

32% dintre marcele comerciale eligibile pentru statutul de Superbrand își au originea în România

Circa 32% dintre marcele comerciale eligibile pentru statutul de Superbrand își au originea în România, dintre care 3 marci se clasează între primele branduri eligibile pentru acest statut la ambele secțiuni Consumer și Business, arată un studiu realizat în cadrul Superbrands România, program derulat de către agenția BDR Associates.

Conform unui comunicat remis, miercuri, în prima fază a ediției curente au fost identificate brandurile comerciale și de business eligibile pentru statutul de Superbrand. Procesul de evaluare a fost asigurat cu sprijinul membrilor Consiliului Superbrands, format din 30 de specialiști și lideri în business din diferite companii, împreună cu Ipsos, partenerul oficial al Superbrands în România.

"Reputația a devenit un obiectiv prioritar pentru branduri, în România, iar comunicarea de brand se dovedește esențială în consolidarea poziției în piață, creșterea prestigiului și câștigarea încrederii consumatorilor sau a partenerilor de afaceri. Atingem un reper excepțional pentru programele din România, sărbătorind în 2025, 20 de ani de contribuție la poziționarea reputațională a brandurilor în piață, iar brandurile cu origini românești urcă ușor, de la an la an, în preferințele consumatorilor sau devin redevizibili parteneri de afaceri. Este o onoare pentru agenția noastră să dezvolte programul dedicat României, în cadrul Organizației Globale Superbrands, asigurându-i credibilitate și longevitate în piața locală", a declarat Catalina Rousseau, președinte & CEO al BDR Associates și country manager Superbrands România, citată în comunicat.

În Clasamentul Consumer Superbrands, dintre sutele de branduri declarate eligibile pentru statutul Superbrand, topul principalelor 20 de marci, conform votării, include în 2024 marcele: Visa, Strongbow, Dedeman, Glovo, FAN Courier, Dr. Max, Untold, Uber, Lidl, eMAG, Revolut, Bolt, olx.ro, Kaufland, Netflix, Pampers, Nike, McDonald's, Ikea și Banca Transilvania. 10 dintre ele provin, majoritar, din categoriile servicii și comerț.

"Este pentru prima dată când un brand de servicii financiare se clasează pe primul loc în lista Consumer Superbrands pentru România. Acest loc este ocupat în ediția curentă de către Visa, care a urcat 3 locuri față de ediția din 2021, în timp ce Revolut și Banca Transilvania completează clasamentul primelor 20 de branduri calificate ca eligibile pentru statut de Superbrand, în domeniul lor de activitate. Această nouă evoluție a clasamentului poate fi interpretată ca fiind corelată cu perioada de crize suprapuse pe care o traversăm, determinând consumatorii să acorde o atenție sporită gestiunii finanțelor proprii și ale gospodăriei", se menționează în comunicat.

Potrivit sursei citate, marcele românești continuă să fie relevante, într-o piață dominată de branduri internaționale. Dedeman, FAN Courier, Untold, eMAG și Banca Transilvania se regăsesc între primele 20 de branduri validate ca eligibile pentru statut de Superbrand, în 2024. Per total, o treime (32%) dintre brandurile astfel validate sunt marci create în România, reprezentând o pondere similară cu anul anterior al studiului.

Activitatea a 7 dintre primele 15 branduri comerciale calificate pentru statutul de Superbrand, de la livrarea de produse alimentare și servicii de transport persoane, până la servicii financiare sau streaming audio-video este facilitată de internet sau de aplicații dedicate.

În opinia consumatorilor participanți la studiu, Lidl și Kaufland reprezintă cele mai sustenabile marci prezente pe piața din România, fiind urmate de Coca-Cola și Carrefour. Au fost definite ca sustenabile acele marci care respectă cel mai bine criteriile ESG (Environmental, Social, and Governance/ Agenda de mediu, socială și guvernanta corporativă).

În acest an se remarcă și prezenta în lista brandurilor eligibile pentru statutul de Superbrand în România a unui lanț de farmacii - Dr. Max, precum și intrarea în premieră, în clasament, a brandului Untold, cel mai mare festival de muzică din România, poziționat în primele 10. De asemenea, Lidl, liderul pieței românești de retail alimentar urcă tot printre primele 10 branduri eligibile, în timp ce categoria Restaurante, lanțuri fast-food și cafenele accede între primele 20, prin intermediul McDonald's. În mod surprinzător, marca de cidru Strongbow a evoluat până pe poziția a doua a listei de branduri comerciale eligibile ca Superbrand.

Eligibilitatea brandurilor de business a fost evaluată și votată de către Consiliul Onorific al Superbrands România. Etapa a doua de evaluare a brandurilor de business incluse pe listele constituite de către Ipsos a avut loc în a doua jumătate a lunii septembrie. În cadrul unei secțiuni dedicate, cei 30 de lideri în business și specialiști în branding, membri ai Consiliului, au desemnat ca fiind eligibile pentru statutul de Superbrand cele mai importante mărci care oferă produse sau servicii către companiile prezente în România, pornind de la o listă care a inclus 698 de branduri de business, din 30 de categorii, de la agribusiness, tehnologii, banking sau consultanță specializată, la soluții pentru automate de vânzare, case self-checkout și bancomate. Pentru brandurile de business, selecția a luat în calcul, în premieră pentru România, și criteriul sustenabilității. Este a treia ediție a categoriei Business Superbrands, derulată în România, de la lansarea programului Superbrands în piața locală, 2005.

Dintre sutele de branduri de business evaluate, principalele 20 operaționale în România, care depășesc cu mult media evaluărilor în categoriile din care fac parte, reprezintă diverse domenii de activitate: Colliers, NEPI Rockcastle, Mastercard, John Deere (IPSO Romania), Visa, One United Properties, Bitdefender, Globalworth Group, Amcham - American Chamber of Commerce in Romania, Bog'Art, DHL International Romania, FAN Courier, Strabag, Bosch, Siemens, Vodafone Romania, Google, Digi Romania/ RCS & RDS, Banca Transilvania și Henkel Romania. Din perspectiva marilor care au obținut cele mai mari scoruri absolute, lista este completată de Dante International (eMAG), Husqvarna, Carrefour Romania, Porsche Leasing Romania IFN, 3M, BVB - Bucharest Stock Exchange, OMV Petrom, Procter & Gamble Romania, Microsoft Romania, Farmacia Tei/ Bebe Tei, Philip Morris Trading și Ikea.

Visa, FAN Courier, Banca Transilvania, eMAG și Ikea reușesc performanța de a obține unele dintre cele mai bune evaluări în ambele secțiuni ale acestei ediții a programului, Consumer și Business Superbrands.

Lista brandurilor eligibile pentru statutul de Consumer Superbrand a fost obținută în baza metodologiei internaționale Superbrands, care cuprinde două etape importante. În prima etapă, Consiliul Superbrands, alcătuit din 30 de profesioniști din diferite industrii, precum management, marketing, publicitate, comunicare, branding, media, consultanță, a asigurat selecția calitativă a listei de branduri constituite de către Ipsos Romania, evaluând 1.804 branduri comerciale din 61 de categorii. Criteriile luate în considerare în procesul de selecție au fost reputație, încredere, calitate și diferențiere pe piață. În urma acestei selecții, 968 de branduri calificate au fost incluse în cercetarea de piață, realizată online în rândul consumatorilor, de către Ipsos, pentru Superbrands România, pe un eșantion reprezentativ de 1.500 de consumatori români, din mediul urban.

Separat, reprezentanții Consiliului Superbrands au votat brandurile de business, luând în calcul și sustenabilitatea (criteriul ESG). Lista completă a brandurilor votate ca eligibile, atât pentru secțiunea Consumer cât și pentru secțiunea Business, va fi publicată în volumul Superbrands România, ediția 2024, care va fi lansat în 2025.