

ZAWSZE DZIKIE

WYBIERAJ RYBY
i OWOCE MORZA
Z NIEBIESKIM ZNAKIEM MSC



PODSUMOWANIE KAMPANII

Listopad 2017– Styczeń 2018

Z okazji 20-lecia działalności organizacja pozarządowa MSC zachęca do ochrony dzikich mórz i oceanów kampanią „Zawsze Dzikie” skierowaną do konsumentów, partnerów i interesariuszy MSC!

Czas kampanii: 15 listopada 2017 – 31 stycznia 2018

(niektóre działania do 8 lutego 2018)

Oddajemy w Państwa ręce raport podsumowujący kampanię MSC “Zawsze Dzikie” w Polsce. Bardzo dziękujemy Państwu za owocną współpracę i wspólne działania promujące zachowanie dzikiej natury mórz i oceanów dla przyszłych pokoleń!

Zespół MSC w Polsce

Elementy kampanii zawsze dzikie

1. [Spotkanie Darii Ładochy z blogerami oraz film z wydarzenia](#)
2. [Konferencja prasowa](#)
3. [Udział w Dzień Dobry TVN](#)
4. [Kampania w kinach](#)
5. [Zawsze dziki śledź – 200 wizyt w redakcjach i bezpośrednich spotkań z dziennikarzami](#)
6. [Świąteczne eventy dla konsumentów](#)
7. [Nowa strona www kampanii Zawsze Dzikie](#)
8. [Kampania w mediach społecznościowych](#)
9. [Działania z influencerami \(IndaHash\)](#)
10. [Działania komunikacyjne Partnerów](#)
11. [Efekt medialny](#)

Spotkanie z blogerami



20 listopada 2017 w warszawskim Lokalu Na Rybę odbyło się spotkanie blogerek kulinarnych z Ambasadorką kampanii „Zawsze dzikie” - **Darią Ładochą**.

W spotkaniu wzięło udział **10 blogerek**, dla których gotowanie jest nie tylko pasją, ale również misją, które uczą swoich czytelników zarówno zdrowego, ciekawego gotowania, jak i dbania o środowisko, niemarnowania żywności, etc.

Nietypowy obiad. Dlaczego nie ma ryby?

Influencerki obserwowały, jak Daria gotuje, dzieliły się swoimi przepisami na najlepsze ryby. Ich zaskoczenie było wielkie, gdy okazało się, że w podanym daniu brakuje ryby.

Blogerki przekonały się, do czego może prowadzić niezrównoważona gospodarka rybna i brak dbałości o przyszłość oceanów.

W ten nietypowy sposób uczestniczki spotkania dowiedziały się **czym jest niebieski certyfikat MSC oraz jakie ryby i owoce morza należy wybierać**, by także przyszłe pokolenia mogły cieszyć się ich smakiem.

Celem akcji z blogerami i znikającą z kociołka rybą było nagranie **filmu z zaskakującą puentą**.

Przed przybyciem gości Daria Ładocha nagrała sceny przygotowania dania oraz puentę, którą podsumowała zdziwione reakcje blogerek na wiadomość, że w ich daniu jednak nie ma tak zachwalanej ryby – jeśli nie będziemy zwracać uwagi na to, z jakich źródeł pochodzą ryby na naszych talerzach, to **taki czarny scenariusz może się ziścić**.

KLIK!



Spotkanie z blogerami – kilka słów o uczestnikach



Zaproszone na spotkanie blogerki prowadzą zarówno kanały społecznościowe, jak i blogi, część z nich można zaliczyć do grupy mikoroinflunecerów, innych blogi mają po czterysta tysięcy odsłon miesięcznie. To, co je łączy, to autentyczne treści, dzięki którym są wiarygodnym źródłem informacji dla czytelników.

Julita (wrzacakuchnia.pl – platforma zrzeszająca blogerów kulinarnych)

Marianna (kuchennewojowanie.blogspot.com – blog poświęcony zdrowemu odżywianiu)

Anna (dietetyczniesiostro.blogspot.com – blog z przepisami i dużą dawką informacji o dietach)

Iza (smacznapyza.pl – typowe polskie przepisy)

Anna (kuchennymidrzewami.pl – blogerka i dziennikarka stale współpracująca ze Zwierciadłem)

Iza (fitfighterka.pl – kobieta po metamorfozie przywiązująca wagę do jedzenia)

Agata (kulinarneprzygodygattity.pl – blog z przepisami hiszpańskimi i polskimi)

Brenia (kuchniabreni.pl – blog z polskim, zdrowymi przepisami)

Joanna (biegacznaściecie.pl – blog z przepisami dla sportowców)

Dota (oneginetatopa.blogspot.com – blog prowadzony przez triathlon coach i entuzjastkę zdrowego jedzenia)

10 blogerek o łącznym zasięgu:

937 k odsłon miesięcznie

13 k followersów na Instagramie

60 k fanów na Facebooku



Spotkanie z blogerami - efekty

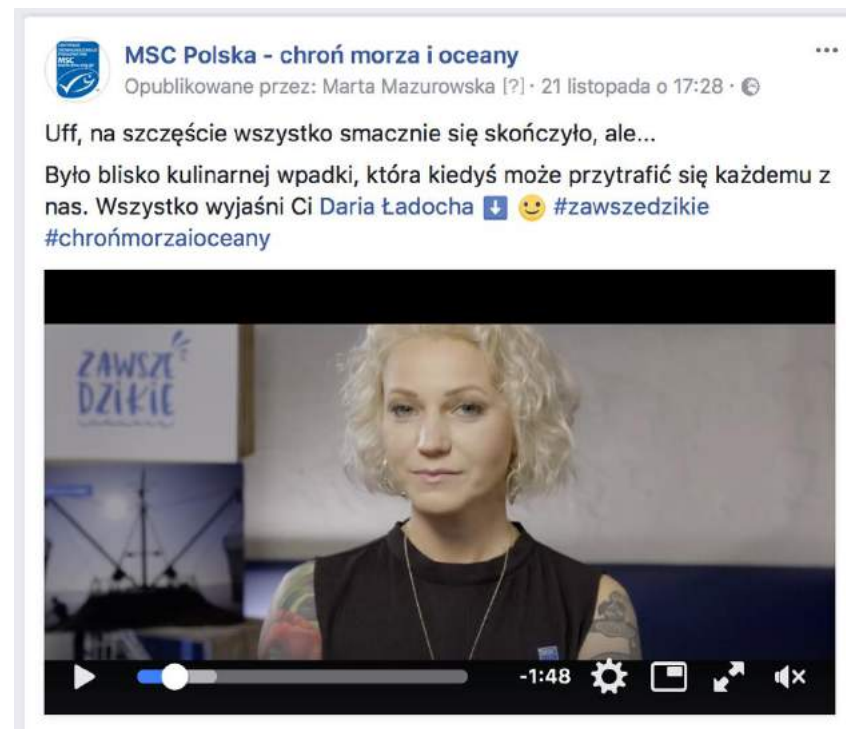
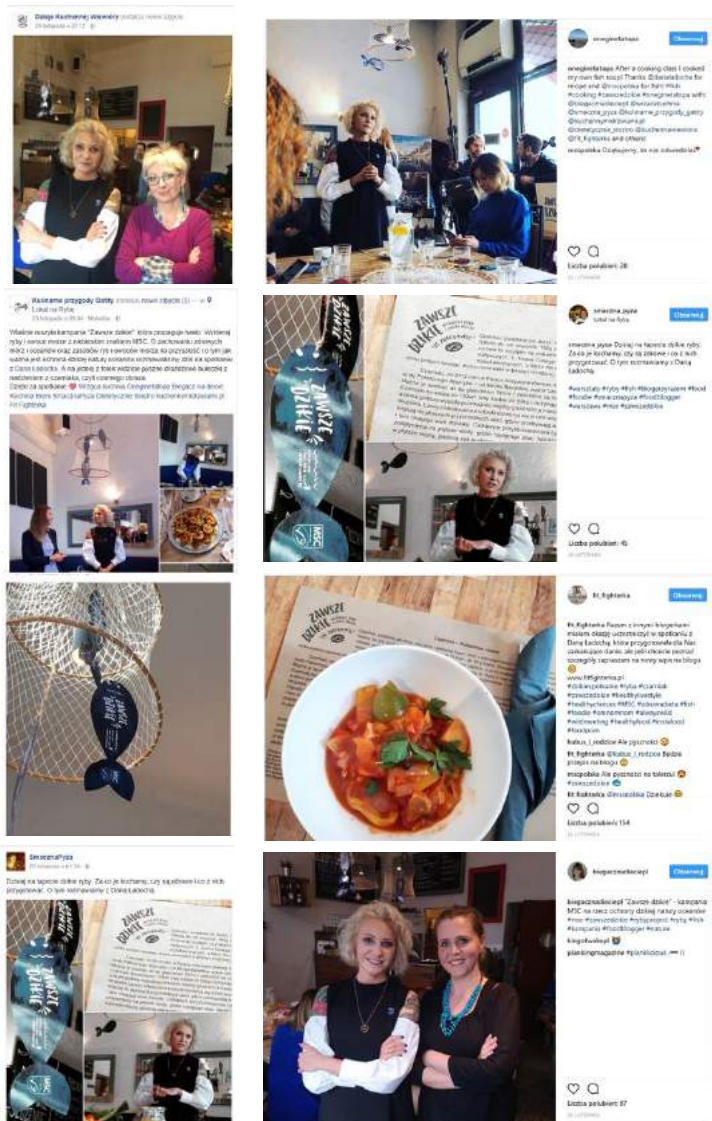


Dzięki spontanicznej reakcji influencerów, wydarzenie w którym wzięły udział stało się początkiem akcji **„Zawsze dzikie”** kontynuowanej na ich blogach.

Blogerki gotowały w swoich domach, publikowały własne przepisy na potrawy z MSC oraz informowały o kampanii.

Aktywność 10 blogerek:

- Blogi: 8 autorskich publikacji
- Facebook: 8 postów
- Instagram: 7 postów



Film z Darią Ładochą i blogerkami został wyświetlony na Facebooku ponad **83 tys.** razy

Konferencja prasowa



20 listopada 2017 w Lokalu Na Rybę odbyła się także konferencja prasowa kampanii „Zawsze *dzikie*”, w której udział wzięli:

- **ambasadorka kampanii Daria Ładocha**
- **przedstawiciele MSC w Polsce:** Anna Dębicka i Joanna Ornoch
- Partnerzy MSC: Agata Zielińska i Aleksandra Wysocka, **FROSTA** oraz Krzysztof Litwinek, **Kaufland**
- **22 dziennikarzy** z redakcji mediów lifestyle, kulinarnych oraz informacyjnych.



Podczas części oficjalnej **Daria Ładocha** opowiedziała o swoim zaangażowaniu w kampanię; **Anna Dębicka** przedstawiła założenia oraz osiągnięcia programu MSC. Zaprezentowano także film ze spotkania z blogerami, który stał się wstępem do dyskusji. O swoim zaangażowaniu w program MSC opowiedzieli także **przedstawiciele firm FROSTA i Kaufland**.

Dyskusję kontynuowano w kularach, przy potrawach – tylko z ryb z certyfikatem MSC – przygotowanych przez Bartka Liska, szefa kuchni Lokalu na Rybę, gotującego żeglarsza i wielkiego miłośnika oceanów.



Konferencja prasowa – lista dziennikarzy



Lista dziennikarzy obecnych na konferencji prasowej:

- Beata Grams z portalu **beszamel.se.pl**
- Iwona Pelszyńska z **Business Woman&Life**
- Piotr Bury z **CKM**
- Ewa Basińska z magazynu **Dobre Rady**
- fotoreporter Mateusz Jagielski z **East News**
- Joanna Hamdan z magazynu **Handel**
- Barbara Wilma i Katarzyna Zajac z **JOY**,
- Kacper Krajewski z **K MAG**
- Monika Jankowska-Kapica z magazynu **Kuchnia**
- Justyna Cytryńska z **Moje Gotowanie**

- Martyna Szydłowska z **mojegotowanie.pl**
- Artur Szymański z **Radia Bogoria**
- Aneta Fizyczak z biura reklamy **Bauer**
- Anna Rusinowicz ze **smaker.pl**
- Monika Bielecka-Kamińska z **Sól i Pieprz**
- Elżbieta Bielińska ze **Świat Kobiety**
- Paulina Zduniak z portalu **ugotuj.to**
- Katarzyna Sikorska-Koza z biura reklamy **Agora**
- Aneta Kowalczyk z **Wysokich Obcasów**
- Dorota Szałkowska ze **Zwierciadła**
- Marzena Pachucka ze **zwierciadlo.pl**.



Zawsze Dzikie w DD TVN



Daria Ładocha – ambasador kampanii Zawsze Dzikie
Anna Dębicka – koordynator programu MSC w Polsce

W czwartek **30.11** Daria Ładocha oraz Anna Dębicka wystąpiły w **Dzień Dobry TVN** prezentując w kąciku kulinarnym przepisy na dzikie ryby z certyfikatem MSC oraz tłumacząc co oznacza certyfikat.

Zobacz program:

[KLIK!](#)

Łączny zasięg wejść w DD TVN
estymowany przez IMM to

1 120 052

Kluczowe przekazy kampanii
w najpopularniejszym programie
śniadaniowym!



Kampania w kinach

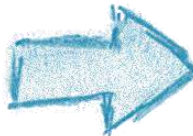


W 17 kinach sieci Multikino w całej Polsce od 20 do 30 listopada 2017 widzowie mogli zobaczyć spot „Tu jest dzika natura oceanów”, zachęcający do ochrony mórz i oceanów poprzez wybór ryb i owoców morza ze zrównoważonych połowów.

W kampanię w Multikinie włączyły się firmy FROSTA i Lidl, a spot dotarł do **167 374 osób**.

Na przełomie stycznia i lutego 2018 r. została zrealizowana dodatkowa kampania w kinach sieci Cinema City, docierając do **879 277 widzów**.

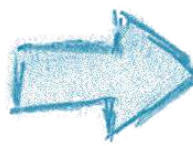
Zobacz film >> [KLIK!](#)

Multikino® 

20 – 30 listopada 2017

Widownia:

167 374

CINEMA CITY™ 

26 stycznia – 8 lutego 2018

Widownia:

879 277



Zawsze dziki śledź, czyli świąteczny śledzik ze znakiem MSC



Akcja “Zawsze dziki śledź na Święta ze znakiem MSC” została zrealizowana w okresie październik–grudzień 2017 roku.

W okresie przedświątecznym i świątecznym konsumujemy znaczną ilość ryb, w tym największym powodzeniem cieszą się śledzie. Dlatego właśnie czas świąt jest idealny do zainteresowania Polaków kwestiami zrównoważonego rybołówstwa, a śledź już po raz trzeci został głównym bohaterem świątecznej akcji MSC.

W tym roku świąteczne działania stały się integralnym elementem kampanii Zawsze Dzikie, pokazując, że także w tym szczególnym okresie możemy zatroszczyć się o dziką naturę mórz i oceanów, aby ryb nie zabrakło dla nas i przyszłych pokoleń.

Świąteczne działania MSC:

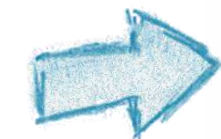
- Wizyty w 200 redakcjach i bezpośrednie spotkania z dziennikarzami
październik – grudzień 2017 r.
- Działania na FB MSC Polska, współpraca z influencerami (osoby publiczne znane, blogerzy i vlogerzy)
grudzień 2017 r.
- Eventy dla konsumentów:
15-16 grudnia 2017 – warsztaty kulinarne dla dzieci w CH Arkadia w Warszawie
22 grudnia 2017 – Warszawski Śledzik Wielokulturowy w Instytucie Sztuki Kulinarnej



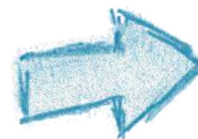
Zawsze dziki śledź, czyli świąteczny śledzik ze znakiem MSC



Dziękujemy partnerom
działania firmom: **IKEA,**
Lidl, Kaufland i Mirko
za przekazanie produktów
śledziowych ze znakiem!



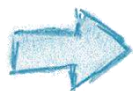
W paczkach dla
dziennikarzy znalazło się
1600 opakowań śledzi ze
znakiem MSC, **3 500**
pierniczek w kształcie
rybek ze znakiem MSC i
100 bochenków chleba



Znane i lubiane osoby dzielą się swoimi świątecznymi
przepisami! W tym roku pomysły na pysznego śledzia
ze znakiem MSC przekazali **Katarzyna Bosacka,**
Mateusz Damięcki, Grzegorz Łapanowski
i **Katarzyna Żak**



Zawsze dziki śledź: spotkania z dziennikarzami



CEL

Przekazanie 200 paczek wybranym redakcjom, dziennikarzom, blogerom, osobom publicznie znanym.

Wyjaśnienie co oznacza niebieski certyfikat MSC, dlaczego należy szukać go w sklepach i warto namawiać do tego czytelników, widzów i słuchaczy



EFEKTY SPOTKAŃ

17 publikacji w najpoczytniejszych tytułach prasowych m.in. Tele Tydzień, Życie na Gorąco, Twoje Imperium, Claudia, Pani, Oliwia, CKM, Rewia, Samo Zdrowie

22 publikacje na portalach m.in. kobieta.interia.pl, kukbuk.com.pl, warszawa.wyborcza.pl, ugotujto.pl oraz w mediach społecznościowych blogerów i influencerów m.in. CrazyNauka, Kotlet.tv, AleMeksyk

6 rozmów z przedstawicielami MSC na antenie najbardziej opiniotwórczych stacji radiowych m.in. Program Pierwszy i Trzeci Polskiego Radia, Radio Zet



Pani

Z dobrego źródła
Zanim sięgniesz w sklepie po taczkę ze śledziami, upewnij się, że jest to ryba z certyfikatem zrównoważonego rybołówstwa MSC. W ten sposób przyczyniasz się do ochrony ekosystemu morskiego.

Claudia



Rewia

WIGILIJNY ŚLEDZ?
Z Certyfikatem MSC
Kupując śledzia z certyfikatem MSC, wspierasz zrównoważony rybołówstwo, które dba o środowisko morskie i przyszłość pokoleń. To nie tylko smaczny, ale i zdrowy wybór.

Kuchnia



Twoje Imperium



Życie na Gorąco



Ekwiwalent reklamowy ponad **2 000 000 PLN**

Dotarcie do ponad **7 165 000** odbiorców*

* Na podstawie danych Instytutu Monitoringu Mediów dla MSC Polska



Tele Tydzień

Świąteczne eventy dla konsumentów



15-16 grudnia 2017

Warsztaty kulinarne dla dzieci w CH Arkadia w Warszawie

- W warsztatach kulinarnych wzięło udział 80 osób (dzieci i młodzież)
- Każdy z uczestników otrzymał pakiet warsztatowy (przepisy, informacje o MSC, gadżety MSC)
- Wszyscy klienci CH Arkadia zostali zaproszeni do spróbowania śledzika z certyfikatem MSC oraz zapoznania się z certyfikatem MSC
- Podczas warsztatów zostały nagrane specjalne świąteczne życzenia dla interesariuszy MSC

>> Zobacz film z życzeniami: [KLIK!](#)



Grzegorz Łapanowski, Ambasador MSC, nagrał specjalne życzenia, aby na świątecznym stole pojawiały się tylko ryby ze zrównoważonych połowów



22 grudnia 2017

Warszawski Śledzik Wielokulturowy w Instytucie Sztuki Kulinarnej

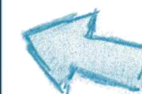
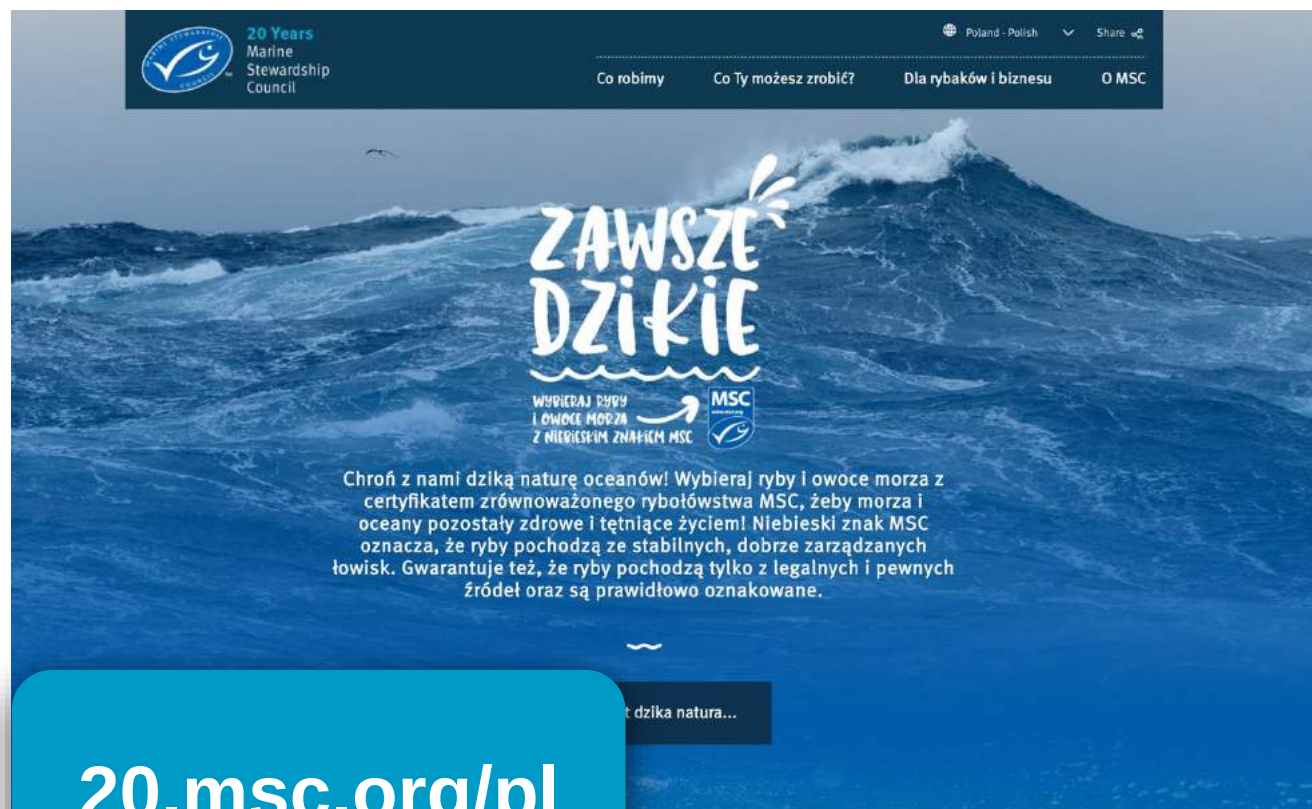
- Na wieczór wspólnego gotowania zostali zaproszeni mieszkańcy Warszawy i okolic, a także goście z dalekich stron, którzy przybliżyli różnorodne tradycje kulinarne
- Polskim akcentem były śledzie ze znakiem MSC przyrządzane na różne sposoby
 - W wydarzeniu wzięło udział ponad 120 osób



Strona www kampanii Zawsze Dzikie



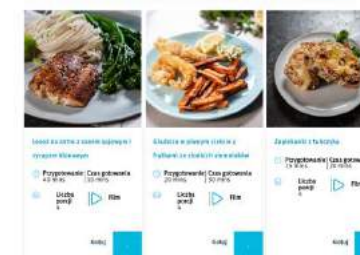
W ramach kampanii uruchomiona została nowa strona [www Zawsze Dzikie 20.msc.org/pl](http://www.ZawszeDzikie20.msc.org/pl), na której użytkownicy znajdą nie tylko przedstawione w przystępny sposób założenia programu MSC, ale także m.in. historie osób, które zaangażowanie chronią dziką naturę mórz i oceanów czy specjalną książkę kucharską MSC.



Wciągające historie
certyfikowanych
rybołówstw z całego
świata



MSC Polska - Przepisy kulinarne
Specjalnie dla miłośników pysznych dań z morza, 100 przepisów z przepisami i zdjęciami dań, które można przygotować w domu. Wszystkie przepisy są zgodne z przepisami MSC i nie zawierają żadnych dodatków. Wszystkie przepisy są zgodne z przepisami MSC i nie zawierają żadnych dodatków. Wszystkie przepisy są zgodne z przepisami MSC i nie zawierają żadnych dodatków.



Filmy z przepisami
na pyszne dania
rybne i owoce
morza

Zawsze Dzikie w Social Media



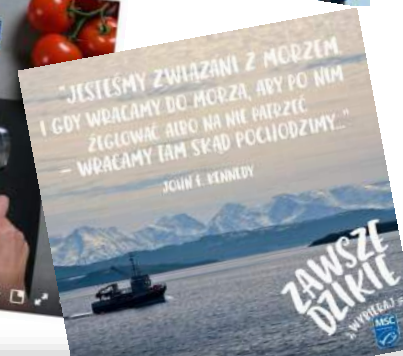
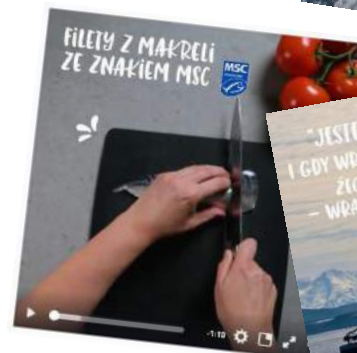
Kampania w mediach społecznościowych skoncentrowana na pozytywnym przekazie: skojarzenia z dzikością, informacje o korzyściach jakie daje konsumentom wybieranie produktów ze znakiem MSC, pyszne przepisy na dania z rybą ze znakiem MSC, etc.

Pokazanie firm – Partnerów MSC, promujących zrównoważone rybołówstwo: wywiady z przedstawicielami partnerskich firm, podziękowania dla partnerów działań (m.in. w formie tzw. badge of honour).

Działania w Social Mediach: 15 listopada 2017 – 6 lutego 2018

Launch profilu **@mscpolska**
na Instagramie

Ponad **450** pozyskanych
followersów



Zasięg ponad **595 000** użytkowników
4 813 interakcji
Ponad **3 600** nowych fanów MSC na Fb



Zawsze Dzikie w Social Media – kampania IndaHash



Dzięki współpracy z #IndaHash, wspólnie z firmą **FROSTA**, przeprowadziliśmy kampanię „Zawsze Dzikie – chroń morza i oceany!”, angażując w komunikację w Social Mediach średniozasięgowych Influencerów lifestylowych oraz kulinarnych, prosząc ich o przygotowanie "dzikiej potrawy" z produktów rybnych marki FROSTA

Dzięki zagospodarowaniu kanałów społecznościowych influencerów dotarliśmy z kluczowymi przekazami do młodszej grupy odbiorców.



EFEKTY

19 inflencerów opublikowało autorskie zdjęcia, które łącznie przyniosły **17 407** interakcji;
4% osiągnięty współczynnik zaangażowania

100%
kampanijnych
hasztagów



#ZawszeDzikie
#ChrońMorzaOceany
#WybierajMSC



indaHash



Działania komunikacyjne partnerów



W działania komunikacyjne kampanii Zawsze Dzikie włączyli się Partnerzy MSC – firmy: **Aldi, FRoSTA, Greenland Seafood, Kaufland, Lidl**. Konsumenci mogli dowiedzieć się o możliwości ochrony dzikich mórz i oceanów poprzez wybór produktów z certyfikatem MSC, dzięki informacjom przekazywanym przez Partnerów m.in. w mediach społecznościowych, na dedykowanych stronach www, w newsletterach, gazetkach konsumenckich oraz materiałach POS w sklepach (przykłady działań komunikacyjnych Partnerów poniżej).



Media społecznościowe FRoSTA*



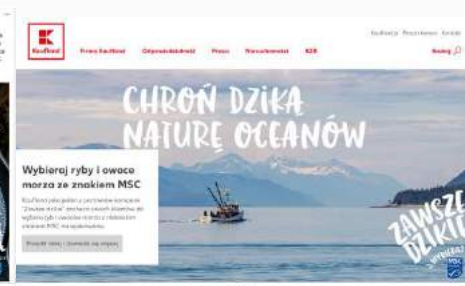
Strona www, media społecznościowe i gazetka konsumencka Lidl*



Strona www i gazetka konsumencka ALDI*



Strona www i media społecznościowe Kaufland*



Newsletter Greenland Seafood*

* Przykładowe działania Partnerów

Efekt medialny kampanii



31 publikacji w najpoczytniejszych tytułach prasowych oraz prasie branżowej

341 publikacji na portalach i blogach

8 audycji radiowych

3 wejścia w telewizji (Dzień Dobry TVN)



Wyborcza.pl



Zwierciadło.pl



Newseria.pl



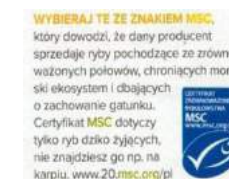
PolskieRadio.pl



383 publikacje o łącznym ekwiwalencie reklamowym
ponad **3 550 000 PLN**
Dotarcie do ponad **12 220 000** odbiorców*



CKM



Oliwia



170 publikacji w mediach społecznościowych*

* Na podstawie danych Instytutu Monitoringu Mediów dla MSC Polska za okres 1.11.2017-31.01.2018

Kontakt:

Joanna Ornoch

MSC Communication and Marketing

Coordinator in Poland

joanna.ornoch@msc.org

+48 506 058 460

