

Brandurile apărute după 1990 iau locul „Eugeniei” în viața românilor

Peste jumătate dintre cele mai cunoscute branduri de către români sunt apărute după 1990, relevă un studiu al organizației britanice Superbrands. Situația este radical schimbată față de topurile ultimilor ani, dominată clar de mărcile de dinainte de Revoluție – Eugenia, Cico sau Dacia. Astăzi, românii pun în același loc, în topul celor mai cunoscute branduri românești, „vechile” Tarom, Borsec, Dacia, cu „noile” Mobexpert, Murfaltar, Algocalmin, Ana Aslan, Arctic, Sensiblu, Flamingo, Salam Săsesc, Ursus, Rompetrol și Dorna. În funcție de repartizarea pe domenii, cel mai

mare procentaj l-au primit brandurile din domeniul bunurilor de folosință îndelungată. Bine plasate sunt însă și mărcile reprezentative pentru domeniile specifice petrecerii timpului liber, categorie în care mass media ocupă un loc special. De altfel, distribuția pe categorii a voturilor Superbrands arată că brand-urile românești sunt cu 65% mai numeroase decât cele internaționale la categoria hoteluri, restaurante, cluburi și baruri, fast-food și, respectiv cu 60%, la categoria divertisment, timp liber și media. De asemenea, și la organizații caritabile, ONG-uri și

lăcașe de cult, brandurile românești le-au devansat pe cele internaționale cu un procent de 65%. Interesant este însă că în cursul procesului de evaluare s-au desprins două categorii speciale care reflectă aspirații sau simboluri locale: Branduri Aspiraționale (Aspirational Brands) – branduri de mare forță internațională (Ferrari, Walt Disney, Versace, Maybach), nerepresentative încă pe piața locală și Branduri Simbolice (Icon Brands) – locuri cu valoare emoțională, organizații internaționale sau instituții cu o anumită rezonanță (Teatrul Național București, Comisia

Europeană, PHARE, Crucea Roșie, Voroneț, Vama Veche, Cerbul de Aur). Chiar dacă la capitolul hoteluri, cluburi și fast-food-uri românii cunosc mai multe mărci autohtone decât străine, brandurile internaționale sunt copleșitoare ca număr la categoriile automobile, tutun și bunuri de folosință îndelungată. Dintre mărcile internaționale, cele mai recunoscute au fost Mercedes-Benz, Volvo, BMW, Windows, Volkswagen, Microsoft, IBM, Hewlett Packard, ABN AMRO Bank, Unilever, Marlboro, Coca Cola, Carrefour, Xerox, Kent, Gillette și Adidas. **(Dan Popa)**