

Fecha: Viernes 30 de Noviembre de 2007	Medio: Clickmedios	Sección: Gacetillas
Páginas: -	Tipo de Medio: Newsletter	Formato: Comunicado

clickmedios

[Gacetillas: Publicidad & Marketing](#)

Topbrands presentó el segundo volumen de "El Libro de las Grandes Marcas" en la Argentina.



Buenos Aires - La calificadora de marcas internacionalmente conocida como Superbrands, presentó la segunda edición de su libro en el país con la participación de 50 marcas nacionales e internacionales.

La organización garantiza el status de "topbrand" a las marcas, a través de la calificación que realiza el Topbrands Council, un consejo de expertos totalmente independiente y voluntario, conformado por destacados ejecutivos del mundo de los negocios, marketing, comunicaciones, empresas de consumo masivo y de servicios.



Sólo las marcas altamente calificadas fueron invitadas a participar de la segunda edición argentina de "El Libro de las Grandes Marcas" en la Argentina, una obra que recorre la historia, el mercado, los principales logros, los productos y anécdotas de las marcas top del país. El libro ofrece además la visión de expertos en branding sobre lo que hace grande a una marca.

El evento tuvo lugar el miércoles 28 de noviembre en el Teatro Colón y contó con la presencia de 300 profesionales que trabajan para la construcción de las marcas.

Para este volumen se editarán 18 mil libros, las cuales serán distribuidos por las marcas participantes; las principales librerías del país y a través de la Fundación Export-Ar a Embajadas Argentinas en el Exterior, ferias y eventos internacionales; y se encontrará nuevamente a la venta en Librerías Yenny/ El Ateneo. Asimismo, Superbrands International distribuirá 4.000 libros en los países en los que está presente.

Acerca de Topbrands Argentina

En agosto de 2004 Topbrands inició sus acciones en el país. Razones vinculadas al registro de marcas hicieron que en la Argentina la calificadora lleve este nombre, al igual que en Italia y en España.

Superbrands International, designó a World Press, representante en la Argentina, Uruguay y Chile de: The Economist, Economist Intelligence Unit (EIU) The New York Times, Le Monde, USA Today, Financial Times, Le Figaro, London Times, Miami Herald, The Wall Street Journal y Valor Económico, para desarrollar Topbrands en la Argentina.

World Press convocó al publicista Horacio Filgueira, quién se formó al lado de David Ratto, trabajó en Leo Burnett y McCann Erickson y regresó de Guatemala donde condujo la filial de DDB, para presidir "The Topbrands Council".