

Decembrie, sărbătoarea brandurilor naționale

Adriana Drăgușin

Odată cu prezentarea primului volum al cărții Superbrands România la 29 noiembrie, în cadrul librăriei Cărturești, a avut loc inaugurarea campaniei itinerante Superbrands, intitulată "Celebrating Local Brands, Celebrating Romania".

Aceasta se va desfășura în luna decembrie în câteva mari orașe ale țării, în care există o dezvoltare semnificativă a mediului de afaceri, cartea fiind de asemenea disponibilă în mod gratuit, pentru consultare, prin rețelele de librării Cărturești și Humanitas.

Această inițiativă vine într-un context în care volumul I al Superbrands România cuprinde, într-o proporție de 30% (din cele 66 de branduri incluse în analiză), branduri românești autentice, care și-au construit de-a lungul timpului o reputație solidă, atât în rândurile publicului local, cât și ale celui internațional. Modelele autohtone de succes în branding sunt deschise astfel unui segment-tintă deosebit de amplu, cu ajutorul rețelei de birouri Superbrands, extinsă în 60 de țări, ducând mai departe faima unor mărci specific românești.

Analiza cuprinsă în Superbrands este destinată în primul rând mediului de afaceri, anumitor oficialități și instituții ale statului, ambasadelor, unor organizații specializate, dar și mediului academic de specialitate (din domeniul marketingului și ma-



Fulga, cel mai tânăr brand românesc inclus în Superbrands România

nagementului), din București și din țară. Cele 66 de branduri incluse în publicație sunt prezentate din punctul de vedere al evoluției acestora de-a lungul timpului, din perspectiva unor aspecte-cheie, integrate ca titluri de capitol: Piață, Realizări, Istoric, Produs, Evoluții recente, Promovare și Valoarea mărcii.

Acele branduri românești care, prin includerea lor în analiză, au obținut trofee Superbrands, au fost se-

lectate în funcție de contribuția lor la "definirea României ca piață-cheie, din perspectiva unui mediu de afaceri consolidat și a potențialului pentru investiții", informează comunicatul de presă transmis de agenția de relații publice BDR Associates. Dintre acestea, alături de branduri care s-au impus de-a lungul timpului, face parte și Fulga, cea mai tânără marcă românească, care a fost lansată abia în anul 2004.