

Superbrands 2008

Autor: Małgorzata Adamkiewicz <redakcja@pro-kreacja.com>

24 kwietnia 2008 roku w warszawskim hotelu Sheraton odbyła się uroczysta gala finałowa projektów Superbrands i Business Superbrands 2008. Już po raz trzeci statuetkami Superbrands nagrodzono najsilniejsze polskie marki.

Tak, jak w latach poprzednich, organizatorzy przewidzieli nagrodę honorową. Tym razem została ona wręczona Prezydentowi Lechowi Wałęsie - najsilniejszej polskiej marce na świecie. W części oficjalnej odbyło się wręczenie statuetek 78 markom konsumenckim i biznesowym, uczestnikom tegorocznej edycji programu Superbrands. Są to:

Superbrands:

APART, Atlas, AVON, Bols, Bosch, Centrum Wina, Dr Irena Eris, Dulux, Durex, Ecco, ELLE, Gadu-Gadu, Grycan, Heineken, Hexeline, Jaguar, J.W. Construction, Land Rover, Lavazza, Lay's, Lindt, L'ORÉAL PARIS, MaxMara, McDonald's, Mercedes-Benz, Metaxa, Moët & Chandon, Motorola, Multikino, neostrada tp, Nike, NIVEA, Onet.pl, Orange, Orlen, Panorama Firm, Perrier, Plus, Polityka, Radio PiN, Radio ZET, ROLEX, Scan Holiday, Scholl, Siemens, SIMPLE, Simplus, TUI, TVN, TVN Style, TVP, Tyskie, VIVA!, W.KRUK, Żubrówka, Żywiec.

Business Superbrands:

3M, Accenture, Amplico AIG Life, Ciech, Cityboard Media, Hotel SPA Dr Irena Eris, House of Skills, Kredyt Bank, Korn/Ferry International, Lotos, Netia, PGNiG, Pioneer Pekao TFI, Polpharma, Raiffeisen Bank, Restauracja BELVEDERE, RWE STOEN, Tele-Fonika Kable, TUIR Warta, TVN 24, Viessmann, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego.

W części artystycznej wieczoru wystąpiła Justyna Steczkowska oraz Brian Allan z zespołem October.

Partnerami programu Superbrands byli: IAA, BAV Consulting Young & Rubicam Brands, Harvard Business Review Polska, Stratosfera.

Pomysłodawcą programu SUPERBRANDS jest światowa organizacja The Superbrands Ltd. z siedzibą w Londynie, działająca od ponad 13 lat w 80 krajach. Superbrands to organizacja, która ma za zadanie promować i nagradzać silne marki na poszczególnych rynkach lokalnych oraz rozpowszechniać ideę "brandingu" poprzez wydawanie albumów przedstawiających opis sukcesu (studium przypadku) najmocniejszych na danym rynku marek. W Polsce realizowane są trzy programy organizowane przez agencję New Communications na zlecenie The Superbrands Ltd. Są to: Superbrands, CoolBrands oraz Business Superbrands. W każdym z projektów marki wyłaniane są w kilku etapach - przede wszystkim przez Radę Marek, ale także z udziałem głosu konsumentów. We wszystkich programach organizowanych tak w Polsce jak i na całym świecie tytuł przyznawany jest bezpłatnie.