**Ewa Błaszczyk Osobą Wysokiej Reputacji Premium Brand 2018**

**Fundacja na rzecz reputacji marki „Premium Brand” ogłosiła wyniki 13. edycji badania reputacji osób, marek i firm. Decyzją respondentów, tytuł Osoby Wysokiej Reputacji Premium Brand 2018 otrzymała Ewa Błaszczyk. Sześć wiodących brandów, które uzyskały najwyższe oceny w swoich kategoriach, uhonorowano tytułem Marki lub Firmy Wysokiej Reputacji Premium Brand 2018.**

Pomiar reputacji marek i firm Premium Brand jest realizowany nieprzerwanie od 13 lat na grupie co najmniej 10 tys. respondentów, aktualnie według autorskiej metody prof. Dominiki Maison. W tegorocznej edycji po raz czwarty zbadano także reputację osób publicznych. Po raz pierwszy wręczono wyróżnienia Premium Employer Brand markom, które uzyskały najwyższe oceny w badaniu siły brandów jako pracodawców.

**Osoba Wysokiej Reputacji Premium Brand 2018**

Wśród badanych marek osobistych znaleźli się działacze społeczni, przedstawiciele świata kultury, dziennikarze i sportowcy. Respondenci określali poziom zaufania społecznego do badanych osób, oceniali ich zaangażowanie w działalność publiczną, wiarygodność oraz wizerunek medialny. Na podstawie udzielonych odpowiedzi opracowano wskaźnik reputacji Premium Brand o wartości od 0 do 100. Najwyższy wynik i prestiżowy tytuł Osoby Wysokiej Reputacji Premium Brand 2018 uzyskała Ewa Błaszczyk, współzałożycielka i prezes Fundacji „Akogo?”, wybitna aktorka teatralna i filmowa. Dotychczas wyróżnienia w tej kategorii odebrały Janina Ochojska (2015 r.), Anna Dymna (2016 r.) i Jerzy Owsiak (2017 r.).

**Marki i Firma Wysokiej Reputacji Premium Brand 2018**

Podczas uroczystej gali uhonorowano także marki, uznane przez respondentów za najbardziej wiarygodne. Tytuł Marki Wysokiej Reputacji Premium Brand 2018 otrzymały: Cisowianka naturalna woda mineralna, Drutex, Medicover, RTV Euro AGD oraz Santander Bank. Europejski Fundusz Leasingowy uhonorowano tytułem Firmy Wysokiej Reputacji Premium Brand 2018.

**Metodologia badania reputacji**

Badanie reputacji zostało przeprowadzone wśród osób znających daną markę, które oceniały: zaufanie do marki, referencje (lojalność wobec marki), atmosferę medialną towarzyszącą marce, zaangażowanie społeczne (CSR), wizerunek marki (firmy) jako pracodawcy. Próba liczyła prawie 10 000 polskich konsumentów w wieku od 15 lat wzwyż. Łącznie przebadano reputację 250 marek i firm w 25 kategoriach produktów i usług.

Autorką metodologii badania reputacji Premium Brand jest prof. Dominika Maison, ekspert w dziedzinie badań rynkowych i społecznych. Badanie zostało przeprowadzone przez Maison&Partners na ogólnopolskim panelu badawczym Ariadna.

Organizatorem projektu jest Fundacja na rzecz reputacji marki „Premium Brand”. Oprócz regularnego pomiaru reputacji marek i firm obecnych na polskim rynku, Fundacja wspiera ideę budowania reputacji marki oraz koncepcję traktowania reputacji, jako jednego z kluczowych elementów przewagi konkurencyjnej w biznesie.

Partnerem merytorycznym tegorocznej edycji badania Premium Brand jest PRESS- SERVICE Monitoring Mediów, lider w dziedzinie kompleksowego monitoringu Internetu, social media, prasy, radia i telewizji. Specjalnością PRESS-SERVICE Monitoring Mediów są audyty medialne oraz wielopoziomowe raporty medialne, niezbędne w profesjonalnym zarządzaniu wizerunkiem.