

Wiadomości

2010-12-02

Orlen najcenniejszą polską marką

Rzeczpospolita przygotowuje ranking marek w oparciu o kryteria finansowe. Wartość marki Orlen wyceniono na kwotę 3,8 mld zł, co w porównaniu z ubiegłoroczną klasyfikacją stanowi wzrost wartości o 200 mln zł. Istniejąca od 10 lat marka ORLEN wyprzedziła szereg uznanych brandów funkcjonujących o wiele dłużej na krajowym rynku, stając się jedną z najbardziej znanych wizytówek rozwoju i przemian jakie zaszły w Polsce. - *W przypadku ORLEN-u jedna dekada wystarczyła, by wejść do grona ikon polskich przemian ostatniego 20-lecia i stać się jedną z najważniejszych polskich marek. Nasze logo jest synonimem nowoczesnej marki narodowej - profesjonalnej, oferującej produkty dostosowane do potrzeb Klienta i rozwiązania na światowym poziomie. To, że w tak krótkim czasie ORLEN zdołał czterokrotnie wygrać ten ranking, świadczy o szybkości z jaką porusza się teraz świat gospodarki* - powiedział Jacek Krawiec, Prezes Zarządu PKN ORLEN. VII edycja Rankingu przygotowana została przez dział ekonomiczny dziennika „Rzeczpospolita” przy udziale merytorycznym firmy Acropolis Advisory, we współpracy z firmą Nielsen.

Marka ORLEN pojawiła się na polskim rynku w 2000 roku, po uchwale Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy o przyjęciu przez Polski Koncern Naftowy S.A. nazwy handlowej ORLEN. Od tego momentu marka stała się osią działań komunikacyjnych Koncernu, co umożliwiło firmie stworzenie spójnego przekazu wizerunkowego. Pierwszą stację paliw ORLEN oddano do użytku 10 listopada 2000 roku na osiedlu „Orlim” w Jeleniej Górze – Cieplicach. Dziś pod tym brandem funkcjonuje 971 stacji w Polsce i 23 na Litwie. Tworząc nową markę przyjęto założenie, że nowy brand powinien kojarzyć się z opisanymi w strategii pojęciami: światowy, naftowy, nowoczesny i narodowy. Musi odzwierciedlać jakość, siłę, moc, energię, branżę paliwową i petrochemiczną oraz prezentować technologiczne i proekologiczne zaawansowanie. Uwzględnić także polski rodowód firmy i jej dominującą pozycję na rynku. Nazwa ORLEN powstała z połączenia słowa ORZEŁ, które oddaje polski charakter firmy oraz jest symbolem siły, aspiracji i zwycięstwa ze słowem ENERGIA, które jest bezpośrednio związane z podstawową branżą, w jakiej działa Koncern.

Druga z marek Koncernu – Bliska, firmująca stacje paliw segmentu ekonomicznego, obecna na rynku zaledwie od 5 lat, awansowała o jedną pozycję i została sklasyfikowana na wysokim 16 miejscu, z wyceną 700 mln zł. Brand Bliska został wprowadzony na rynek w 2005 roku w odpowiedzi na potrzeby klientów oczekujących węższej oferty handlowej i niższych cen.

Źródło: <http://paliwa.pl/strona-startowa/archiwum/orlen-najcenniejsza-polska-marka>