**Biedronka podwójną Supermarką**

**Marka Biedronka została w tym roku podwójnym laureatem Superbrands. Już po raz czwarty otrzymała prestiżową nagrodę Superbrands w kategorii Zakupy, przyznawaną najsilniejszym wizerunkowo brandom i znalazła się także w gronie przyznanego po raz pierwszy tytułu dla marek stworzonych w Polsce Superbrands Created in Poland.**

W tegorocznej VII edycji programu Superbrands na liście marek przedstawionych do oceny znalazło się blisko 1900 brandów konsumenckich w 30 kategoriach, które następnie przeszły dwuetapowy Proces Certyfikacji. Składał się on z badania konsumenckiego, przeprowadzonego we wrześniu 2012 roku na próbie 15 000 respondentów oraz oceny ekspertów Rady Marek. W 2013 roku po raz pierwszy postanowiono oddzielnie wyróżnić marki stworzone w Polsce, nadając im tytuł Superbrands Created in Poland. Na potrzeby nowej inicjatywy za polskie uznano te marki, które zostały stworzone w Polsce – bez względu na kapitał obecnego właściciela, nazwę, czy miejsce produkcji. Następnie, w oparciu o badanie konsumenckie, wyróżniono te spośród polskich marek, które otrzymały najwyższe noty. Kryteriami branymi pod uwagę w badaniu były znajomość marki oraz deklarowana skłonność do ich polecenia.

Szczególnie cenimy nagrody przyznawane przez Klientów. Tak jest w przypadku Suberbrands, gdzie obok ekspertów wypowiadają się konsumenci. Ich satysfakcję i uznanie wyrażają również liczby. Każdego dnia 3,5 mln Klientów odwiedza Biedronkę, zaś w ubiegłym roku odnotowaliśmy ponad miliard odwiedzin. Według badań ponad 73 proc. Polaków dokonuje zakupów w Biedronce każdego miesiąca, zaś znajomość marki deklaruje ponad 98 proc. z nich. Takie wyniki są najlepszym dowodem zaufania, jakim obdarzyli nas Klienci. To dla nas ogromna wartość i wielka odpowiedzialność

– mówi Jakub Cichecki, Dyrektor Działu Marketingu Jeronimo Martins Polska S.A.

Polskość, obok wysokiej jakości oraz niskich cen, jest jednym z fundamentów, na których opiera się siła marki Biedronka. U podstaw filozofii firmy leży przekonanie o wartości trwałych, długoterminowych relacji z polskimi partnerami. To dlatego Biedronka na stałe nawiązała współpracę z ponad 500 producentami. Z ponad 100 partnerami handlowymi współpracuje od ponad 10 lat, a z kilkudziesięcioma od początku powstania sieci. Współpraca przynosi obustronne korzyści – pozwala na wspólny rozwój i ciągłe podnoszenie jakości. Obecnie 9 na 10 produktów spożywczych dostępnych w sklepach Biedronka pochodzi z Polski. Kampanie promujące zarówno tę ofertę, jak i polskich producentów współpracujących z siecią, są realizowane już od 8 lat. W tym roku kampania odbywa się pod hasłem „My Polacy tak mamy. Doceniamy polskie produkty”, a jej gwiazdą jest Daniel Olbrychski.

Popularność marki Biedronka potwierdzają także inne wyróżnienia, w tym m.in trzykrotny tytuł Marki Godnej Zaufania, przyznawany w badaniu konsumenckim magazynu „Readers' Digest”. Biedronka znalazła się również na podium rankingu Najcenniejsze Polskie Marki 2012, przygotowanego przez redakcję „Rzeczpospolitej” i firmę Acropolis, zajmując trzecią pozycję. Według tego rankingu wartość marki Biedronka wzrosła w ub. roku aż o 61 proc.

