

SPOROČILO ZA MEDIJE

VALICON »TOP25 REGIONAL BRANDS 2016«

Coca-Cola je nova vodilna znamka na lestvici »VALICON TOP25 REGIONAL BRANDS« v jadranski regiji! Po drugi strani pa so regionalne znamke v letu 2016 že skoraj ujele globalne znamke v zastopanosti na lestvici »VALICON TOP25 REGIONAL BRANDS«.

Coca-Cola je zamenjala položaj z nekdanjo vodilno znamko Milka, ki je zdaj druga na lestivici najmočnejših znamk široke potrošnje. Tretje mesto pripada Cedevidi, ki je zamenjala svoj položaj z Vegeto, glede na lanskoletno uvrstitev. Chipsy čips, Kiki bonboni in Sprite brezalkoholne pijače so novinci v TOP25 ravnstitev. Navečji skok na lestvici je uspel znamkama Chipsy (13 mest) in Colgate (10 mest).

Med najbolj izstopajočimi zgodbami iz leta 2016 omenimo:

- **Coca-Cola je prevzela prvo mesto po dolгих letih »vladanja« Milke na tem položaju.** Zanimivo pa se Coca-Cola ne pojavlja kot številka ena niti na enem od petih trgov, ki tvorijo TOP25 razvrstitev. Je pa zato na drugem mestu na vseh trgih, razen v Makedoniji, kjer je tretja.
- **Chipsy**, kot izvorno srbska znamka čipsov, je izboljšala svoj položaj v Sloveniji in na Hrvaškem, zato krepi svoj regionalni uspeh. Rezultat je **največji skok med vsemi izmerjenimi znamkami** iz položaja šte. 26, na položaj šte. 13.
- **Še eni znamki je uspel velik skok in sicer Colgate zobni pasti.** Lani še na 21. mestu, letos že skoraj med deseterico najmočnejših, na 11. mestu.
- **Skoraj polovico TOP25 znamk predstavljajo znamke regionalnega izvora.** Lani je bil rezultat 15:10 za globalne znamke, letos je rezultat že precej bolj izenačen in sicer 13:12 za globalne znamke.

»TOP25 REGIONAL BRANDS« V SLIKI



Med znamkami na položajih od 3. do 9. so razlike zelo majhne. To je pomembno, če govorimo o "padcu" ali "rasti" določene znamke znotraj tega kroga. Že naslednje leto se razmerja med znamkami v tem krogu lahko spremenijo.

Če vzamemo pod drobnogled posamezne trge, ki tvorijo regionalno razvrstitev, so vse lokalno vodilne znamke ohranile svoj položaj. Argeta je edina znamka, ki je na prvem mestu na dveh trgih hkrati. Regionalne in lokalne znamke so še vedno zelo močne v vsaki od petih držav - med prvih deset znamk v posamezni državi obstajata le dve (Slovenija, Hrvaška in Srbija) oziroma tri (Bosna in Hercegovina) globalne znamke, z izjemo Makedonije, kjer je takšnih pet.

Spodaj še nekaj najbolj zanimivih zgodb leta 2016, po državah:

- SLOVENIJA. Donat Mg je vstopil v top 10 v Sloveniji. To je prvič, da se je v katerikoli državi v top 10 razvrstitev uvrstila t.i. premium znamka, kar Donat Mg v kategoriji mineralnih vod dejansko je. Barcaffé sicer ostaja številka ena v Sloveniji.

Čeprav je na lestvici v Sloveniji le en novinec, Donat Mg na desetem mestu, pa so se posamezne uvrstitve precej premešale. Največji skok je uspel Cedeviti, iz devetega na tretje mesto, ter Fructalu, iz osmega na četrto - lastniki iz Srbije

torej vračajo nekoč eno od najbolj uspešnih in hkrati uglednih slovenskih znamk pod sam vrh lestvice najmočnejših znamk široke potrošnje v Sloveniji.

Sedem od desetih znamk na lestvici top 10 je izvorno slovenskih, ena je hrvaška in dve globalni. Slovenija je med vsemi državami edina, ki ima med prvih deset znamk uvrščeni dve znamki mineralnih vod, Radensko in Donat Mg.

- HRVAŠKA. Jana ostaja vodilna na hrvaškem trgu kot edina znamka ustekleničene vode, ki je hkrati zastopana tudi v razvrstitvi TOP25 regionalnih znamk. Domačica je novinec med top 10.
- SRBIJA. Moja Kravica je edina znamka v regiji, ki je v kateri od lokalnih top 10 razvrstitev zastopana z dvema kategorijama. Tako Moja Kravica mleko kot Moja Kravica jogurt sta med top 10 v Srbiji.
- BOSNA IN HERCEGOVINA. Dve regionalni znamki sta vstopili v top 10 razvrstitev Chipsy in Pardon. Argeta ostaja lokalni vodja.
- MAKEDONIJA. Eden izmed najbolj opaznih skokov v top 10 razvrstitev, glede na vseh pet lokalnih razvrstitev, je uspel Colgate zobni pasti, v tej državi se je uvrstila na visoko četrto mesto.

»TOP10 COUNTRY BRANDS« V SLIKI



»TOP25 REGIONAL BRANDS« IN VALICON

»TOP25 regional brands« je neodvisna razvrstitev znamk široke potrošnje v jadranski regiji, ki temelji na tržni raziskavi in vključuje pet trgov: Slovenija, Hrvaška, Srbija, Bosna in Hercegovina in Makedonija. Prva lestvica je bila objavljena leta 2012.

Valicon je ena od največjih družb za trženjsko svetovanje in raziskave v regiji. Izvorno slovensko podjetje je postalo regionalno v letu 2005. Valicon pisarne je mogoče najti v Ljubljani, Zagrebu, Sarajevu in Beogradu.

»TOP25 REGIONAL BRANDS« METODOLOGIJA

Merilo za uvrstitev na lestvico je **moč znamke**. Moč znamke se izračuna na podlagi prepoznavnosti, izkušnje in uporabe znamke v posamezni kategoriji. Rezultati so uteženi s številom prebivalcev posamezne države.

Razvrstitev temelji na reprezentativni anketni raziskavi, izvedeni v petih največjih regionalnih trgih Srbije, Hrvaške, Bosne in Hercegovine, Makedonije in Slovenije.

Metodologija ankete: izvedba v septembru in oktobru 2016; n = 1000-1500 na državo; reprezentativni vzorec glede na spol, starost, izobrazbo in regijo, za populacijo 15-65 let; kombinacija osebnega računalniško podprtega in spletnega anketiranja.

KONTAKTI

Za splošne informacije o razvrstitvi in raziskavi "Valicon TOP25 regional brands" se prosim obrnite na Ano Pipuš, ana.pipus@valicon.net.

Za komentar ali izjavo prosim pišite na pr@valicon.net.

Jutri vas vabimo, da se vključite v prenos v živo na povezavi: <http://live.valicon.net/>, kjer boste lahko našima strokovnjakoma Zenelu Batagelju in Kristijanu Gregoriču postavili tudi svoja vprašanja.