

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Italy	2007	Press Clippings

## DailyMedia

Il quotidiano della comunicazione

anno XVIII n° 130  
venerdì 13 luglio 2007

p. 5

**Il mensile economico con la diffusione di un quotidiano.**



## Kermesse Il Coolbrands Tribute Event celebra i marchi più di tendenza: Red Bull conquista il Premio Assoluto

A luglio Superbrands distribuirà in quarantamila copie, nei locali di tendenza e con Rolling Stone, il volume Coolbrands

**E'** stata una serata dedicata ai brand più cool e di tendenza quella organizzata ieri sera a Torino da Superbrands, il gruppo inglese che opera in Italia dal 2003 con l'obiettivo di valorizzare la conoscenza e l'informazione dei marchi più importanti presenti sul territorio nazionale. Il Coolbrands Tribute Event 2007, in particolare, è stata l'occasione per dare lustro ai brand premiati come più cool, tra quelli che saranno inseriti nel secondo volume di Coolbrands, il programma dedicato appunto ai marchi di tendenza, che si affianca ai volumi Superbrands Consumer e Business. Coolbrands è uno dei progetti principali del portfolio di Superbrands,

una raccolta di marchi che si propone come una guida funzionale e indipendente per conoscere quanto di meglio è stato prodotto e comunicato in Italia, attraverso un mix di informazione, attualità e cultura. «Il nostro obiettivo è individuare, principalmente nei campi del lifestyle e della moda, i marchi che hanno consolidato un'immagine cool nel cuore dei consumatori e nei giudizi degli opinion makers, quelli che sono entrati a far parte della vita delle persone», ha commentato Maurizio Comollo, Superbrands Country Head Italia. Ieri sera, in particolare, è stato assegnato un Premio Assoluto a Red Bull – il più votato dalla giuria e dalle cartoline Promocard distribuite su tutto il territorio



Maurizio Comollo

nazionale da inizio marzo a fine maggio - e cinque Premi Qualitativi: a Breil per il successo, a Volkswagen per l'etica, a Kerastase per l'alta classe, a Tic Tac per la simpatia, a Lavazza per la purezza e l'equilibrio - individuati da un'indagine di Research International. La commissione che effettua la selezione dei

brand, il Coolbrands Council, è presieduta da Oliviero Toscani ed è formata da esperti del marketing e della comunicazione, rappresentanti dei marchi nazionali più conosciuti ed esponenti dei principali media. «Distribuiremo gratuitamente il volume Coolbrands in 40 mila copie - ha spiegato Comollo - in allegato al numero di Rolling Stone. Ma saremo anche nei locali di tendenza e lo distribuiremo ai manager addetti ai lavori. Sarà un volume più "informale" rispetto agli altri Superbrand, avrà una veste grafica moderna e accattivante. La volontà di partecipare ai nostri programmi significa anche volontà di trasparenza da parte delle aziende che tra loro non si pongono come competitor ma protagonisti del mercato per promuovere il sistema Italia», ha concluso Comollo.



## L'economia è in espansione.

- **rinnovato**  
Nuovo dalla prima all'ultima pagina.
- **grandi numeri**  
215.000 copie diffuse.  
710.000 lettori.  
Target esclusivo e trasversale.
- **unico**  
L'unico mensile economico allegato a un grande quotidiano.

L'ultimo venerdì del mese, dal 28 settembre, in edicola con il Giornale.

