

Bucurestiul intra pe axa Superbrandurilor

66 de branduri internationale si autohtone au primit cite un trofeu si si-au facut loc in primul volum din cartea „Superbrands Romania”, lansata miercuri seara de organizatia cu acelasi nume, prin Agentia de relatii publice BDR Associates. Peste 20 de superbranduri dintre cele 66 votate in Romania sint de etnie autohtona.

Forta globala pierde teren

30% din lista „Superbrands” sint nume romanesti. Astfel, TVR, Algocalmin, Borsec, Dero, Gerovital, Fulga, Murfatlar, Tarom sau Dorna stau pe aceeasi lista cu Nestle, Nokia, Philips si Coca-Cola.

„Vremea in care brandurile globale aveau in fata piata larg deschisa a cam trecut. A venit timpul pentru reaprinderea interesului in numele locale. Marcile autohtone, cu o istorie de zeci si sute de ani in spate, nu au fost creditate mereu cu putere in fata celor internationale.

Sper ca «Superbrands Romania» sa redreseze aceasta balanta, asa cum s-a intimplat si in celelalte tari postcomuniste”, a declarat pentru „Cotidianul” Bill Colegrave, presedintele organizatiei internationale si fondator al programelor Superbrands.

Comparatie doar intre rivali

In Romania, „Superbrands” a nominalizat peste 1.800 de marci consacrate, atit autohtone, cit si internationale, evaluate pe criteriile de notorietate. Romanii au putut vota pe site-ul [www.superbrandsromania.com](#)

iar brandurile preferate, iar lista rezultata a fost evaluata apoi de Consiliul Superbrands, format din 25 de experti din diferite domenii, printre care Andrei Plesu, Dan Chisu, Doina Levintza, Mircea Kivu si Tudor Giurgiu.

Ei au evaluat fiecare brand pe o scara de la 1 la 20, in functie de viziunea personala, iar scorurile fiecaruia au fost centralizate, cele mai bine cotate calificindu-se pentru statutul de Superbrand. Lista se diferentiaza, de altfel, tocmai prin criteriul subiectiv pe care mizeaza si pe faptul ca elimina ierarhia.

[Cotidianul](#) (non PDA), Alexandra Badicioiu, 18 nov 2006

[Back to top](#)