Poznań, 24 sierpnia 2015 r.

INFORMACJA PRASOWA

Promocja banków spółdzielczych w mediach warta 60 mln złotych!

**PRESS-SERVICE Monitoring Mediów podsumował obecność medialną banków spółdzielczych w Polsce. Na ich temat w ciągu roku opublikowano 13,4 tys. materiałów o łącznej wartości 60 mln złotych! Liczba kontaktów odbiorców z informacjami mogła wynieść nawet 5,2 mld.**

Z analizy materiałów opublikowanych od 1 kwietnia 2014 r. do 30 kwietnia 2015 r. wynika, że banki spółdzielcze były częściej obecne w źródłach **o zasięgu regionalnym (58 proc.)**. Ten rodzaj instytucji stanowi jeden z kluczowych elementów lokalnej przedsiębiorczości. Ze względu na **bliskość podmiotów** oraz **możliwość uzyskania usług na preferencyjnych, indywidualnie dobranych warunkach**, co często nie jest możliwe w przypadku banków komercyjnych, które rządzą się odgórnie narzuconymi prawami, placówki spółdzielcze cieszą się dużym zainteresowaniem lokalnych inwestorów, ale także miejscowej społeczności oraz mediów regionalnych. **Materiały te przeważnie traktowały o dostępnych ofertach oraz sponsoringu lokalnych inicjatyw kulturowych i edukacyjnych**.



**Wykres 1. Liczba publikacji regionalnych na temat banków spółdzielczych w każdym z województw w okresie kwiecień 2014 – kwiecień 2015**

**Najaktywniejszym medialnie regionem okazała się Wielkopolska z 798 przekazami**. Informacje pochodzące z tego województwa stanowią blisko 10 proc. ogółu publikacji o bankowości spółdzielczej w mediach regionalnych. Tematykę tę poruszano głównie na łamach „Polski – Głosu Wielkopolskiego”, „Gazety Słupeckiej” oraz „Tygodnika Nowego”. Najczęściej autorami publikacji byli Irena Kuczyńska z „Gazety Pleszewskiej”, Paulina Śliwa z „Polski - Głosu Wielkopolskiego” oraz Mirosław Sobkowiak z portalu Obywatelskieinfo.ngo.pl.

Aktywne pod względem liczby publikacji były także województwa: małopolskie (751 materiałów), kujawsko-pomorskie (717), a następnie mazowieckie (657) oraz dolnośląskie (652). Z kolei najmniej doniesień medialnych opublikowano w województwach lubuskim (zaledwie 132) i opolskim (158).

**Dynamicznie w marcu**

W ciągu roku odnotowano 4 piki oznaczające znaczny wzrost popularności medialnej banków spółdzielczych. Pierwszy z nich widoczny był w czerwcu 2014 r., kiedy to **media rozpisywały się o SKOK-ach i atrakcyjnym oprocentowaniu lokat**. Ta informacja znalazła odzwierciedlenie w blisko setce publikacji w mediach ekonomicznych.

– Bardzo istotnym problemem komunikacyjnym jest fakt, że banki spółdzielcze nadal kojarzone są ze SKOK-ami, których wizerunek odznacza się wysokim stopniem ambiwalentności. Pojawiło się kilkaset publikacji nt. złego stanu finansowego Spółdzielczych Kas Oszczędnościowo-Kredytowych. Jednocześnie ich akcje promocyjne były zauważalne nawet w dużych, zasięgowych mediach. Instytucje spółdzielcze podejmują próby odcinania się od SKOK-ów, jednak działania te są niewystarczające i zazwyczaj stanowią inicjatywę pojedynczych banków, a powinny być wspólnymi dla całego środowiska, kluczowymi, zorganizowanymi działaniami medialnymi – komentuje Sebastian Bykowski, wiceprezes zarządu i dyrektor generalny PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.



**Wykres 2. Liczba publikacji regionalnych na temat banków spółdzielczych w podziale na miesiące w okresie kwiecień 2014 – kwiecień 2015**

Najdynamiczniejszy wzrost zainteresowania mediów bankowością spółdzielczą miał miejsce we wrześniu ub.r. Wówczas **dziennikarze omawiali tematykę kredytów studenckich i wszelkich możliwości dofinansowania studiów**. Liczba publikacji wzrosła o 25 proc. – z 863 informacji do 1084.

Trzeci pik przypadł na styczeń 2015 r. W mediach pojawiło się wówczas kilkaset przekazów dotyczących nowelizacji ustawy o bankowości spółdzielczej.

Ostatni wzrost aktywności dotyczył marca br. - na temat tego rodzaju instytucji finansowych ukazało się prawie 1,5 tys. materiałów. Dziennikarze pisali głównie o **możliwości korzystania z bankomatów biometrycznych w niektórych bankach spółdzielczych oraz budowie systemu IPS**, stworzonego w celu zwiększenia bezpieczeństwa tych podmiotów. Wśród innych wątków znalazły się m.in. prace nad prawodawstwem, w tym nad ustawą regulującą działalność „BS-ów”.

**Najpopularniejsze w internecie**

Publikacje o bankach spółdzielczych zostały zdecydowanie zdominowane przez źródła internetowe. Aż **75 proc. stanowiły materiały właśnie z sieci**. Taki wynik ma związek m.in. z faktem, że sektor ten inwestuje w rozwój bankowości internetowej i mobilnej, stara się dotrzeć do internautów. Drugim medium, w którym można było najczęściej znaleźć informacje o analizowanych podmiotach, była prasa – 23 proc. Radio i telewizja bardzo rzadko informowały o bankowości spółdzielczej.



**Wykres 3. Liczba publikacji na temat banków spółdzielczych w podziale na media w okresie kwiecień 2014 – kwiecień 2015**

**Firma.pb.pl najczęściej o bankach**

Najwięcej materiałów wzmiankujących o bankowości spółdzielczej opublikowano na portalu Firma.pb.pl. W ciągu roku w serwisie ukazało się 266 publikacji. Miały one jednak niewielki wskaźnik dotarcia w porównaniu z innymi mediami. Kolejne miejsca w zestawieniu pod względem liczby publikacji zajęły Biznes.interia.pl (203), Ibs.edu.pl (192) oraz Finanse.wp.pl (176). **Portal finansowy należący do Wirtualnej Polski został liderem pod względem wskaźnika dotarcia**. Informacje z tej strony mogły dotrzeć do 1,3 mld odbiorców.

**Robert Orzechowski i Zdzisław Surowaniec liderami**

Najaktywniejszym dziennikarzem w sektorze bankowości spółdzielczej został Robert Orzechowski. W ciągu roku napisał 69 materiałów, które zostały umieszczone głównie na portalach Nasze-miasto.pl. We wszystkich wzmiankowano o działaniach sponsoringowych Podkarpackiego Banku Spółdzielczego. Wysoki wynik liczby publikacji uzyskali także: Marlena Polok-Kin (62), Paweł Gołębiowski (49) i Mirosław Sobkowiak (33).

Natomiast **doniesienia medialne Zdzisława Surowańca cieszyły się najwyższym wskaźnikiem dotarcia spośród najaktywniejszych autorów**. Liczba potencjalnych kontaktów z publikacjami autora wyniosła ponad 24,2 mln. Dziennikarz relacjonował m.in. kwietniowe spotkanie wiceministra finansów z przedstawicielami banków spółdzielczych w Stalowej Woli.

Raport został przygotowany na zlecenie dwumiesięcznika „Bank Spółdzielczy” i opublikowany w numerze 3/581 VI-VII 2015.

*PRESS-SERVICE Monitoring Mediów wyraża zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełna nazwa firmy: PRESS-SERVICE Monitoring Mediów). W przypadku wykorzystania grafik należy wskazać źródło (nazwę firmy lub logotyp) przy każdym wykresie.*

Zapoznaj się z innymi raportami dla mediów: <http://psmm.pl/pl/raporty-specjalne>

Osoba do kontaktu:
**Alicja Dahlke**
specjalista ds. marketingu i PR
mobile: +48 691 630 190
tel. +48 61 66 26 005 wew. 128
adahlke@psmm.pl

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów
60-801 Poznań, ul. Marcelińska 14
[www.psmm.pl](http://www.psmm.pl)
[www.twitter.com/PSMMonitoring](http://www.twitter.com/PSMMonitoring)
[www.facebook.com/PSMMonitoring](http://www.facebook.com/PSMMonitoring)