbrands în România. Din perspectiva numărului de voturi primite la toate cele patru criterii, Orange România și Leo Burnett & Target sunt brandurile cu cele mai bune rezultate, în timp ce Ziarul Financiar a fost cel mai votat brand din presa românească. În urma procesului de evaluare, la criteriul „calitate” cea mai mare apreciere o atrage Nokia, în timp ce la criteriul „încredere” cel mai bine se poziționează compania de publicitate Leo Burnett & Target. La exact un an de la lansarea pe piața din România, Vodafone este recunoscut la criteriul „diferențiere pe piață”, în timp ce McDonalds este favorit la criteriul „reputație și prestigiu”. Procesul de analiză și validare a brandurilor a început în martie, documentarea de piață fiind realizată de compania Nielsen - partener al programului Business Superbrands pentru România - și supusă atenției Consiliului Business Superbrands. Acest for include 24 de membri reprezentativi din mediul de afaceri românesc și a evaluat individual 2.300 de branduri românești și internaționale incluse în 46 de categorii din diverse domenii de activitate, în conformitate cu metodologia Superbrands.