

Barák Péter: Arculat és identitás 2

Vezető magyar márkák tradicionális múlttal és innovatív jellel



Az Activium Kommunikációs Tervezőiroda gondozásában megjelent, a debreceni Kapitális Nyomda által kivitelezett keménytáblás, védőborítóval ellátott könyv szerzője és szerkesztője Barák Péter. A most megjelent kiadvány immár második összegzése a hazai arculati munkákat bemutató válogatásnak.

„Tíz évvel ezelőtt volt egy álmom, hogy létrehozok egy könyvet, amely példaértékű magyar márkákat és azok arculatait mutatja be” – tudtuk meg a szerzőtől. A kötet kimagasló sikereket ért el, több felsőoktatási intézmény ajánlott vagy kötelező olvasmánnyá választotta, sőt a Szép Magyar Könyv versenyen is díjat érdemelt. Megjelenésekor az egyetlen arculattal foglalkozó szakkönyv volt Magyarországon, ami azóta sem változott.

Ezt az álmot Barák Péter az elmúlt másfél évben újrafogalmazta szerzőtársaival: Barák Hannával, Béres Endrével, valamint Boros Judittal, és az eredmény még jobb lett, mint a korábbi megjelenés.

Az új kötet arra a fontos kérdésre keresi a választ, hogy miként tud egy márka generációkon átívelően sikeres maradni. A könyv tizenkét jól ismert, nagy múltú és ma is nagyon sikeres magyar márkát mutat be a fordulatokban bővelkedő alapítástól, a kezdeti nehézségeken át a napjainkban jelentkező kihívásokig. Az ismertetett márkák alapítói korunk kimagasló innovátorai voltak, azon idők „startuperei”.

A kötetben a következő márkák kerülnek bemutatásra: Gerbeaud, Gödöllői Királyi Kastély, Gundel, Helia-D, Herend, Pöttyös, Richter Gedeon, Soproni, Szamos, Törley, Tungsram, Unicum.

A könyvbemutatót a Törley Pezsgőpincészet márványtermében tartották, amelyet a Zsolnay gyárnak az a szecessziós mozaikja díszít, amit a Párizsi Világkiállítást követően ajándékozott a pécsi család a budafoki pincészetnek.

Kovács György, a házigazda Törley Pezsgőpincészet marketingért, értékesítésért és technológiáért felelős ügyvezetője elmondta, a könyvben olyan márkákról olvashatunk, melyekben a fogyasztók megbíznak. Fontos az érzelmi kötődés a márka és a vásárlók között.

A könyvet leendő és gyakorló márkacépitőknek ajánljuk azért, hogy az Arculat és identitás 2 által bemutatott vezető, tradicionális magyar márkák múltjának és jelenének megismerését követően a jövőben maguk is sikeres magyar márkát építhessenek.

A könyvet jelenleg csak a kiadónál lehet megrendelni az alábbi weboldalon:

www.activium.hu/arculat-es-identitas

