

# Troféu Jatobá 2020

Case RaiaDrogasil e RPMA  
Categoria “Assessoria de Imprensa”  
agosto de 2020



# RESUMO

Um dos grandes ícones do varejo brasileiro, a **RD - RaiaDrogasil** vem desenvolvendo, nos últimos anos, uma estratégia de negócios que pretende ampliar o papel de suas farmácias no ecossistema de saúde, com a oferta de produtos e serviços que atendam a população nos cuidados com a saúde e o bem-estar de forma integrada - desde a prevenção até o tratamento. Com a chegada da covid-19, essa ressignificação da sua atuação se fez ainda mais urgente e se mostrou essencial no apoio a outras instituições de saúde no combate à pandemia.

Nesse sentido, a RD rapidamente se estruturou e colocou em prática um consistente plano de ação que levou em conta todos os seus stakeholders. Para isso, a estratégia da empresa foi desenvolver ações com base em três frentes de atuação: *Cuidado Interno*, *Cuidado com os Clientes* e *Cuidado com a Sociedade*.

Para manter uma narrativa que refletisse a robustez dessas ações, cada pilar foi explorado na estratégia de relações com a mídia e influenciadores desenvolvida pela **RPMA Comunicação**, agência de comunicação corporativa da marca, de modo a evidenciar diferenciais e, conseqüentemente, contribuir para o reconhecimento do novo posicionamento da RD.

# CONTEXTO

Fruto da fusão entre a Droga Raia, fundada em 1905, e a Drogasil, criada em 1935, a RD fatura anualmente mais de R\$ 18 bilhões, conta com 2.200 unidades espalhadas por 23 estados brasileiros e emprega mais de 42 mil funcionários.

Com mais de um século de história, esta não é a primeira vez que a empresa se depara com uma crise sanitária tão grave. Durante a gripe espanhola, surto dos anos de 1918 a 1920 e com mais de 35 mil brasileiros mortos, a Droga Raia, que contava com apenas uma loja no interior de São Paulo, se manteve aberta durante todos os dias, atendendo a população.

Assim como naquela época, a RD manteve suas farmácias abertas desde o início da pandemia de covid-19 e, além disso, implementou uma série de medidas para garantir a segurança de clientes, funcionários e contribuir com o enfrentamento da doença no Brasil.

# DESAFIO

O grande desafio da RPMA era inserir na mídia editorial a correta mensagem sobre o novo posicionamento da RD no protagonismo ao cuidado integral da saúde, serviços oferecidos e os procedimentos da rede para garantir a segurança de clientes e funcionários, quando o foco da cobertura estava direcionado para os impactos da evolução da pandemia, as incertezas do momento, questões da economia brasileira e, principalmente, a atualização do número de mortes.

Como resposta a esse desafio foi desenvolvido um robusto plano de comunicação, que considerou explorar diversos meios, editoriais e regiões, em linha com a evolução das ações, frente às demandas apresentadas pela evolução da covid-19.

As principais mensagens-chave na construção da narrativa eram de que a prioridade da empresa estava focada em garantir que:

- Colaboradores fossem bem cuidados - em sua saúde e em suas finanças;
- Droga Raia e a Drogasil são um porto seguro de saúde no bairro; e
- As doações tinham que necessariamente deixar um legado para a sociedade, preocupação sempre presente na história das duas empresas.

# AÇÕES TÁTICAS

Semanalmente um tema principal era escolhido para a divulgação e as demais ações continuavam a ser mencionadas pelos porta-vozes durante as entrevistas concedidas, como forma de reforçar a narrativa do novo posicionamento.

Por meio de entrevistas individuais com a grande imprensa e de comunicação massiva para veículos de todo o País, com destaque para as emissoras de rádio e TV, a RPMA conseguiu pulverizar a exposição da RD, fazendo com que a informação sobre as iniciativas da empresa chegasse nos 23 estados brasileiros onde a rede de farmácias está presente.

# Principais temas

Entre os temas que contribuíram para construir a narrativa estão:

- 1. Cuidado interno:** manutenção de postos de trabalho e contratação de 2 mil novos profissionais; telemedicina do Einstein para os mais de 42 mil funcionários; criação de fundo humanitário para apoiar colaboradores e familiares em dificuldades
- 2. Cuidado com os clientes:** protocolos de proteção nas lojas; congelamento de preços dos medicamentos no início da pandemia; oferta de testes rápidos para covid-19; aumento da capacidade dos canais digitais; vacinação gratuita contra a gripe; plataforma de saúde com serviços de telemedicina e teleterapia; novos serviços de conveniência para ajudar, principalmente, pessoas dos grupos de risco, como idosos (ex. Entrega de Vizinhança, na qual o próprio atendente da loja vai até a casa do cliente, a pé, para fazer a entrega)
- 3. Cuidado com a sociedade:** criação do fundo *Todo Cuidado Conta* para a doação de R\$ 25 milhões para ações de combate à pandemia com foco em deixar um legado de saúde principalmente para as cidades do interior do País - lançamento da iniciativa foi destaque do quadro "Solidariedade S/A" do Jornal Nacional

# INVESTIMENTO

**1.500** horas de  
dedicação do time RPMA

- ❑ **600** horas de acompanhamento de entrevistas e preparação de porta-vozes
- ❑ **500** horas de envolvimento direto da gestão da agência na participação de calls, alinhamentos estratégicos e planejamento
- ❑ **60** horas para a produção de materiais
- ❑ **80** horas de monitoramento e report

## RESULTADOS

**+700** matérias

**798 milhões**  
possíveis impactos positivos

**R\$ 6,7 milhões**

**24**

inserções  
em rádio e TV

**25**

dias consecutivos  
na mídia

**120** inserções  
na Grande Imprensa

**Pelo menos uma reportagem** sobre a nova narrativa da empresa e suas ações no combate à covid-19 **em 21 dos 23 estados brasileiros onde a RD está presente**

# 'Covid-19 vai levar a farmácia a outro patamar no futuro'

**Francisco de Paula** / **Marcelo Pimenta**, presidente da Red Bull Group

Exercício defende que até 2025 a indústria de farmácias terá que se adaptar para que drogarias possam oferecer serviços de saúde preventivos

Marcelo Pimenta, presidente da Red Bull Group, defende que até 2025 a indústria de farmácias terá que se adaptar para que drogarias possam oferecer serviços de saúde preventivos

Francisco de Paula, presidente da Red Bull Group, defende que até 2025 a indústria de farmácias terá que se adaptar para que drogarias possam oferecer serviços de saúde preventivos



Marcelo Pimenta, presidente da Red Bull Group

**Francisco de Paula**, presidente da Red Bull Group, defende que até 2025 a indústria de farmácias terá que se adaptar para que drogarias possam oferecer serviços de saúde preventivos

Francisco de Paula, presidente da Red Bull Group, defende que até 2025 a indústria de farmácias terá que se adaptar para que drogarias possam oferecer serviços de saúde preventivos

Francisco de Paula, presidente da Red Bull Group, defende que até 2025 a indústria de farmácias terá que se adaptar para que drogarias possam oferecer serviços de saúde preventivos



**Francisco de Paula**, presidente da Red Bull Group, defende que até 2025 a indústria de farmácias terá que se adaptar para que drogarias possam oferecer serviços de saúde preventivos

Francisco de Paula, presidente da Red Bull Group, defende que até 2025 a indústria de farmácias terá que se adaptar para que drogarias possam oferecer serviços de saúde preventivos

Francisco de Paula, presidente da Red Bull Group, defende que até 2025 a indústria de farmácias terá que se adaptar para que drogarias possam oferecer serviços de saúde preventivos



MARCELO PIMENTA presidente da Red Bull Group

Market data: IBOVESPA 11514.00 (+0.3%), DOLAR 51.00, EURO 5.60, Dólar 51.00, Euro 5.60, PIB BRASILEIRO 1.02

Renault pode desaparecer, diz governo francês

PSA vai abandonar o Brasil

SEBRAE

SEBRAE	PIB BRASILEIRO	PIB ESTADOS UNIDOS
1.02	1.02	21.24
1.02	1.02	21.24



# ISTO É Dinheiro

**VACINA CONTRA A CRISE**

**RAIA DROGASIL, MAIOR FARMACÉUTICA DO PAÍS, CRESCERÁ EM FATURAMENTO DURANTE PRÓXIMA METAFORMAÇÃO DE INFLUÊNCIAS NO QUINIS EM 2020 E COLARÁ OS 25 MILHÕES EM ÁREAS DE COMBATE À COVID-19**

RAIA DROGASIL, MAIOR FARMACÉUTICA DO PAÍS, CRESCERÁ EM FATURAMENTO DURANTE PRÓXIMA METAFORMAÇÃO DE INFLUÊNCIAS NO QUINIS EM 2020 E COLARÁ OS 25 MILHÕES EM ÁREAS DE COMBATE À COVID-19

RAIA DROGASIL, MAIOR FARMACÉUTICA DO PAÍS, CRESCERÁ EM FATURAMENTO DURANTE PRÓXIMA METAFORMAÇÃO DE INFLUÊNCIAS NO QUINIS EM 2020 E COLARÁ OS 25 MILHÕES EM ÁREAS DE COMBATE À COVID-19

**MAIUSCULAS FORM ANTICIPADAS POR CONTA DA PANDEMIA. É ASSIM NO MOMENTO FICAM COM AUMENTADA A VOLUME DE VENDAS E MODIFICAM O HÁBITO DO CLIENTE. E REGIMEM BOM?**

MARCELO PIMENTA, CEO DA RAIA DROGASIL

**NÚMERO DA RAIA DROGASIL**

- 5,5 MILHÕES
- 10,5 MILHÕES
- 2,107
- 42,250

**EXPANSÃO CONTÍNUA**

RAIA DROGASIL

RAIA DROGASIL

RAIA DROGASIL

RAIA DROGASIL

**SECTOR FARMACÊUTICO NO BRASIL**

- Investimento: 6,2 MILHÕES
- Retorno: 18,5%

RAIA DROGASIL

RAIA DROGASIL

RAIA DROGASIL

**TESTE RÁPIDO EM FARMÁCIA**

13:02

Exames devem ser feitos somente após colar do dia sintomas

**CNN BRASIL**

RAIA DROGASIL

RAIA DROGASIL

RAIA DROGASIL

# RPMA

[rpma.comunicacao.com.br](http://rpma.comunicacao.com.br)



CENU Torre Oeste  
Av. Nações Unidas, 12901,  
Brooklin  
São Paulo -SP



11 5501-4655