

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2013	Press Clippings

## SUPERBRANDS CREATED IN POLAND

Superbrands title within its 17 year history has become the world's a recognizable sign of success. Granted once a year by the independent organization, Superbrands promotes the concept of branding. In 2013 the award was received by the brands created in Poland.

Superbrands Created in Poland in 2013 title is awarded to the brands that creating a strong, unique and distinctive image and offering high quality products, achieve market success. Today we are one of the strongest Polish brands. We are recognized as the brand which combines fashion, good style, originality and unconditional commitment to quality. Superbrands Created in Poland 2013 title emphasises our strong position in the demanding shoe and premium sectors. Our position was verified in a consumer survey carried out on a sample of 15 000 respondents, by GfK Polonia Superbrands project in which Kazar has proven to be the most recognized and most recommended brand by consumers. The strongest asset of our brand is the cooperation with the leading Polish fashion names, recommendations on the pages of top magazines and television programmes of the leading lifestyle & fashion group.



**Kazar**<sup>®</sup>  
Superbrand  
Created in Poland 2013

<https://www.kazar.com/pl/prices/superbrands-created-in-poland/15>

20.02.2013 12:31

## Warta joins superbrands

Corporate Information

Warta was acknowledged as one of the strongest consumer brands of the Polish market in the recent Superbrands Polska 2013 ranking. The company also achieved the accolade

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2013	Press Clippings

**of Superbrands Created in Poland 2013. These awards confirm the position of the company and the image held by Polish consumers since 1920.**

“The presence of Warta in the Superbrands ranking is hardly surprising. The brand has a long track record and it has gained a reputation of providing high-quality products, a friendly approach and good customer service,” emphasised Bogusława Potacka, Head of Marketing and PR at TUiR Warta.

Potacka added that Warta has been operating in the Polish market since 1920. In October 2012, the company carried out a rebranding process (for only the second time in its history) as part of integration following the acquisition by Warta’s new shareholders: Talanx Group and Meiji Yasuda. Naturally, the company’s name remained unchanged.

- A long market heritage under the same name is a rarity and a privilege. The Warta brand primarily owes its strong position in the sophisticated Polish market to its loyal customer base, stressed Bogusława Potacka.

The current criteria for the Superbrands ranking are stricter than in previous years and this makes Warta’s achievement even more prestigious. Only 17 percent of the brands were awarded certificates out of nearly two thousand brands selected for appraisal. The assessment was conducted by customers in an online consumer survey with 15 000 respondents carried out in September 2012 with a sample of 15 000 respondents and a panel of experts in the Council of Brands.

Those brands awarded the title of Superbrands 2013 share the following features:

- A strong market presence, measured by high brand recognition;
- High-quality products recommended by consumers;
- A strong image in the opinion of the Council of Brands.

\*\*\*

**The Superbrands title** is a prestigious award. It has existed for 17 years in more than 85 countries and the award is granted by an independent organisation: The Superbrands Ltd. The goal of the contest is to promote and reward successes by brands that gained a high-profile reputation and robust competitive advantage by delivering exceptional benefits to consumers.

**Title Superbrands Created in Poland 2013** was awarded to brands created in Poland – irrespective of the capital of the present owner, the company name or the place of manufacture – which received the highest ratings in consumers’ survey. The survey criteria were brand awareness and stated willingness to recommend the brand.

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2013	Press Clippings



<http://media.warta.pl/en/pr/234870/warta-joins-superbrands>

## **InPost z wyróżnieniem Superbrands Created in Poland 2013!**

16 Stycznia 2013

[Informacja prasowa](#)

*Kraków, 16 stycznia 2013*

### **InPost z wyróżnieniem Superbrands Created in Poland 2013!**

Polacy znają i polecają markę InPost! Dzięki głosom konsumentów, InPost otrzymał tytuł „Superbrands Created in Poland 2013” w kategorii „Dostawcy mediów i usług”. To prestiżowe wyróżnienie - przyznane po raz pierwszy w historii konkursu – otrzymały wyłącznie marki stworzone w Polsce.

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2013	Press Clippings

Ideą „Superbrands Created in Poland” jest promocja „polskiej myśli brandingowej”. W oparciu o badanie konsumenckie, zrealizowane przez GfK Polonia na próbie 15 tys. respondentów, nagrodzono marki – w tym InPost – wskazywane najczęściej jako znane oraz wyróżniające się deklarowaną skłonnością do jej polecenia. Tym samym firma InPost umocniła swoją pozycję w elitarnym gronie ulubionych polskich marek Polaków.

*„Naszym znakiem rozpoznawczym – nie tylko w Polsce, ale na całym świecie – są Paczkomaty® InPost, dzięki którym inicjujemy i realizujemy nowatorskie projekty biznesowe, promując jednocześnie Polskę jako kraj nowoczesny i otwarty na biznes. Wyróżnienie Superbrands Created in Poland 2013 – przyznane marce InPost - po raz kolejny potwierdza, że Klienci indywidualni również doceniają ich funkcjonalność” - zaznacza Rafał Brzoska, prezes InPost.*

InPost to największy, niezależny operator pocztowy, konkurujący z Poczta Polska. Jednocześnie spółka - dzięki innowacyjnemu podejściu do biznesu, szerokiej ofercie produktowej oraz nowatorskim rozwiązaniom technologicznym – ugruntowuje swoją pozycję na dynamicznie rozwijającym się rynku e-commerce. Firma zarządza drugą co do wielkości na świecie siecią Paczkomatów, umożliwiającą nadawanie i odbieranie przesyłek 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu, wybranej przez klienta lokalizacji.

W październiku 2012 roku Paczkomaty® InPost otrzymały tytuł najlepszego rozwiązania logistycznego dla e-handlu w ramach konkursu „Ekomersy”, zorganizowanego przez Fundację Polak 2.0. Ponadto, InPost jest dwukrotnym laureatem międzynarodowego konkursu World Mail Awards. W 2011 roku spółkę wyróżniono w kategoriach: E-

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2013	Press Clippings

commerce oraz Innowacje, między innymi za usługę Paczkomaty® InPost, a w 2010 roku firma zwyciężyła w kategorii Wzrost, za dynamiczny rozwój na polskim rynku usług pocztowych.

### InPost - Nowoczesna Poczta

InPost to ogólnopolski, niezależny operator pocztowy, najpoważniejszy rynkowy konkurent Poczty Polskiej, który działa na rynku pocztowo-kurierskim od 2006 roku. Spółka – dzięki innowacyjnemu podejściu do biznesu, szerokiej ofercie produktowej oraz nowatorskim rozwiązaniom technologicznym – ugruntowuje swoją pozycję na dynamicznie rozwijającym się rynku e-commerce. Udział usług niestandardowych w przychodach spółki będzie stanowić w najbliższych latach co najmniej 30%.

### Sztandarowymi usługami InPost - poza tradycyjną ofertą pocztową - są:

- Paczkomaty® InPost – najnowocześniejsza w Polsce usługa wysyłkowa umożliwiająca odbiór i samodzielne nadanie przesyłek 7 dni w tygodniu, 24 godziny na dobę, bez kolejek, w dogodnej lokalizacji
- Power Post (poczta hybrydowa) – kompleksowa usługa łącząca funkcjonalność poczty elektronicznej oraz cechy tradycyjnych usług poligraficznych i pocztowych, umożliwiającą wysłanie listów w wersji drukowanej bez wychodzenia z domu czy biura
- Outsourcing e-dokumentów, w tym obsługa e-faktur

### Plany rozwojowe InPost:

- wzrost udziałów w rynku usług pocztowo-kurierskich do 22% do końca 2013 roku
- systematyczne zwiększanie liczby doręczanych listów – przy jednoczesnym spadku wolumenu tradycyjnej korespondencji o około 5% rocznie
- zarządzanie do końca 2013 roku siecią 1600 placówek i tym samym doręczanie korespondencji na rzecz odbiorców indywidualnych do 750 miejscowości, a dla instytucjonalnych do 10.000
- konsekwentne budowanie pozycji lidera w sektorze e-commerce, w tym rozwój usługi Paczkomaty® InPost. W 2013 roku – dzięki umowie z PineBridge - spółka rozlokuje około 3.400 nowych Paczkomatów, w tym: 1800 w Wielkiej Brytanii, 500 we Francji, 300 w Hiszpanii, 300 w Polsce, 300 w Holandii oraz 200 w Finlandii
- dalsza ekspansja Paczkomatów InPost na międzynarodowe rynki – rozlokowanie 16 tys. maszyn w okresie 4 lat
- komercyjny start na światowych rynkach automatycznych terminali pocztowych
- realizacja i pozyskiwanie nowych kontraktów z instytucjami publicznymi i jednostkami samorządowymi przez InPost oraz InPost Finance
- rozwój i pozyskanie nowych klientów: mobilnych płatności oraz e-faktury multioperatorskiej

# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2013	Press Clippings

<https://integer.pl/pl/aktualnosci/inpost-z-wyroznieniem-superbrands-created-in-poland-2013-520>

General 2013-04-09

## LOTOS Corporate Superbrand

The LOTOS brand has been awarded a prestigious Business Superbrand 2013 award in the 7th Polish edition of the Superbrands programme, which awards the strongest brands on the Polish market. Grupa LOTOS received the award in the Corporate Brands category.

**Anna Goliszewska**, Head of the Brand Management Office at Grupa LOTOS explained that *"Our ambition is to create a brand that is friendly, dynamic and competent, based on the trust of our customers. Winning a Business Superbrand title for the sixth time proves the effectiveness of the implementation of the LOTOS brand strategy."* The LOTOS brand joined the select group of the most powerful corporate brands. A Superbrand is characterised by a strong market presence and high brand awareness on the Polish market. It offers not only quality products and services, but also emotional benefits, which give it the advantage over competing brands.

Corporate and business brands underwent a Business Superbrands certification process. The initial list included 308 brands present here, the strength of each of which was assessed by the Superbrands Council. In the current edition of the programme the score required to achieve a Superbrand Certificate was increased, making the distinction even more elite. The Business Superbrand title was awarded to just 85 business brands this year.

The Superbrand title is an annual distinction that has been awarded for 17 years in 87 countries, by the independent, international Superbrands organisation. The aim of the project is to promote and reward the success of those brands which by offering consumers overwhelming benefits have achieved a market success. The organisation began life in 1994 as a radio show on London's GLR Radio (now BBC Radio London), dedicated to brands and their role in the lives of consumers. The incredible success of the show led to the creation of Superbrands (UK) Ltd. a year later.

The paths to success of each award-winning brand, including LOTOS's, are presented in a publication that accompanies each edition of the Superbrands programme, and enjoys a global reputation as 'the bible of branding'.



# Superbrands

## Media Coverage

Country	Date	Publication
Poland	2013	Press Clippings



On April 5th at a gala event in Warsaw, the Business Superbrands 2013 statuette was officially received by Anna Goliszewska, Head of the Brand Management Office.

[http://inwestor.lotos.pl/en/1059/p,1241,n,3821/investors/tools for investors/lotos on the stock market/lotos corporate superbrand](http://inwestor.lotos.pl/en/1059/p,1241,n,3821/investors/tools%20for%20investors/lotos%20on%20the%20stock%20market/lotos%20corporate%20superbrand)