

Trei marci românești se regasesc în Top 10 al brandurilor preferate de către români, în 2024 (raport)

Trei marci românești se afla în topul celor mai importante zece branduri preferate de către români, la categoria bunurilor de larg consum (FMCG), arata datele incluse în Raportul CPS GfK Brand Footprint Europa 2024, publicat miercuri.

Potrivit cercetării de specialitate, pe podiumul clasamentului din acest an se afla Coca-Cola, Pepsi și Dr. Oetker iar între cele zece poziții ale ierarhiei se regasesc și trei marci "Made in Romania", respectiv Borsec (locul 5), Boromir (6) și Zuzu (10).

Analiza mai arata faptul ca jumătate dintre marcele din Top 10 au reușit să-și mărească baza de cumparatori în ultimul an și, prin urmare, valoarea indicatorului CRP (Consumer Reach Points) a crescut. Este vorba despre Pepsi, Dr. Oetker, Chio, Borsec și Boromir. Acesta din urmă este singurul brand nou intrat între primele zece locuri, în ediția 2024 a raportului citat.

De asemenea, Roshen - cea mai mare marca de ciocolata din Ucraina - a înregistrat cea mai rapidă creștere a acoperirii pieței din Top 100 branduri FMCG din România, acesta fiind "Most Rapid Growth Brand", în acest an.

Raportul Brand Footprint Europe face parte din seria Global Brand Footprint, în parteneriat cu Kantar Worldpanel. Datele sunt colectate din 21 de țări europene și au analizat peste 20.600 de marci FMCG (marcele private ale retailerilor nu sunt incluse). Indicatorul Consumer Reach Points (Puncte de Contact cu Consumatorul) - CRP se calculează prin înmulțirea a trei cifre: populația gospodăriilor dintr-o țară, penetrarea (procentul de gospodării care cumpără brandul X) și alegerea consumatorului (cât de des este cumpărat brandul X). Alimentele proaspete fără cod de bare (de exemplu, fructele și legumele), bateriile și hrana pentru animale de companie nu sunt incluse în analiza.

Panelul de consumatori GfK este activ pe piața românească de cercetare de peste 25 de ani. Consumer Panel Services GfK ajută cele mai recunoscute marci de bunuri de larg consum și retail din lume să planifice, să urmărească și să-și activeze strategiile de produse, promovare și retail cu agilitate, viteză și certitudine totală.

Potrivit sursei citate, în urma achiziției CPS GfK de către YouGov, în ianuarie 2024, raportul Brand Footprint Europe din acest an include pentru prima dată date de la YouGov BrandIndex, instrumentul zilnic de urmărire a brandurilor și concurenților oferit de YouGov. Datele combinate de la YouGov și CPS GfK valorifică expertiza ambelor companii pentru a oferi o perspectivă cuprinzătoare asupra motivațiilor și preferințelor care stau la baza acțiunilor consumatorilor.

Prin preluarea CPS GfK, YouGov își extinde oferta de servicii în sectorul european al bunurilor de larg consum și al comerțului cu amănuntul.