

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

### Superbrands Romania Announces the Top 15 Leading Brands in 2015, at the End of the Judging and Market Research Phase of the Current Edition

Date: 06/11/2015  
 Source: [BDR Associates](#)

Procter & Gamble is again the best performing company having 3 brands in Romania's top 15 Superbrands in 2015.

Superbrands Romania has concluded the judging and market research phase, as the first stage of the 2015 edition which is currently being carried out. About 300 brands in 48 product and service categories have qualified for Superbrand status in Romania, in the 7th edition of the Superbrands programme. Procter & Gamble is the company that provided the top two brands in the top 15 leading brands in the 2015 edition of Superbrands Romania. Ariel rises four places on last year's ranking and dethrones Pampers, another reputable brand of P&G, which ranks second this year. Ariel and Pampers are two of the 10 P&G brands eligible for Superbrands Status in the current edition. Banca Transilvania is the Romanian brand which ranks among the top five most admired and appreciated brands in Romania this year, and is leading the financial-banking segment in the 2015 survey of Superbrands Romania, followed by BRD, ranked 10th in Top Superbrands Romania 2015. The brands which have remained in the top 15 Superbrands Romania this year include: Mercedes-Benz, Gillette, Facebook, Dr. Oetker.



Overall, the top 15 leading brands in the 2015 Superbrands programme include: Ariel, Pampers, Mercedes-Benz, Banca Transilvania, Gillette, Facebook, Dr. Oetker, Persil, Milka, BRD Groupe Societe Generale, BMW, H&M, Dedeman, eMAG, Coca Cola.

The Superbrands survey, conducted nationwide with the support of Ipsos, has identified a series of trends, challenges and opportunities of the Romanian market at present, including:

#### Changing consumer behaviour in favour of priorities

Consumer behaviour has changed dramatically as a result of the recession we have been experiencing in recent years and purchasing priorities reflect the climate

of economic uncertainty. The focus is now to respond to family needs and daily agenda. The fact that consumer products brands, such as Ariel, Pampers, Gillette, Dr. Oetker, Persil, Milka, H&M and Coca Cola, have remained leading brands in recent years confirms the consumers' preference for consumer products brands. Thus, in 2015, the best represented economic categories in the brands list validated by Superbrands in Romania include: personal care products, dairy products, confectionery, pharmaceuticals, consumer electronics and home appliances, technology, clothing, beverages. The economic categories least represented in the list of brands with Superbrand status are oil and gas, the hospitality and travel industry, and furniture manufacturing.

The digital trend is changing the retail landscape in Romania and educates Romanians to a new type of

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

experience in their relationship with brands  
Online gamers are looking with growing interest to the colonization of new categories of business so that e-commerce continues to change the landscape of retail in Romania. E-commerce brands build a new reality for the Romanian consumer, giving consumers much closer and more personalized experiences in their relationship with brands. This increasingly visible trend in Romania has propelled to the Top 15 Superbrands brands such as H&M - by launching the possibility of online shopping, eMag - the famous Romanian player and initiator of Black Friday in Romania, and Dedeman - already "the household name" in the Do-It-Yourself sector in Romania.

**Tradition, to the next level: innovation is the strategic stakes of brands with history**  
As in previous years, the Superbrands survey certifies Romanians' appreciation for traditional brands with excellent reputation, aspirational brands which speak about high quality and respect for the consumer. Mercedes-Benz and BMW are among the brands with tradition, which have understood and perfectly adapted themselves to economic trends based on the personalized customer experience. Innovation is one of the main attributes that Romanians associate with Superbrand status in Romania. Consumers' attention to innovation is expressed in Superbrands Romania 2015 programme by an increased number of brands eligible for Superbrand status in Romania in 2015 in the categories of electronic products, automotive and high technology.

The final results of the Superbrands research in Romania reflect the Romanian consumers' choice for the 300 brands eligible for Superbrand status in Romania in 2015. The survey results confirm that the Romanians are ready to support brands that inspire them, make them happy and stand by them in everyday life, brands that give them respect and genuine communication. In line with this trend, the Romanian brands considered Superbrands by Romanians include: Banca Transilvania, BRD, Dedeman, eMAG, Borsec, Catena, Dona, Napolact, PRO TV, Timisoreana, Poiana, Flanco, Radio Zu. Romanian brands represent approximately 28% of the brands validated as Superbrand 2015 in Romania, a new performance for Romanian creativity.

Just as the previous edition, the 2015 Superbrands survey also brings an interpretation of the results from a cultural perspective, in addition to validating makes that qualify for the Superbrand status. The main dimensions that influence the way Romanians perceive the performance of a brand are: reliability, leadership, dynamism, the latter two being characteristic. Leadership is the main differentiating feature for brands, as Romanians are a culture in constant search of successful, inspiring role models, and dynamism is the novelty at cultural level - as Romanians appreciate the brands which have the courage to innovate and progress.

**About the survey:** The list of brands eligible for Superbrand status was obtained based on the Superbrands international methodology comprising two important phases. In the first stage, the Superbrands Council, consisting of 24 management, marketing, communication and branding experts provided a qualitative selection of the brands list, evaluating 1,546 brands in 54 categories. The criteria considered in the selection process were quality, reliability and market distinction. Following this selection, 593 qualified brands were included in the market research, conducted by Superbrands Romania with the support of Ipsos, on a representative sample of 1,500 Romanian consumers at urban level. The complete list of brands designated as eligible for Superbrand status in Romania in 2015, will be presented in the book Superbrands for Romania, 7th edition.

**About Superbrands:** Superbrands is currently carrying out programmes for the year 2015 in over 80 markets throughout the world including Australia, Austria, Brazil, the Czech Republic, China, Egypt, Germany, Greece, Guatemala, Hungary, India, Israel, Japan, Jordan, Korea, Poland, Portugal, Serbia, Singapore, Slovakia, Spain, Turkey, UK, USA. The international Superbrands organisation operates in over 150 countries, boosting proactively, for over 20 years, the development of local markets by means of specialised branding programmes and by publishing the Superbrands volumes that pay tribute to well performing brands and their reputation in relation to the market, earning the consumers' respect and trust. More information: <http://www.superbrands.com>

**About Superbrands Romania:** Having entered the Romanian market in 2005 via the strategic communication and public relations agency BDR Associates, the Superbrands organisation develops programmes dedicated to the Romanian market and the local branding culture. The programmes carried out so far, including three Consumer

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

Superbrands editions (2006, 2010, 2012) and two Business Superbrands editions (2007 and 2008), have provided more than 200 models of success in branding and communication. The Superbrands programmes in Romania have brought together nearly 120 experts and professionals in management, marketing, communication, branding and other areas. More information about the Superbrands Romania programme are available at <http://www.superbrands.com/ro>.

### About

### BDR

### Associates:

*The strategic communication and public relations agency BDR Associates is the exclusive affiliate in Romania of Hill + Knowlton Strategies, part of WPP, one of the largest international communication groups in the world. Founded in 1995, BDR Associates has offered over time professional assistance in the field of strategic communication and public relations for hundreds of clients, including major multinational and national companies, government institutions, international organisations, associations and non-government agencies in Romania and the Republic of Moldova. BDR is the first Romanian specialised agency which opened an office abroad, in the Republic of Moldova, in 2002. In 2005, BDR Associates became the partner appointed by the International Superbrands Organisation to implement the Superbrands programmes in Romania and publish the Superbrands books. BDR is also the first PR agency in Romania that won, in 2006, the highly reputable Sabre award for Best Practice in Central and Eastern Europe. The company has also developed communication projects in other markets such as Georgia, Serbia, Azerbaijan and Croatia. Since 2007, BDR Associates has been a partner of CEC Government Relations in developing Public Affairs projects in Romania and the EU, providing high calibre support to large international companies in areas such as energy, non-cash payments, global investment funds, transport and courier service, and other priority areas. BDR Associates proposes a team of highly ethical professionals, as professionalism and integrity are the fundamental values of the agency in delivering measurable results to local and international clients.*

<https://www.amcham.ro/index.html/articles?articleID=2303>

## Superbrands Romania celebrates 10 years of evaluating branding culture

By [Newsroom Media & Marketing](#) November 13, 2015 11:30 0 comments

# Superbrands

**[Superbrands Romania](#) celebrates a decade of existence through an anniversary edition and a new website offering an interactive digital experience. In 2005, the Superbrands Organization entered the Romanian market by selecting the strategic communication**

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

agency [BDR Associates](#) as its exclusive local partner. Superbrands is the authority internationally acknowledged as the independent evaluator offering distinctions to successful brands. The “Superbrand” status awarded by the Superbrands Organization provides strength and prestige and helps the brand stand out from its competitors.

In figures, 10 years of Superbrands Romania brought 5 Consumer Superbrands editions and 2 Business Superbrands editions, 250 success stories shared by brands via the project’s signature-books and 96 top experts, from various sectors, voluntarily joining the Superbrands Council.

In the last 5 years, in the Consumer Superbrands programme, the top 5 categories generating most Superbrands were Electric & Electronic Equipment, Food, Automotive, Personal Care and Home Care, versus Healthcare, Home Decorations, Travel Agencies, Oil & Gas and Cosmetics, with the fewest titles awarded.

In the same time span, #1 Superbrand came from completely different categories, from Technology (Google – 2010-2011), Mineral waters (Borsec – 2011-2012), Baby products (Pampers – 2013-2014) and Home Care (Ariel – 2015-2016). The transition from Technology to Home Care suggests that, for Romanian consumers, providing for the family’s basic needs has become a priority given the challenging financial context, with hobbies and refurbishing going in the background.

The most consistent brands to keep their Superbrand status in Romania and their presence in the Superbrands book include DHL, Orange, BCR, J.W.Marriott, Avon, Coca Cola, Sensiblu, Germanos, Raiffeisen Bank and Borsec. As for the constant presence in Top 15, the leaders are the German automotive manufacturers BMW and Mercedes with 3 editions each, followed by Ariel, Pampers and Gillette with 2 editions each. The performances obtained by these companies prove their ambition to reinvent themselves and adapt to new standards, a sustainable vision for the future and, last but not least, a communication policy defined by transparency and promises kept in relation with the consumer.

The Superbrands programme also offers an in-depth analysis of how the cultural perspective has evolved, using market research. The reshaped values pyramid and consumer’s higher interest in Romanian brands are reflected in the number of companies recognized as Superbrand. In the past 10 years, the percentage of local brands distinguished with the “Superbrand” title increased from 20% to 30%, with the highest share in the 2015 edition, where 84 Romanian brands were validated as Superbrand – totalling 29% as compared to only 20% in 2013-2014. Amongst the most appreciated and admired by the Romanian consumers are brands such as Borsec, Catena, Gerovital, Mobexpert and Medlife.

A change in perspective is also to be noticed amongst the brands with the highest level of awareness and reputation. While in 2007 they were coming from Telecom services, namely Orange and Vodafone, in 2015 the absolute winner was Renault.

As a token of appreciation for the companies that run their business in the Republic of Moldova and share the programme’s values, the Superbrands signature-books pictured the vision of some Guest Brands such as Purcari and Orhei Vit, both confirming their status as models in top-level branding.

Digitalization and the variety of sources of information has determined Romanian consumers to go for adaptable brands, able to meet their expectations in terms of easy access, transparency and interactivity. As such, the landscape is quickly being reshaped by e-commerce, a sector where brands build their increasingly attractive multi-media experiences. This is how some large and dynamic companies in

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

fashion (H&M), DIY (Dedeman) or eMag, a leader in on-line commerce, made their way to the top 15 Romanian Superbrands.

“The unilateral communication belonging to the 20<sup>th</sup> century has been replaced by what we could easily call “no place you can hide”. More and more aware of their power wielded mainly through social media, nowadays consumers have extremely high expectations as far as transparency and quality standards are concerned. It is not enough to simply be there, you have to make your brand story heard. Regardless of the activity sector, the consumer is interested in learning who you really are beyond an advertising campaign and what you can do to actually improve their quality of life. The road towards the Superbrand status always begins with gaining consumer trust, while broken promises are always sanctioned by consumers,” said Catalina Rousseau, Country Manager Superbrands Romania.

“The research conducted for this programme shows us that golden brands truly exist, and their mission is to fulfill consumers’ expectations. These are Romania’s Superbrands!” also added Raluca Costache, Superbrands Programme Coordinator in Romania.

The Superbrands organization operates in over 100 countries in the world, stimulating for over 20 years the development of local markets through specialized branding programmes and by publishing the Superbrands volumes that honour brands’ reputation, as well as the communication industry of each country.

<http://www.business-review.eu/featured/superbrands-romania-celebrates-10-years-of-evaluating-branding-culture-91374>

## Superbrands România anunță Top 15 branduri lider pentru 2015

10 Iunie 2015

PR Romania

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings



*Superbrands România a încheiat faza de jurizare și cercetare de piață, ca prima etapă în ediția 2015, aflată acum în plină derulare. Aproximativ 300 de branduri din 48 de categorii de produse și servicii s-au calificat pentru statutul de Superbrand în România, în cadrul ediției a 7-a a programului Superbrands.*

Procter & Gamble este compania care a oferit primele două branduri în topul celor 15 branduri lider în Superbrands Romania 2015. **Ariel** urcă patru locuri față de clasamentul de anul trecut și detronează **Pampers**, un alt brand reputabil al P&G, care anul acesta se clasează pe locul 2. Ariel și Pampers sunt două dintre cele 10 branduri P&G eligibile pentru Statutul de Superbrands în ediția curentă. **Banca Transilvania** este brandul românesc care se clasează anul acesta între primele cinci cele mai admirate și apreciate branduri din România, și este liderul segmentului financiar-bancar în studiul Superbrands România 2015, urmat de **BRD**, pe locul 10 în Top Superbrands Romania 2015. Dintre brandurile care și-au menținut prezența în top 15 Superbrands Romania anul acesta sunt: Mercedes-Benz, Gillette, Facebook, Dr. Oetker.

În ansamblu, topul celor 15 branduri lider în programul Superbrands pe 2015 include: **Ariel, Pampers, Mercedes-Benz, Banca Transilvania, Gillette, Facebook,**

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

**Dr. Oetker, Persil, Milka, BRD Groupe Societe Generale, BMW, H&M, Dedeman, eMAG, Coca Cola.**

Studiul Superbrands, desfășurat la nivel național cu sprijinul Ipsos, a identificat o serie de tendințe, provocări și oportunități ale pieței din România, în acest moment, printre care:

### **Schimbarea de comportament de consum în favoarea priorităților**

Comportamentul consumatorilor s-a schimbat dramatic ca urmare a recesiunii pe care o traversăm în ultimii ani, iar prioritățile de cumpărare reflectă atmosfera de incertitudine economică. Atenția este îndreptată acum spre a răspunde necesarului familiei și agendei zilnice. Menținerea în top, în ultimii ani, a brandurilor din sectorul produselor de consum, precum Ariel, Pampers, Gilette, Dr. Oetker, Persil, Milka, H&M și Coca Cola, confirmă preferința consumatorilor pentru branduri de produse de consum. Astfel, în 2015, cele mai bine reprezentate categorii economice în lista brandurilor validate de Superbrands în România sunt: produse de îngrijire personală, produse lactate, dulciuri, produse farmaceutice, electronice și electrocasnice, tehnologii, îmbrăcăminte, băuturi. Printre categoriile economice cel mai slab reprezentate în lista de branduri cu statut Superbrand sunt industria de petrol și gaze, industria ospitalieră și travel, respectiv mobilier.

### **Trendul digital schimbă peisajul de retail din România și educă românii pentru un nou tip de experiență în relația cu brandurile**

Jucătorii online se uită cu tot mai mare interes la colonizarea unor noi categorii de afaceri, astfel încât comerțul online continuă să schimbe peisajul de retail din România. Brandurile din sectorul e-commerce construiesc o nouă realitate pentru consumatorul român, oferind consumatorilor experiențe mult mai apropiate și personalizate în relația cu brandurile. Acest trend din ce în ce mai vizibil în România a propulsat în Top 15 Superbrands, branduri precum H&M prin lansarea posibilității de cumpărare online, eMag, celebrul jucător român și inițiator al Black Friday în România, sau Dedeman, devenit deja „the household name” în sectorul Do-It-Yourself din România.

### **Tradiția, la nivelul următor: inovația este miza strategică a brandurilor cu istorie**

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

Ca și în anii trecuți, studiul Superbrands certifică aprecierea românilor pentru branduri tradiționale cu excelentă reputație, branduri aspiraționale care vorbesc despre înaltă calitate și respect față de consumator. Mercedes-Benz și BMW se numără printre brandurile cu tradiție, care au înțeles și s-au adaptat perfect tendințelor economice bazate de experiența personalizată cu consumatorul. Inovația este unul dintre atributele principale pe care românii le asociază cu statutul de Superbrand în România. Atenția consumatorilor pentru inovație este exprimată în cadrul Superbrands România 2015 prin numărul crescut de branduri eligibile pentru statutul de Superbrand 2015 în România din categoriile de produsele electronice, industria auto și de înaltă tehnologie.

Rezultatele finale ale cercetării Superbrands în România reflectă opțiunile consumatorilor români pentru cele 300 de branduri eligibile pentru statutul de Superbrand în România în 2015. Rezultatele studiului confirmă faptul că românii sunt gata să susțină branduri care îi inspiră, care îi fac fericiți și le sunt alături în viața cotidiană, branduri care le conferă respect și comunicare autentică.

În linie cu această tendință, printre brandurile românești apreciate de români ca fiind Superbrands sunt: Banca Transilvania, BRD, Dedeman, eMAG, Borsec, Catena, Dona, Napolact, PRO TV, Timișoreana, Poiana, Flanco, Radio Zu. Brandurile românești reprezintă aproximativ 28% dintre brandurile validate Superbrand 2015 în România, o nouă performanță pentru creativitatea românească.

La fel ca și în ediția precedentă, studiul Superbrands 2015 aduce și o interpretare a rezultatelor din perspectiva culturală, în plus față de validarea mărcilor care se califică pentru statutul de Superbrand. Principalele dimensiuni care influențează modul în care românii percep performanța unui brand sunt: încredere, leadership, dinamism, aceste ultime două fiind specifice. Leadership-ul reprezintă principala caracteristică diferențiatoare pentru mărci, românii fiind o cultură în permanentă căutare de modele de succes, inspiraționale, iar dinamismul este elementul de noutate la nivel cultural – românii apreciind mărcile care au curajul să inoveze și să progreseze.

---

**Despre studiu:** Lista brandurilor eligibile pentru statutul de Superbrand a fost obținută în baza metodologiei internaționale Superbrands care cuprinde două etape



# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

importante. În prima etapă, Consiliul Superbrands, alcătuit din 24 de specialiști în management, marketing, comunicare și branding, a asigurat selecția calitativă a listei de branduri, evaluând 1,546 de branduri din 54 de categorii. Criteriile luate în considerare în procesul de selecție au fost calitate, încredere și diferențiere pe piață. În urma acestei selecții, 593 de branduri calificate au fost incluse în cercetarea de piață, realizată de către Superbrands România cu sprijinul Ipsos, pe un eșantion reprezentativ de 1.500 de consumatori români, la nivel urban. Lista completă a brandurilor desemnate ca eligibile pentru statutul de Superbrand în România, în 2015, va fi prezentată în cartea Superbrands pentru România, ediția a 7-a.

**Despre Superbrands:** Superbrands desfășoară în prezent programe pentru 2015 în peste 80 de piețe ale lumii printre care Australia, Austria, Brazilia, Cehia, China, Coreea, Egipt, Germania, Grecia, Guatemala, India, Iordania, Israel, Japonia, Marea Britanie, Polonia, Portugalia, Serbia, Singapore, Slovacia, Sania, SUA, Turcia, Ungaria. Organizația internațională Superbrands operează în peste 150 de țări ale lumii, stimulând în mod proactiv, de peste 20 de ani, dezvoltarea piețelor locale prin programe specializate de branding și prin publicarea volumelor Superbrands care omagiază performanța brandurilor și reputația acestora în relația cu piața, câștigând respectul și încrederea consumatorilor. Mai multe informații: <http://www.superbrands.com>

**Despre Superbrands România:** Intrată și în România în 2005, prin agenția de comunicare strategică și relații publice BDR Associates, organizația Superbrands dezvoltă programe dedicate pieței românești și culturii de branding locale. Programele derulate până acum, care includ patru ediții Consumer Superbrands (2006, 2010, 2012, 2013) și două ediții Business Superbrands (2007 și 2008), au oferit peste 200 de modele de succes în branding și comunicare. Programele Superbrands în România au reunit aproape 120 de specialiști și profesioniști în management, marketing, comunicare, branding și alte domenii. Mai mult informații despre programul Superbrands România sunt disponibile pe <http://www.superbrands.com/ro>.

**Despre BDR Associates:** Agenția de comunicare strategică și relații publice BDR Associates este afiliatul exclusiv în România al Hill + Knowlton Strategies, parte a WPP, unul dintre cele mai mari grupuri internaționale de comunicare din lume. Fondată în 1995, BDR Associates a oferit de-a lungul timpului asistență profesionistă în domeniul comunicării strategice și al relațiilor publice pentru sute de clienți, printre aceștia aflându-se importante companii multinaționale și naționale, instituții oficiale, organisme internaționale, asociații sau agenții non-guvernamentale din România sau Republica Moldova. BDR este prima agenție românească de profil care și-a deschis o

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

reprezentanță în străinătate, în Republica Moldova, în anul 2002. În 2005, BDR Associates a devenit partenerul desemnat de către Organizația Internațională Superbrands pentru implementarea programelor Superbrands în România și pentru publicarea cărților Superbrands. De asemenea, BDR este prima agenție de PR din România care a câștigat, în 2006, premiul de înaltă reputație Sabre for Best Practice in Central-Eastern Europe. Compania a dezvoltat proiecte de comunicare și pe alte piețe, precum Georgia, Serbia, Azerbaidjan și Croația. Din 2007, BDR Associates este partener al CEC Government Relations în dezvoltarea proiectelor de Public Affairs în România și în EU, asigurând asistență de înalt calibru unor mari companii internaționale în domenii precum energie, non-cash payments, fonduri globale de investiții, transport și curierat, alte domenii prioritare. BDR Associates propune o echipă de profesioniști de înaltă ținută etică, profesionalismul și integritatea fiind valorile de căpătâi ale agenției în livrarea rezultatelor măsurabile către clienții locali și internaționali.

**Despre Ipsos Research România:** Ipsos Research Romania este parte a grupului francez Ipsos - locul 3 global între companiile specializate în cercetare de marketing. Compania oferă partenerilor săi soluții complete de cercetare, bazate pe o varietate largă de metodologii. Măsurarea inovației, testarea comunicării în vederea creșterii eficienței campaniilor offline sau online, segmentarea consumatorilor dintr-o multitudine de piețe și categorii, consultanța cu privire la strategia marilor și a cumpărătorilor sunt doar câteva din serviciile pe care Ipsos Research le oferă în România. Companiile de top cărora Ipsos le acordă consultanța provin din industrii precum: FMCG, farmaceutica, financiar-bancară, telecomunicații și servicii. Mai multe detalii despre Ipsos Research Romania sunt disponibile accesând <http://www.ipsos.com.ro>

<http://www.pr-romania.ro/news/pr-news-tendinte-si-cercetari/1911-superbrands-romania-anunta-top-15-branduri-lider-pentru-2015-la-incheierea-fazei-de-jurizare-si-cercetare-de-piata-din-cadrul-actualei-editii.html>

## Gerovital wins Superbrand 2015 award at Tribute

### Superbrands Gala

By [nineoclock](#)  
February 4, 2016

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings



In the assessment of Superbrands Romania, Gerovital was the Superbrand of 2015. With a history of over 40 years, Gerovital is the first anti-ageing product in the world, and one of the best-known Romanian brands at national and international levels.

“We are honoured by this new recognition conferred to Gerovital, a traditional Romanian brand that has had extraordinary results over the years. Considering the three criteria taken into account by the Superbrands experts – quality, confidence and market differentiation – this distinction confirms once again that we continue to top the preferences of consumers, who appreciate the innovations brought by our products over the years. We take this opportunity to thank the clients who choose our products every day and we invite them to remain by our side. We promise that we will continue to develop personal care solutions that would always meet their

# Superbrands

## Media Coverage

<b>Country</b>	<b>Date</b>	<b>Publication</b>
Romania	2015	Press Clippings

requirements,” Ioana Borza (photo), Marketing Manager of Farmec SA Cluj Napoca, the manufacturer of Gerovital, stated.

The Superbrands assessment takes place every year, being carried out by experts in order to offer recognition to the brands that have exceptional results. Superbrands analyses approximately 1,500 Romanian and foreign brands that are present on the Romanian market, covering 50 domains of activity. Superbrands is the only independent survey conducted in Romania that brings together specialists (the Superbrands Council) and end consumers, who jointly validate Romania’s Superbrands.

The results of the survey confirm the success that the Gerovital brand enjoys both in Romania and in the more than 30 international markets to which it is exported. Gerovital closed 2015 with a 24.6 market share on the face care market, according to the Nielsen January-December 2015 report. Likewise, Gerovital has a market share of 31.2 per cent on the hair care market. Farmec SA Cluj-Napoca, the biggest Romanian producer of cosmetic products, is a flagship Romanian brand, its portfolio impressing the whole world with always up-to-date and modern products conceived in high-tech laboratories. The company’s manufacturing processes are internationally certified and the company exports products from its portfolio to over 30 countries.

<http://www.nineoclock.ro/gerovital-wins-superbrand-2015-award-at-tribute-superbrands-gala/>

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

## The Gerovital brand has been awarded the title of Superbrand 2015 at the Tribute Superbrands gala

January 29th 2016

In the evaluation performed by Superbrands Romania, Gerovital is given the title of SUPERBRAND 2015. With more than 40 years of tradition, Gerovital is the first anti-aging product in the world, being amongst the most recognized Romanian brands, internationally and nationally.

“We are honoured by this new recognition received by Gerovital, a traditional Romanian brand, with outstanding performance over the years. Considering the three criteria that the Superbrands experts took into consideration, which are quality, trust and differentiation on the market, this award once again confirms that we are at the top of consumer preference, consumers who appreciate the innovation our products brought over the years. We would like to thank our customers, who continue to choose our products, and we invite them to join us in the future as well. We promise to continue to develop care solutions that will always meet their needs”, said Ioana Borza, Marketing Manager for Farmec.

Every year, the Superbrands evaluation is performed by experts in the field, in order to recognize the outstanding brands. Superbrands looks at over 1.500 brands, Romanian or foreign, present on the Romanian market, spanning over 50 business areas. Superbrands is the only independent study performed in Romania, which brings together both professional opinions (Superbrands council) as well as the end consumers', which validate Romania's Superbrands.

The result of the study confirms the success that Gerovital is enjoying in Romania, as well as in the more than 30 international markets in which it exports. Gerovital ended the year 2015 with a value market share of its segment of 24.6%\*, according to the Nielsen report in January-December of the previous year. Also, Gerovital owns a share of the market of 31.2%\* on hair care products category.

About Farmec SA Cluj-Napoca

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

Farmec SA Cluj-Napoca, the largest Romanian cosmetic products manufacturer, is an emblem for Romania, with a portfolio that impresses through products that are always current and modern, designed in advanced laboratories. The company is recognized internationally for its manufacturing processes and it markets the products in its portfolio in more than 30 countries.

<https://www.farmec.eu/press/press-releases/the-gerovital-brand-has-been-awarded-the-title-of-superbrand-2015-at-the-tribute-superbrands-gala--1859.html>

## **Banca Transilvania, printre cele mai admirate si apreciate branduri, conform Superbrands 2015**

COMUNICAT DE PRESA 2015-06-10



Banca Transilvania se numara **printre primele 5 cele mai admirate si apreciate branduri din Romania si este liderul segmentului financiar-bancar** in cadrul studiului Superbrands Romania 2015. De asemenea, **este pe prima pozitie ca brand romanesc in topul celor 15 branduri - lider, care include urmatoarele marci:** Ariel, Pampers, Mercedes-Benz, Banca Transilvania, Gillette, Facebook, Dr. Oetker, Persil, Milka, BRD Groupe Societe Generale, BMW, H&M, Dedeman, eMAG si Coca-Cola.

Brandurile romanesti apreciate de romani ca fiind Superbrands sunt urmatoarele: Banca Transilvania, BRD, Dedeman, eMAG, Borsec, Catena, Dona, Napolact, PRO TV, Timișoreana, Poiana, Flanco si Radio Zu. Brandurile reprezinta aproximativ 28% dintre brandurile considerate Superbrands 2015 in Romania.

Conform studiului, principalele dimensiuni care influenteaza modul in care este perceputa performanta unui brand sunt urmatoarele: incredere, leadership si dinamism. Leadership-ul este principala caracteristica diferentiatoare pentru marci, insemnand cautarea modelelor de succes, inspirationale, iar

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

dinamismul este elementul de noutate la nivel cultural – romanii apreciind brandurile care au curajul sa inoveze si sa progreseze.

### Detalii, rezultate studiu Superbrands:

- aproximativ 300 de branduri din 48 de categorii de produse si servicii s-au calificat pentru statutul de Superbrand Romania
- romanii apreciaza brandurile traditionale cu reputatie pozitiva, de calitate si cu respect fata de comunitate
- romanii sustin branduri care ii inspira, care le sunt alaturi in viata de zi cu zi, care le arata respect si comunicare autentica

Brandurile eligibile pentru statutul de Superbrand au fost stabilite pe baza metodologiei internationale Superbrands, care cuprinde doua etape: in prima etapa, Consiliul Superbrands, format din 24 de specialisti in management, marketing, comunicare si branding a asigurat selectia calitativa, prin evaluarea a 1.546 de branduri din 54 de categorii. Criteriile luate in considerare in procesul de selectie au fost calitate, incredere si diferentiere pe piata. In urma acestei etape, 593 de branduri calificate au fost incluse in cercetarea de piata, care a constituit urmatorul pas. Studiul a fost realizat de Superbrands Romania, cu sprijinul Ipsos, pe un esantion reprezentativ, de 1.500 de romani, la nivel urban.

Superbrands desfasoara programe in peste 80 de piete ale lumii, printre care: Australia, Austria, Brazilia, Cehia, China, Coreea, Egipt, Germania, Grecia, Guatemala, India, Iordania, Israel, Japonia, Marea Britanie, Polonia, Portugalia, Serbia, Singapore, Slovacia, Spania, SUA, Turcia, Ungaria. Organizatia Internationala Superbrands are activitate in peste 150 de tari, stimuland, de peste 20 de ani, dezvoltarea pietelor locale prin programe specializate de branding si prin publicarea volumelor Superbrands, volume care pun in valoare performanta brandurilor si reputatia acestora in relatie cu piata.

<https://www.bancatransilvania.ro/bt-social-media-newsroom/stiri/banca-transilvania-printre-cele-mai-admirate-si-apreciate-branduri-conform-superbrands-2015/>

## Superbrands România anunță 10 ani de activitate neîntreruptă în evaluarea culturii de branding

Firme | 9 Noiembrie 2015

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings



Superbrands România aniversează un deceniu de existență, moment marcat printr-o ediție aniversară și un nou website ce promite o experiență digitală interactivă – [www.superbrands-romania.com](http://www.superbrands-romania.com) În 2005, organizația Superbrands a intrat în România prin selectarea agenției de comunicare strategică BDR Associates în calitate de partener exclusiv la nivel local. Superbrands este autoritatea recunoscută internațional ca arbitru independent care evaluează și oferă distincții brand-urilor de succes. Statutul de „Superbrand” acordat de către Organizația Superbrands adaugă forță și prestigiu unui brand și îl diferențiază de competitorii săi. În cifre, 10 ani de Superbrands România înseamnă 5 ediții Consumer Superbrands și 2 ediții Business Superbrands, 250 de povești de succes spuse de brand-uri în cadrul cărții-emblemă a proiectului și 96 de specialiști de top, din domenii diverse, ce au avut statutul de membri în cadrul consiliului voluntar. În ultimii 5 ani, în cadrul Programului Consumer Superbrands, primele 5 categorii care au generat cele mai multe branduri cu statut de Superbrand au fost echipamentele electrice și electronice, produsele alimentare, sectorul auto, produsele de îngrijire personală și produsele de uz casnic, la polul opus aflându-se serviciile medicale și clinicile medicale private, companiile de decorațiuni și mobilier, agențiile de turism, industria de petrol și gaze și cosmeticele. În același interval de timp, #1 Superbrand a provenit din categorii complet diferite, de la tehnologie (Google – 2010-2011), ape minerale (Borsec – 2011-2012), produse pentru copii (Pampers – 2013-2014) și produse de uz casnic (Ariel – 2015-2016). Trecerea de la tehnologie către produsele de uz casnic evidențiază faptul că, pentru consumatorii români, asigurarea necesarului familiei a devenit o prioritate, în contextul unui climat economic dificil, hobby-urile sau redecorarea locuinței fiind puse în plan secund. Printre cele mai consecvente brand-uri care și-au menținut statutul de Superbrand în România și prezența în Cartea Superbrands se numără DHL, Orange BCR J.W. Marriott, Avon, Coca Cola, Sensiblu, Germanos, Raiffeisen Bank și Borsec. În privința consecvenței brand-urilor în top 15, clasamentul este condus de producătorii germani de autoturisme BMW și Mercedes Benz (3 ediții) și Ariel, Pampers și Gillette (2 ediții). Performanțele obținute de aceste companii dovedesc ambiția de a se reinventa și adapta la noile standarde, o viziune sustenabilă pentru viitor și, nu în



# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

ultimul rând, o politică de comunicare definită de transparență și promisiuni împlinite în raport cu consumatorul.

Programul Superbrands oferă, de asemenea, o analiză mai profundă în evoluția perspectivei culturale prin intermediul cercetării de piață. Restructurarea piramidei valorice și interesul tot mai crescut al consumatorilor față de brand-urile românești sunt reflectate în numărul companiilor cu statut Superbrand. În ultimii 10 ani, ponderea brand-urile autohtone validate Superbrands a crescut de la 20% la 30%, cea mai înaltă prezență fiind înregistrată în ediția 2015, cu 84 de brand-uri românești validate Superbrand, respectiv 29%, comparativ cu 20% în perioada 2013-2014. Printre brand-urile apreciate și admirate de către consumatorii români se numără Borsec, Catena, Gerovital, Mobexpert și Medlife.

Reorientarea este vizibilă și în clasamentul brand-urilor cu cel mai înalt nivel de awareness și reputație. Dacă în 2007 acestea proveneau din industria de telecomunicații, respectiv Orange și Vodafone, în 2015 câștigătorul absolut a fost compania Renault.

Excelență în România și nu numai

În semn de apreciere față de companiile prezente pe piața din Republica Moldova ce împărtășesc valorile programului, cărțile Superbrands au făcut cunoscută viziunea unor brand-uri cu statut de invitat (Guest Brands) precum Purcari și Orhei Vit, ambele confirmându-și statutul de modele în branding-ul de cea mai bună calitate.

Emoție și accesibilitate

Digitalizarea și diversitatea surselor de informație a determinat consumatorii români să se îndrepte către brand-uri adaptabile, care știu să le întrunească așteptările privind facilitatea, transparența și rapiditatea interacțiunii. Astfel, peisajul începe să fie remodelat de e-commerce, un domeniu în care brand-urile își construiesc experiențe multi-media din ce în ce mai atractive. Așa se explică ascensiunea în primele 15 poziții în clasamentul Superbrands a unor companii mari și dinamice din zona de fashion (H&M), bricolaj (Dedeman), sau eMag, lider în comerțul online.

Promisiunile neîndeplinite sunt întotdeauna sancționate de către consumatori

«Comunicarea unilaterală specifică secolului XX a fost înlocuită de ceea ce am putea cu ușurință denumi "no place you can hide". Din ce în ce mai conștienți de puterea pe care o au, exercitată în special prin intermediul rețelelor de socializare, consumatorii de astăzi au așteptări extrem de ridicate în ceea ce privește transparența și standardele de calitate. Nu este suficient doar să fii acolo, trebuie să știi cum să îți faci cunoscută povestea de brand. Indiferent de domeniul în care activezi, consumatorul vrea să știe cine ești cu adevărat, dincolo de reclamă și ce îți poți oferi concret pentru calitatea vieții sale. Drumul către statutul de Superbrand începe prin câștigarea încrederii consumatorilor, iar promisiunile neîndeplinite sunt mereu sancționate de consumatori» a spus Cătălina Rousseau, Country Manager pentru Superbrands România.

«Cercetarea din cadrul programului ne arată că există într-adevăr brand-uri de aur, a căror misiune este îndeplinirea așteptărilor consumatorilor. Acestea sunt Superbrand-urile României», confirmă Raluca Costache, Superbrands Programme Coordinator în România.

Viziunea brandurilor care au primit statutul de Superbrand este cuprinsă în paginile cărții Superbrands, ediția curentă urmând să fie publicată la începutul anului viitor. Juriul din 2015 reunește 25 de specialiști în marketing, comunicare, on-line, jurnalism dar și oameni de afaceri de succes, cu o vastă experiență în branding. Descoperiți cine sunt aceștia și care sunt top 15 Superbrands din România în 2015 pe [www.superbrands-romania.com](http://www.superbrands-romania.com).

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

Organizația Superbrands operează în peste 100 de țări ale lumii, stimulând în mod proactiv, de peste 20 ani, dezvoltarea piețelor locale prin programe specializate de branding și prin publicarea volumelor Superbrands care omagiază reputația brandurilor, precum și industria comunicării din fiecare țară.

<http://www.agora.ro/stire/superbrands-romania-anun-a-10-ani-de-activitate-neintrerupta-evaluarea-culturii-de-branding>

## Cum arată top 15 branduri lider în Superbrands România 2015

By [Mirela Gruia](#) | iunie 11th, 2015 | [Alături de comunitate](#), [Despre eMAG](#), [Noutati si inspiratie](#), [Stiri si lansari](#)

Superbrands România a prezentat rezultatele cercetării anuale de piață, confirmând ideea că românii sunt gata să susțină branduri care îi inspiră, care îi fac fericiți și le sunt alături în viața de zi cu zi. Așa cum și eMAG reușește, situându-se chiar în top 15 lideri, după cum vei vedea în următoarele rânduri :-)!

Iată topul celor 15 branduri lider între mărcile ce fac parte din Superbrands 2015: Ariel, Pampers, Mercedes-Benz, Banca Transilvania, Gillette, Facebook, Dr. Oetker, Persil, Milka, BRD Groupe Societe Generale, BMW, H&M, Dedeman, eMAG, Coca Cola.

Rezultatul frumos pe care l-am înregistrat este consecutiv unor etape de selecție și jurizare care au avut startul în luna februarie a acestui an, când Superbrands România a lansat ediția a 7-a a Programului Superbrands. Acesta este un format care evaluează performanța brandurilor de produse și servicii care se adresează direct segmentului consumatorului final, atât din perspectiva profesioniștilor, cât și a consumatorilor.

După o primă selecție riguroasă, câteva sute de branduri din 48 de categorii de servicii și produse s-au înscris ca eligibile pentru statutul de Superbrand în România în 2015. Analiza acestor branduri, precum și a celor care se află în eșalonul de 15

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Romania	2015	Press Clippings

branduri lider, dintre care face parte și eMAG, a dezvăluit câteva tendințe interesante:

- Ne-am schimbat mult comportamentul de consum – punem pe primul plan prioritățile tip coșul de cumpărături pentru familie și agenda zilnică de activitate. În acest sens, s-au menținut în top: Ariel, Pampers, Gillette, Dr. Oetker, Persil, Milka, H&M și Coca Cola, deci branduri de consum;
- Din punct de vedere al industriilor, cele mai multe dintre brandurile validate ca Superbrands vin din “zonele”: îngrijire personală, produse lactate, dulciuri, produse farmaceutice, electronice și electrocasnice, tehnologii, îmbrăcăminte, băuturi;
- Categoriile economice cu cea mai slabă reprezentare în lista de Superbranduri sunt: industria de petrol și gaze, industria ospitalieră și travel, respectiv mobilier;
- Folosind oportunitățile digitalului, brandurile din sectorul e-commerce oferă tot mai multe și mai interesante experiențe decât retailul clasic, mai ales în ceea ce privește posibilitatea de interacțiune personalizată cu consumatorul român – aici s-au evidențiat brandurile H&M, eMAG și Dedeman;
- Tradiția joacă un tot atât de important rol ca și în anii trecuți, inclusiv din punct de vedere al abordării comunicării – de exemplu, Mercedes și BMW sunt branduri care au înțeles și s-au adaptat la tendințele economice bazate pe experiența personalizată cu consumatorul;
- Inovația este “vânată” și considerată un criteriu după care se poate aprecia un brand ca fiind Superbrand, românii apreciind mărcile care au curaj să inoveze și să creeze astfel mai incisiv traiectorii spre progres;
- Alături de inovație, leadershipul și dinamismul sunt alte două criterii importante care urcă anumite branduri în topul preferințelor și încrederii românilor;
- Brandurile românești reprezintă aproximativ 28% dintre brandurile validate Superbrand 2015 în România, o nouă performanță pentru creativitatea românească: Banca Transilvania, BRD, Dedeman, eMAG, Borsec, Catena, Dona, Napolact, PRO TV, Timișoreana, Poiana, Flanco, Radio Zu.

# Superbrands

## Media Coverage

<b>Country</b>	<b>Date</b>	<b>Publication</b>
Romania	2015	Press Clippings

*Notă despre studiul Superbrands, desfășurat la nivel național cu sprijinul Ipsos:*

Lista brandurilor eligibile pentru statutul de Superbrand a fost obținută în baza metodologiei internaționale Superbrands care cuprinde două etape importante. În prima etapă, Consiliul Superbrands, alcătuit din 24 de specialiști în management, marketing, comunicare și branding, a asigurat selecția calitativă a listei de branduri, evaluând 1,546 de branduri din 54 de categorii.

Criteriile luate în considerare în procesul de selecție au fost calitate, încredere și diferențiere pe piață. În urma acestei selecții, 593 de branduri calificate au fost incluse în cercetarea de piață, realizată de către Superbrands România cu sprijinul Ipsos, pe un eșantion reprezentativ de 1.500 de consumatori români, la nivel urban.

<http://blog.emag.ro/2015/06/cum-arata-top-15-branduri-lider-in-superbrands-romania-2015/>