

Vuoden Brändinrakentaja on Sinebrychoffin Karhu

Vuoden Brändinrakentaja on Mainostajien Liiton vuosittainen tunnustus, joka pohjautuu aiemmalle Vuoden Mainostaja -palkinnolle. Arviointiperusteissa ja -prosessissa kiinnitetään huomiota myös brändiin liittyvien tavaramerkkien valintaan, käyttöön ja suojaukseen. Tänä vuonna Vuoden Brändinrakentajaksi valittiin Sinebrychoffin olutmerkki Karhu.

Vuoden Brändinrakentaja -tunnustus annetaan joka vuosi yhdelle Mainostajien Liiton jäsenyritykselle, joka on ollut markkinointiviestinnässään esimerkillinen. Vuoden Brändinrakentajan valinnassa painotetaan erityisesti sitä, miten hyvin yritys on onnistunut suunnitelmallisessa ja pitkäjänteisessä brändinhallinnassa ja samalla ottanut myös huomioon tavaramerkkinäkökulman.

– Liiton hallitus perusteli valintaa pitkäjänteisellä ja vastuullisella Karhu-tuotemerkin ympärille rakennetulla brändimarkkinoinnilla, sanoo Mainostajien Liiton toimitusjohtaja **Ritva Hanski-Pitkäkoski**.

Karhu on johdonmukaisesti panostanut brändiuskollisuuteen myös haastavina aikoina, kun monet muut olutmerkit ovat kampanjoissaan painottaneet hintaa. Pitkäjänteinen panostus mainontaan on näkynyt olutkategoriassa poikkeuksellisen vahvana merkkiuskollisuutena. Sen ansiosta Karhu on jopa talouden taantumassa ja hintasodan riehussa onnistunut merkittävästi kasvattamaan normaalihintaisen pakkausten myyntiä.

Karhulle laaditaan joka vuosi kirjallinen markkinointistrategia, jossa linjataan niin imagolliset, volyyymilliset kuin taloudellisetkin tavoitteet. Kolmen vuoden aikajänteellä suunnitellaan myös toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi.

Sinebrychoffilla on käytössä Carlsberg-konsernin laatimat kirjalliset tavaramerkkien suojausta koskevat periaatteet ("Guideline on trademarks" sekä "Carlsberg Group policy for handling of intellectual property rights").

Tavaramerkkeihin ja muihin aineettomiin oikeuksiin erikoistunut Berggren Oy Ab on mukana Vuoden Brändinrakentaja -tunnustuksen saajan valinnassa antamalla arvionsa shortlistayritysten brändeihin liittyvien tavaramerkkien valinnasta, käytöstä ja suojauksesta. Lähtökohtana ovat Mainostajien Liiton säännöt ja se, missä määrin yrityksen toiminta pitkällä aikavälillä on toteuttanut liiton päämääriä eli kehittänyt asiallista ja totuudenmukaista markkinointiviestintää ja toteuttanut sitä markkinatalouden periaatteiden mukaan.

Vuoden Brändinrakentaja -tunnustus julkistettiin Mainostajien Liiton Mainontapäivässä 14.9.2010. Aiemmin tunnustuksen ovat saaneet Oras Oy ja Tikkurila Oy.

Lisätiedot:

Mainostajien Liitto:

Toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, p. (09) 6860 8417, 040 508 0607
ritva.hanski-pitkakoski@mainostajat.fi

Sinebrychoff :

Markkinointijohtaja Kirsi Räikkönen, p. 040 770 0804
kirsi.raikkonen@sff.fi

Mainostajien Liitto on valtakunnallinen, mainontaa ostavien yritysten ja yhteisöjen edunvalvoja. Jäsenyritykset (yli 400) edustavat kauppaa, teollisuutta, palvelualoja sekä julkisyhteisöjä. Näiden panostukset ovat yli 80 prosenttia markkinointiviestinnän kokonaisinvestoinneista Suomessa. Mainostajien Liiton tehtävä on vahvistaa mainostajien toimintaedellytyksiä ja edistää taloudellista, tehokasta ja hyvän tavan mukaista markkinointia.