

# Cazul Blue Air. Comunicarea în situații de criză – un rezumat al reacțiilor în mass-media.

Compania aviatică low-cost Blue Air este începând cu data de 6 septembrie subiectul cel mai mediatizat în mass-media. Partea văzută și controversată este decizia firmei aviatice de a anula timp de o săptămână, toate zborurile pe care trebuia să le efectueze. Hotărârea este justificată de faptul că Administrația Fondului de Mediu a blocat conturile Blue Air și drept urmare, spun reprezentanții Blue Air, compania nu a mai putut face plăți către furnizorii de combustibil.

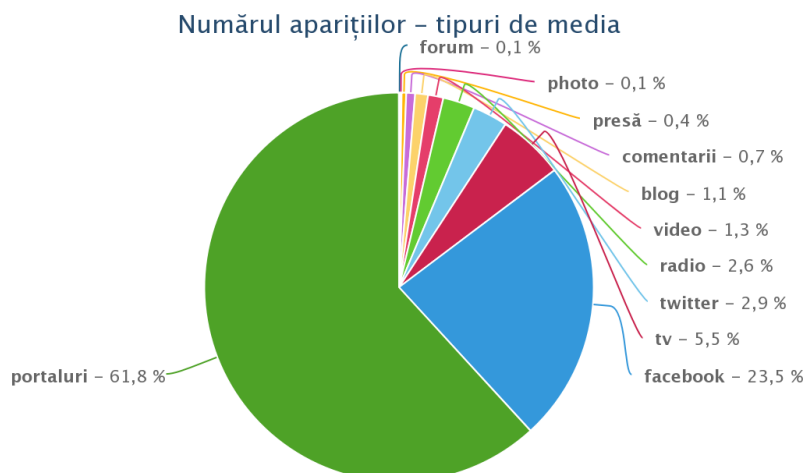
Conform datelor companiei de monitorizare mediaTRUST, cazul Blue Air a avut o mediatizare colosală în mass-media, înregistrând aproape 7.000 de materiale (presă scrisă, radio, TV, online și social media), în doar 2 zile, 6 și 7 septembrie!

„Datorită unei situații neprevăzute constând în poprirea tuturor conturilor companiei BlueAir de către Ministerul Mediului pentru neplata unei amenzi, compania aeriană BlueAir Aviation se vede obligată, fiind în imposibilitate de a achita vreun furnizor, să sisteze toate zborurile programate a pleca din România, respectiv din București Otopeni, Bacău, Cluj Napoca și Iasi până luni, 12 septembrie 2022.” – este anunțul Blue Air, publicat în data de 6 septembrie.

În perioada 6- 7 septembrie 2022, publicațiile au avut audiență generală de peste 80 de milioane de contacte, ceea ce înseamnă că fiecare român a intrat în contact cu mesajele transmise despre subiectul Blue Air de aproape 5 ori, analizând toate mediile (presă scrisă, radio, TV, online și social media).

Cele mai multe mențiuni despre cazul Blue Air: doar în online și social media s-au înregistrat aproape 6.000 mențiuni în 2 zile (6 și 7 septembrie). Întregul conținut din această perioadă a generat un reach de peste 18 milioane de contacte potențiale, așadar fiecare român a intrat în contact cu mesajele pe subiectul Blue Air cel puțin o dată în 2 zile.

La TV s-a înregistrat cel mai mare reach, 35,712,000 contacte. Din calculele mediaTRUST, fiecare român a putut intra în contact cu mențiunile despre Blue Air de peste 2 ori în cele 2 zile, 6-7 septembrie. Televiziunile care au relatat cel mai frecvent ultimele știri despre criza Blue Air au fost Digi24, Euronews Romania, ANTENA3 și B1TV.



Sursa: mediaTRUST

## Metodologie

*Notă: Analiza include toate materialele din presa tipărită, posturile de radio și TV monitorizate de mediaTRUST precum și site-urile, paginile oficiale facebook, twitter, instagram, youtube, bloguri, podcast-uri și comentarii rețele socializare. Pentru mai multe detalii privind monitorizarea presei scrise, radio, TV, online și social media consultați [www.mediatrust.ro](http://www.mediatrust.ro).*

*Pentru măsurarea impactului (audienței) materialelor incluse în studiu sunt folosite datele de audiență furnizate de ARMA (pentru televiziuni), BRAT (pentru presa tipărită), ARA (pentru radio) și metode proprietate mediaTRUST în cazul mediului online (inclusiv Social Media).*

## Despre mediaTRUST

**mediaTRUST România**, parte a Institute of Media Monitoring (IMM) din Polonia, oferă clienților săi acces la informațiile apărute zilnic în mass media (presă scrisă, online, radio și TV) din 15 țări din Europa Centrală și de Est. Din 2004 suntem membri ai organizației internaționale de elită FIBEP (Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse), iar în 2014 am devenit membri BRAT (Biroului Român de Audit Transmedia) și ARMA (Asociației Române pentru Măsurarea Audiențelor).