**WIŚNIOWSKI w elitarnym gronie Superbrands 2024 – kolejny sukces w jubileuszowym roku!**

**Superbrands wyłoniło najsilniejsze marki na polskim rynku już po raz 18. Pośród znanych brandów takich jak: Rossmann, Onet, Apart, Thermomix czy Velvet znalazła się marka WIŚNIOWSKI. Laureatką nagrody honorowej, przyznawanej za szczególne zasługi dla promocji pozytywnego wizerunku Polski w świecie, została w tym roku Iga Świątek.**

– *Silne marki to takie, z których wyrazistą filozofią chcemy się identyfikować; których komunikacja marketingowa do nas przemawia – bawi nas, wzrusza, przekonuje; które sprawiają, że czujemy się częścią podobnie myślącej i czującej społeczności. Budowa takiej marki to ciężka, wieloletnia praca. Warto ją nagradzać* – wyjaśnia Nina Kowalewska-Motlik, CEO New Communications, wyłącznego przedstawiciela Superbrands Ltd. na Polskę.

O przyznaniu tytułu Superbrands 2024 dla marki WIŚNIOWSKI zdecydowały wyniki niezależnego badania konsumenckiego, w którym udział wzięło 3,5 tysiąca osób. Badanie przeprowadził instytut ARC Rynek i Opinia, analizując 3000 marek w ponad 100 kategoriach. W drugim etapie oceny dokonali członkowie Rady Marek – 40-osobowego grona doradczego, złożonego z ekspertów w dziedzinach brandingu, marketingu, badań, strategii, reklamy i PR.

Ostateczny wynik jest wypadkową wyboru konsumentów i ekspertów, którzy zgodnie uznali, że marka WIŚNIOWSKI „osiągnęła najlepszą reputację w swojej dziedzinie; oferuje użytkownikom znaczące emocjonalne lub fizyczne korzyści, których pragną i które rozpoznają, a korzyści te stanowią o jej przewadze nad markami konkurencyjnymi”.

– *Rozpoznawalna marka to coś więcej niż logo czy hasło – to spójna opowieść, która odpowiada na realne potrzeby ludzi i staje się integralną częścią ich codzienności. Od 35 lat tworzymy nie tylko niezawodne produkty, ale przede wszystkim emocjonalną więź z naszymi klientami – opartą na zaufaniu, jakości i wspólnej wizji bezpieczeństwa oraz komfortu. Tytuł Superbrands 2024 to uznanie dla konsekwentnie realizowanej strategii wizerunkowej marki WIŚNIOWSKI* – podsumowuje Monika Młynarczyk, dyrektor marketingu WIŚNIOWSKI.

Superbrands jest niezależną organizacją, od 30 lat promującą ideę brandingu. Swój początek wzięła od nadawanej na antenie radia GLR (obecnie: BBC London) audycji, poświęconej markom i ich roli w życiu konsumentów. Dziś projekt jest obecny w 90 krajach – w Polsce od 2005 roku.

**Media contact:**

**Magda Strzykalska**

**PR Specialist**

[m.strzykalska@wisniowski.pl](http://shesays.biuroprasowe.pl/word/?hash=3586094a630de549e330a28b523bce56&id=210217&typ=eprmailto:m.strzykalska@wisniowski.pl)

**+48 881 986 362**