

Delecta uplasowała się na drugiej pozycji najczęściej opisywanych w mediach marek spożywczych w ubiegłym roku. To już trzeci rok obecności marki w czołowej piątce rankingu Top Marka, ogłaszanego przez magazyn „Press”.

Delecta zajęła drugie miejsce, uzyskując łączny wynik tylko o 1 punkt niższy od marki Coca Cola. Na finalną pozycję w zestawieniu złożyły się punkty przyznane za liczbę, wydźwięk i zasięg publikacji medialnych. W pierwszej kategorii Delecta okazała się bezkonkurencyjna.

Status Top Marki 2010 to cenne wyróżnienie ze względu na znaczenie rankingu i jego obiektywny, niezależny charakter. Obecność trzeci rok z rzędu w pierwszej piątce utwierdza nas w przekonaniu, że działania PR podejmowane wspólnie z agencją Kolterman Media Communications, zaangażowanie w sponsoring, relacje z mediami i działania wizerunkowe przynoszą wymierne efekty – mówi Kamila Szlachetka, spec. ds. komunikacji Rieber Foods Polska S.A.

Tegoroczny wynik, lepszy o dwie pozycje w stosunku do roku ubiegłego, Delecta zawdzięcza publikacjom o nowych produktach w pismach kobiecych i kulinarnych oraz działalności sponsoringowej (od 2003 wspiera drużynę siatkówki męskiej Delecta Bydgoszcz). Aż 90% przekazu o marce spośród 3486 publikacji miało charakter neutralny i pozytywny.

Kolterman Media Communications