

www.tmctv.ro

Superbrands: Criza nu afectează reputația brandurilor din România

14 octombrie 2008

Criza financiară nu afectează brandurile din România, iar aceasta se poate observa din faptul că nu există schimbări reprezentative în clasamentul superbrandurilor de anul acesta față de 2007. Așa spun analiștii de la Business Superbrands România. Statutul de Superbrand reprezintă o aspirație pentru orice companie și este acordat în funcție de reputație și prestigiu, încredere, calitate și diferențiere pe piață.

Rezultatelor programului Business Superbrands indică primele companii care au demonstrat excelență în cultura de branding în România. Orange, Vodafone, Coca Cola, Petrom, Nokia, Microsoft, Rompetrol, ING Bank, Procter&Gamble și BRD sunt cele mai renumite branduri prezente pe piața din România. Studiul realizat de Business Superbrands nu este un top, ci o listă de branduri cu mare reputație și credibilitate.

"Reputația ne interesează din ce în ce mai mult. Și dacă în primul an de Superbrands făceam o pledoarie în acest sens, credem că acum vorbim despre cultură de branding care este construită pe reputație și credibilitate", a declarat Cătălina Stan, director Superbrands România.

Credibilitatea și reputația pot fi afectate de scandaluri și campanii de defăimare.

Analiștii de la Business Superbrands România dau exemplul companiei Rompetrol, care din cauza unor controverse, intens mediatizate, nu a fost eligibilă anul trecut pentru statutul de superbrand. Anul acesta în schimb, Rompetrol și-a consolidat poziția pe piață și imaginea de companie puternică și este între primele 10 branduri din România.

"Avem exemplele Rompetrol, ca brand care a crescut foarte mult și care se află în primele 10 branduri pe care le considerăm exemple relevante pentru contextul din România, de asemenea și un brand de bancă, mă refer aici la ING Bank, care a obținut o poziție foarte bună, alături de BRD în ceea ce privește obținerea titlului de business superbrand", a declarat Bogdana Baltasiu, reprezentant Nielsen- partener Superbrands.

Organizația Superbrands operează în aproape 100 de țări și stimulează dezvoltarea piețelor locale prin programe specializate și prin publicarea volumelor Superbrands.