

Cosa hanno in comune BMW, Disney, Lamborghini, Nutella e Brembo? Sono tutti dei Superbrands, vale a dire dei Brand che hanno ottenuto valori di eccellenza nei drivers fondamentali che una marca deve possedere per essere giudicata “super” secondo una ricerca ad hoc condotta congiuntamente da Astraea e Demoskopea.

I brand entrati a far parte del “Superbrands Club 2015” sono stati selezionati dal Superbrands Council con la collaborazione di Astarea e Demoskopea sulla base di tre indici di merito: Quality, Reliability e Distinctiveness.

Il “Club dei Superbrands” è composto da marche consapevoli dell’impegno che si sono prese nel distinguersi per la loro qualità, affidabilità e rilevanza e per il coraggio di mettere il valore del brand al centro di tutto ciò che fanno: dai loro racconti c’è molto da imparare per tutti coloro che affrontano quotidianamente le nuove sfide del marketing e della comunicazione.