Poznań, 4 listopada 2019 roku

INFORMACJA PRASOWA

Szlachetne zdrowie i perfekcyjny look

**Zdrowy styl życia i dbałość o wygląd notują od kilku lat trend wzrostowy i coraz mocniej wpływają na zachowania współczesnych konsumentów. Jak wynika z raportu Top Marka 2019 opracowanego przez magazyn „Press” i PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, brandy z branży sieci opieki medycznej, aptek i drogerii oraz farmaceutycznej świetnie wykorzystują ten nurt i prowadzą niezwykle skuteczną komunikację z odbiorcami swoich usług i produktów.**

**Konsolidacja prywatnej opieki medycznej**

W rankingu sieci opieki medycznej liderem badania okazał się **Medicover**. Na pierwszą lokatę marki wpłynął najlepszy w branży wynik impactu – oceniony na 391 357 880 potencjalnych kontaktów z informacjami o brandzie oraz indeks sentymentu na poziomie 3,42. To pozwoliło uzyskać wskaźnik siły marki oceniony na 1 339 865 pkt. Miejsce 2. zajęła **Grupa Lux Med**, z wynikiem 1 226 908 pkt. i najwyższą liczbą publikacji – 25 696. Te dwa brandy zdecydowanie wyprzedzają pozostałe marki branży. Na podium znalazł się także **Enel-Med** z wynikiem 349 847 pkt. Do Top 5 weszły ponadto **PZU Zdrowie**, uzyskując 77 053 pkt. i **Polmed** z siłą marki na poziomie 72 789 pkt.

Medicover zawdzięcza pierwszą lokatę bardzo przemyślanej komunikacji i zaangażowaniu w wiele obszarów tematycznych, które okazały się bardzo atrakcyjne dla dziennikarzy i uzyskały szeroki zasięg o pozytywnym wydźwięku. O marce pisano w kontekście wdrożenia podpisu biometrycznego, nowych inwestycji czy organizacji kampanii prozdrowotnych. O Grupie Lux Med było głośno za sprawą zaangażowania w akcję edukacyjną „Gramy fair, mówimy #NIEdladopingu” oraz oferty nieodpłatnych profilaktycznych badań mammograficznych.

- Użytkownicy mediów społecznościowych wymieniali praktycznie wszystkie brandy sieci opieki medycznej, porównując pozapłacowe benefity od swoich obecnych i przyszłych pracodawców. W podobnym kontekście marki pojawiały się także w ofertach zatrudnienia – informuje Izabela Grzechnik – ekspert ds. analiz PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.

W drugiej piątce zestawienia uplasowały się: **Falck** na miejscu 6. z wynikiem 67 259 pkt., **EMC** na miejscu 7. uzyskując 57 738 pkt. oraz kolejno **Rehasport** (30 568 pkt.), **Certus** (25 033 pkt.) i **Alab**, osiągając 9 166 pkt.



Wykres 1. Top 5 marek „Sieci – Opieka medyczna”, Top Marka 2019

**Niech żyją promocje!**

W rankingu sieci aptek i drogerii zdecydowanym liderem okazał się **Rossmann**, który nie miał sobie równych, jeżeli chodzi o liczbę publikacji (104 036) i ich dotarcie (399 101 366). Wskaźnik siły marki poszybował w przypadku tego brandu bardzo wysoko i osiągnął 1 273 364 pkt. Tak dobry wynik pozwolił Rossmannowi zachować zeszłoroczny laur zwycięstwa. Miejsce 2. zestawienia przypadło **Sephorze**, która uzyskała impact na poziomie 152 947 766 potencjalnych kontaktów i ogólny wynik siły marki – 429 560 pkt. Miejsce 3. w branży sieci aptek i drogerii należy do **Hebe** (338 290 pkt).
**Super-Pharm**, który uplasował się w zestawieniu z czwartą lokatą (215 100 pkt.) **uzyskał** – pomimo dużo niższej liczby publikacji - **najwyższy wskaźnik sentymentu (4,34) spośród wszystkich 500 brandów ujętych w badaniu Top Marka 2019**, co oznacza, że wzmianki o tej marce były niezwykle pozytywne. W pierwszej piątce znalazł się także **Douglas** z siłą marki na poziomie 102 592 pkt.

Marki sieci drogeryjnych i apteczno-drogeryjnych budowały swoja komunikację głównie w oparciu o produkty i promocje, sponsoring i zaangażowanie społeczne. Naturalną konsekwencją takiego stanu rzeczy jest dominacja social media w przekazie większości marek z czołówki tej branży (84-90 procent). Ze schematu wyłamuje się jednak Douglas, w przypadku którego większość informacji ukazała się w prasie (53,8 proc.) i kolejno w mediach społecznościowych (41,0 proc.) oraz w internecie (4,3 proc.).

W pierwszej dziesiątce zestawienia znalazły się także kolejno: **Dr.Max**, **Natura, Gemini**, **Kontigo** oraz **DOZ** (**Dbam o Zdrowie**).



Wykres 2. Top 5 marek „Sieci – Apteki i drogerie”, Top Marka 2019

**Czasami słońce, czasami deszcz**

W XII edycji badania Top Marka, zwycięzcą w branży farmaceutycznej została **Polpharma**, osiągając 173 949 pkt. Na bardzo mocny wynik lidera miała wpływ duża liczba publikacji (23 670) i wysoki impact na poziomie 93 618 955. Na miejscu 2. uplasował się **Adamed**, z najwyższym poziomem indeksu sentymentu – 3,60. Siłę tej marki oszacowano na 78 461 pkt. Trzecią lokatę uzyskało **GSK** z wynikiem 76 918 pkt. Do top 5 wszedł także **Biofarm,** uzyskując 55 331 pkt. i **Aflofarm** - 53 820 pkt.

Do top 10 sektora weszły także marki: **Bayer** (52 674 pkt.), **Polfarmex** (51 575 pkt.), **Mabion** (40 385 pkt.), **Celon Pharma** (36 868 pkt.) oraz **Polfa,** uzyskując siłę marki na poziomie 28 096 pkt.

Pierwsze miejsce Polpharmy to przede wszystkim efekt bardzo dużej liczby informacji o sponsorowanym przez koncern klubie koszykarskim Polpharma Starogard Gdański. Firma otrzymała również tytuł Pomorskiego Pracodawcy Roku 2018 w kategorii dużych przedsiębiorstw i została wyróżniona przez „Politykę” złotym listkiem CSR oraz liderem Rankingu Odpowiedzialnych Firm opublikowanym przez „Dziennik Gazetę Prawną”. Adamed zawdzięcza drugie miejsce przede wszystkim nakładom na innowacje. Firma w rankingu innowacyjności „Rzeczpospolitej” znalazła się w gronie dziesięciu najlepszych polskich firm. O koncernie GSK media pisały bardzo często w kontekście raportu „Wpływ 20 lat inwestycji GSK w Polsce na rozwój społeczno-gospodarczy kraju”.

Cieniem na doniesieniach dotyczących branży farmaceutycznej kładł się problem nielegalnego wywozu leków z kraju i ich braki w aptekach. Temat ten mocno angażował media oraz wywoływał silne emocje internautów**.**

O branży farmaceutycznej najczęściej pisały „Rzeczpospolita”, „Głos Wielkopolski” oraz ”Dziennik Gazeta Prawna”. Wśród portali internetowych najbardziej aktywne były Biznes.pap.pl, Sportowefakty.wp.pl i Pl.investing.com. W mediach społecznościowych zdecydowaną przewagę nad pozostałymi źródłami miał Facebook.



Wykres 3. Top 5 marek „Farmacja”, Top Marka 2019

[Infografika „Sieci – opieka medyczna” – ranking marek 2019](https://psmm.pl/sites/default/files/top_marka_-_sieci_-_opieka_medyczna_infografika.pdf)

[Infografika „Sieci – apteki i drogerie” – ranking marek 2019](https://psmm.pl/sites/default/files/top_marka_-_sieci_-_apteki_i_drogerie_infografika.pdf)

[Infografika „Farmacja” – ranking marek 2019](https://psmm.pl/sites/default/files/top_marka_-_farmacja_infografika.pdf)

[Więcej na temat wyników badania Top Marka 2019](https://topmarka.press.pl/)

[Nagranie „Metodologia rankingu Top Marka 2019”](https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=s9rLJXkHF9w)

Wskaźniki zastosowane w badaniu „Top Marka 2019”

**Impact** – dotarcie wzmianki o marce w oparciu o dane o konsumpcji medium.

**Indeks sentymentu** – współczynnik oparty na wydźwięku; odzwierciedla udział publikacji pozytywnych, neutralnych i negatywnych w całości przekazu o danej marce: im wyższy, tym lepszy.

**Siła marki** – ostateczna wartość decydująca o miejscu w rankingu; jest indeksem kilku zmiennych świadczących zarówno o liczbie kontaktów odbiorców z marką, jak i jakościowej ocenie komunikatu.

*PRESS-SERVICE Monitoring Mediów i Magazyn Press wyrażają zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełne nazwy firm: PRESS-SERVICE Monitoring Mediów i Magazyn Press, a w social media oznaczenie @PSMMonitoring (FB i TT) oraz @MagazynPress (FB) i @RedakcjaPress (TT)).*

Osoba do kontaktu:

**Marlena Sosnowska**
Rzecznik prasowy, menedżer ds. PR
mobile: +48 697 410 980
tel. +48 61 66 26 005 wew. 128
msosnowska@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)