

ŚWIĄTECZNY SLEDZIK ZE ZNAKIEM MSC



PODSUMOWANIE KAMPAanii
2018





W okresie przedświątecznym i świątecznym konsumujemy znaczną ilość ryb, a ogromnym powodzeniem cieszą się tradycyjnie śledzie. Dlatego właśnie czas świąt jest idealny do zainteresowania Polaków kwestią zrównoważonego rybołówstwa, a śledź został głównym bohaterem świątecznej akcji MSC „Świąteczny śledzik ze znakiem MSC”.

Organizowana już czwarty rok z rzędu przez MSC kampania ma charakter edukacyjny. Jej celem jest zaznajomienie Polaków z certyfikatem MSC i zachęcenie do wyboru na święta śledzia i innych ryb pochodzących ze zrównoważonych połowów.

Nie byłoby to możliwe bez wsparcia Partnerów, którzy razem z MSC Polska informowali Polaków, w jaki sposób każdy z nas może zadbać o to, by dzikich ryb na świątecznym stole nie zabrakło także dla przyszłych pokoleń.

Dziękujemy i zachęcamy do lektury!

Zespół MSC w Polsce



KAMPAANIA ŚWIĄTECZNY ŚLEDZIK ZE ZNAKIEM MSC



CĘL: Zaznajomienie Polaków z certyfikatem MSC i zachęcenie do wyboru na święta śledzia i innych ryb pochodzących ze zrównoważonych połowów.

ELEMENTY KAMPAanii:

- **Wizyty w redakcjach i bezpośrednie spotkania z 230 dziennikarzami, blogerami i influencerami**
październik – grudzień 2018
- **Kampania reklamowa w środkach transportu oraz plakaty w Warszawie**
1-15 grudnia 2018
- **Wydarzenie „Świąteczny Śledzik ze znakiem MSC” w Hali Koszyki w Warszawie**
8 grudnia 2018
- **Działania w mediach społecznościowych**
1-31 grudnia 2018
- **Kampania reklamowa Google Display Network i Adwords**
1-8 grudnia 2018 oraz 11-23 grudnia 2018
- **Działania edukacyjne skierowane do szkół**
listopad – grudzień 2018



SPOTKANIA Z DZIENNIKARZAMI

Bezpośrednie spotkania z 230 dziennikarzami, blogerami i influencerami, których celem było wyjaśnienie, co oznacza certyfikat MSC oraz dlaczego należy szukać go w sklepach i warto namawiać do tego czytelników, widzów i słuchaczy.

Podczas spotkań przekazaliśmy życzenia wraz ze świąteczną paczką, w której znalazły się:

- produkty rybne ze znakiem MSC przekazane przez firmy: ALDI, Biedronka, Kaufland, Lidl, Mirko, Seko, Thai Union (KingOscar), przyprawa do ryb od FRoSTY, wraz ze świeżym chlebem, świątecznymi serwetkami i puszką pachnących pierniczków MSC
- informacja prasowa, pendrive z materiałami oraz zaproszenie na warsztaty kulinarne
- świąteczne przepisy kulinarne na śledzia przygotowane przez gwiazdy i influencerów wspierających działania MSC: Darię Ładochę, Grzegorza Łapanowskiego, Mateusza Damińskiego, Joannę Matyjęk – Odczaruj Gary.



DZIĘKUJEMY FIRMOM, KTÓRE PRZEKAZAŁY DO ŚWIĄTECZNYCH PACZEK PRODUKTY RYBNE Z NIEBIESKIM CERTYFIKATEM MSC!



EFEKT MEDIALNY

34 publikacje w najpoczytniejszych tytułach prasowych m.in. Gazeta Wyborcza, Polityka, Newsweek, Tele Tydzień, Życie na Gorąco, Twoje Imperium, KUKBUK, Claudia, Oliwia, CKM, Rewia.

143 publikacje na portalach i blogach m.in. kukbuk.pl, polityka.pl, newsweek.pl, warszawa.wyborcza.pl, msn.com, polskieradio.pl, tvp.info, kobieta.interia.pl, kobieta.onet.pl, ugotujto.pl

10 audycji w opiniotwórczych stacjach radiowych m.in. PR 1 Polskiego Radia, PR 3 Polskiego Radia, Polskie Radio Czwórka, Radio ChilliZet, Radio RDC

ZASIĘG: 12 833 971*
AVE: 4 467 421 PLN*



Życie na Gorąco GOTUJ Z ŻYCIEM

PRZEPISY GWIAZD

Joanna Odczaruj Gary
Ryba po grecku:
Filety z dorsza MSC posyp solą i pieprzem. Obierz ziemniaki, zanurz w jajku, usmaż na oleju. I na patelni krojoną w daj starte 3 1 pietruszkę, 1 paprykę, sm. Przełóż do niej odrobinkę

Świąteczny śledzik

Do świątecznych potraw wybieraj ryby z certyfikatem zrównoważonego rybołówstwa MSC. W ten sposób pomagasz chronić zasoby mórz i oceanów

CERTYFIKAT ZRÓWNOWAŻONEGO RYBOŁÓWSTWA MSC
www.msc.org/pl

RYBY NA WIGILIĘ? Z CERTYFIKATEM!
Wysztukać sobie wigilię jest tradycyjnym zwyczajem i myśli rybami, ale nie śledzi! To niekoniecznie jest dobry wybór, ponieważ w ciągu ostatnich 50 lat wielkość morskich populacji dzikich ryb zmalała niemal o połowę. Jeśli chcemy, by na kolację 50 lat zostało zdrowe i smaczne mięso, musimy wybrać zdrowe i smaczne ryby pochodzące ze zrównoważonych, przyjaznych dla środowiska połowów, które rozpoznamy po niebieskim certyfikacie MSC na opakowaniu.

JEDZ ŚLEDZIE NA ZDROWIE
Śledzie należą do ryb tłustych. Jak wiele morskich ryb oddziałują bardzo korzystnie na nasz organizm. Ze względu na wysoką zawartość nienasyconych kwasów tłuszczowych (zwłaszcza DHA i EPA) wspomagają rozwój płodu, dlatego są zalecane dla ciężarnych. Mięso śledzia zawiera dużo łatwo przyswajalnego białka, a także potas, jod i selen. Wybieraj ryby z certyfikatem MSC, co oznacza, że pochodzą z zrównoważonych łowisk.

ŚWIĄTECZNY ŚLEDZIK ZE ZNAKIEM MSC

JEDZ DOBRE RYBY!

Wszyscy wiemy, że powinniśmy jeść 2-3 porcje ryb w tygodniu. Jednak zasoby zdrowych ryb nie są nieograniczone, niektóre gatunki są zagrożone wyginięciem. Dlatego odławia się je tylko w określonym czasie, nie ogołaca z nich mórz tylko dlatego, że np. akurat teraz jest popyt na dorsza. Aby wspierać tę akcję, warto kupować ryby (od śledzi po kawior), które na opakowaniu mają niebieski symbol ze skrótem MSC. To właśnie certyfikat zrównoważonego rybołówstwa. Znajdziesz je m.in. w sklepach sieci Biedronka, Lidl, IKEA, Kaufland. www.msc.org/pl



Świąteczny śledź ty

Trudno wyobrazić sobie święta bez tradycyjnej wy, biorąc pod uwagę, że wielkość morskich i o połowę w ciągu ostatnich 50 lat! Jeśli chcesz, abyś mógł cieszyć się smakiem dzikiego śledzia, dorsza czy łososia, już dziś powinniśmy wybierać ryby z certyfikatem MSC. To międzynarodowa organizacja, która dba o to, by produkty w sklepach pochodziły z przyjaznych środowisku zrównoważonych połowów. Dzięki temu

EKSPERT REWII RADZI

Hanna Szymkiewicz
— doświadczona mistrzyni kulinarna



Tylko z certyfikatem

Zawsze kupuj śledzie, ryby, owoce morza czy konserwy rybne z charakterystycznym niebieskim certyfikatem MSC (Marine Stewardship Council). To międzynarodowa organizacja, która dba o to, by produkty w sklepach pochodziły z przyjaznych środowisku zrównoważonych połowów. Dzięki temu

w morzach oraz oceanach pozostaje więcej ryb, by wystarczyło ich dla nas i przyszłych pokoleń. W Polsce dostępnych jest już ponad 700 produktów z certyfikatem MSC.

Dobrze wymoczone

Śledzie z beczki, które są najbardziej słone, moczyć 1-2 godziny, przynajmniej raz zmieniając wodę. Mniej słone są matjasy, więc moczyć je 15-20 minut.

*Dane na podstawie Instytutu Monitorowania Mediów. Pełen wykaz publikacji stanowi załącznik do raportu.

KAMPAANIA REKLAMOWA W WARSZAWIE

Reklamy Świątecznego Śledzika ze znakiem MSC można było zobaczyć w Warszawie na przystankach i słupach reklamowych, na reklamach na autobusach oraz na ekranach w środkach transportu publicznego.

Reklama na autobusach, słupach reklamowych i przystankach

- 1-15 grudnia
- Nośniki: 10 x citylight, 33 x citylight premium, 35 x busback
- **Zasięg kampanii: 819 074***
- **Liczba kontaktów: 5 979 324***

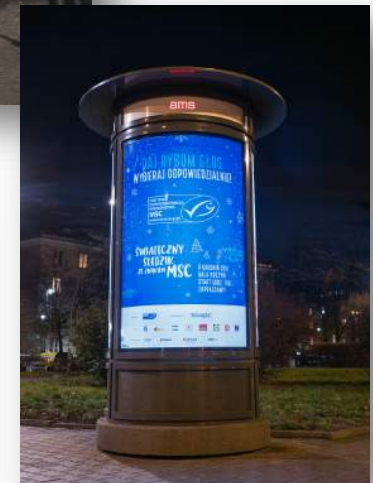
* Dane na podstawie AMS Metrics

Reklama na ekranach w komunikacji miejskiej

- 3-9 grudnia
- Spoty na ekranach w 266 tramwajach, 682 autobusach i 26 pociągach SKM



Dziękujemy m. st. Warszawa
za wsparcie kampanii MSC!



ŚWIĄTECZNY ŚLEDZIK W HALI KOSZYKI – 8 GRUDNIA 2018



8 grudnia dnia (sobota) w Hali Koszyki w Warszawie zorganizowany został ŚWIĄTECZNY ŚLEDZIK ZE ZNAKIEM MSC – wydarzenie kultywujące tradycję świątecznych spotkań przy śledziku oraz edukujące na temat ryb pochodzących ze zrównoważonych połowów.

Celem wydarzenia była edukacja i zachęcenie Warszawiaków do wybierania ryb pochodzących ze zrównoważonych połowów. Dla gości wydarzenia zorganizowane zostały: pokazy live cooking w wykonaniu uznanych szefów kuchni: Martina Gimeneza Castro, Tomasza Jakubiaka, Davida Gaboriaud i Mateusza Zielonki; atrakcje edukacyjne dla dzieci, morska fotobudka, interaktywna wystawa edukacyjna FRoSTY „Może zadbajmy o morze” oraz wieczorny program artystyczny z muzyką i komedią improwizowaną „O rybach i nie tylko”, w wykonaniu Teatru Improwizowanego Hofesinka. Wszyscy goście mogli także skosztować śledzi z certyfikatem MSC.

Tego dnia Halę Koszyki odwiedziło 10 000-12 000 osób, a ponad 1500 osób bezpośrednio wzięło udział w atrakcjach przygotowanych przez MSC.

Organizator:



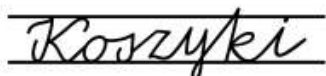
Partnerzy:



Patroni medialni:



Współorganizator



ŚWIĄTECZNY ŚLEDZIK W HALI KOSZYKI – LIVE COOKING



Do rozmów o kulinarnych tradycjach świątecznych zaprosiliśmy topowych szefów kuchni: Martina Gimeneza Castro, Tomasza Jakubiaka, Davida Gaboriaud i Mateusza Zielonkę. Szefowie podzielili się także swoimi autorskimi przepisami na świąteczne dania z certyfikowanymi rybami, które można znaleźć w [Książce Kucharskiej MSC](#). Spotkania poprowadziła Julita Strzałkowska - blogerka kulinarna, autorka bloga Wrząca Kuchnia.



MATEUSZ ZIELONKA

SZEF KUCHNI, ZWYCIĘZCA PROGRAMU MASTERCHEF



MARTIN GIMENEZ CASTRO

SZEF KUCHNI, PIERWSZY POLSKI TOP CHEF



TOMEK JAKUBIAK

SZEF KUCHNI, DZIENNIKARZ KULINARNY



DAVID GABORIAUD

SZEF KUCHNI, PODRÓŻNIK

ŚWIĄTECZNY ŚLEDZIK W HALI KOSZYKI

– WARSZTATY KULINARNE DLA DZIENNIKARZY

Podczas wydarzenia w Hali Koszyki zorganizowaliśmy warsztaty kulinarne dla mediów, w których wzięło udział 20 dziennikarzy.

Wśród uczestników warsztatów znaleźli się dziennikarze reprezentujący wiodące media m.in. Claudia, Pani Domu, Przyjaciółka, Polskie Radio Program 1, Polskie Radio Czwórka, Radio Plus, TVP, KUKBUK, Super Express, Handel, Gotuj.pl, MojeGotowanie.pl, PrzeslijPrzepis.pl, Warszawa w Pigułce.

Warsztaty poprowadził **Martin Gimenez Castro** - pochodzący z Argentyny zwycięzca pierwszej edycji programu Top Chef. Martin na co dzień prowadzi dwie autorskie restauracje (w tym jedną rekomendowaną przez prestiżowy przewodnik Michelin), a podczas warsztatów podzielił się z dziennikarzami autorskim przepisem na dzikiego łososa z certyfikatem MSC oraz tradycyjne argentyńskie *empanadas gallegas* z certyfikowanym tuńczykiem.



ŚWIĄTECZNY ŚLEDZIK W HALI KOSZYKI – 8 GRUDNIA 2018



ZOBACZ FILM >> KLIK !



DZIAŁANIA W SOCIAL MEDIACH

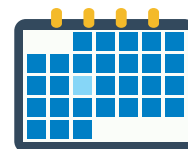


Kampania „Świąteczny Śledzik ze znakiem MSC” została także przeprowadzona w mediach społecznościowych: na Facebooku oraz Instagramie. Przez cały grudzień opublikowaliśmy 59 postów, których celem była edukacja użytkowników połączona z atrakcyjnymi treściami m.in. ciekawostkami, konkursami czy przepisami gwiazd i szefów kuchni.

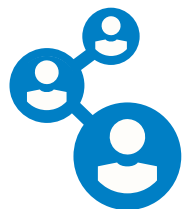
Co udało się osiągnąć?



705 nowych polubień na Facebooku



44 posty na Facebooku i **15** postów na Instagramie



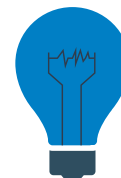
dotarcie do **373 755** osób na Facebooku oraz **139 854** na Instagramie



59 376 wyświetleń filmów



3 322 interakcje na Facebooku oraz **61** na Instagramie



154 zgłoszeń w konkursach



DZIAŁANIA W SOCIAL MEDIACH – KONKURSY



W ramach kampanii „Świąteczny Śledzik z certyfikatem MSC” w social mediach przygotowaliśmy cztery konkursy z Partnerami skierowane do fanów profilu [MSC – Chroń morza i oceany](#) na Facebooku.

Konkursy od wielu lat cieszą się bardzo dużą popularnością w naszych mediach społecznościowych. To świetna okazja, aby połączyć edukację z zabawą, a także informować konsumentów o dostępności produktów z certyfikatem MSC od wielu producentów oraz sieci handlowych. Tak było również podczas grudniowej kampanii. Udało nam się w każdym konkursie zawrzeć element edukacyjny, a do tego przygotowane przez Partnerów nagrody doskonale wpisywały się w świąteczną atmosferę wręczania podarunków.



ZASIĘG KONKURSÓW: 37 547
LICZBA ZGŁOSZEŃ: 156

Google Display Network

W grudniu wystartowaliśmy z kampanią w sieci reklamowej Google Display Network zachęającą do odwiedzenia Hali Koszyki 8 grudnia, gdzie odbywał się Świąteczny Śledzik.

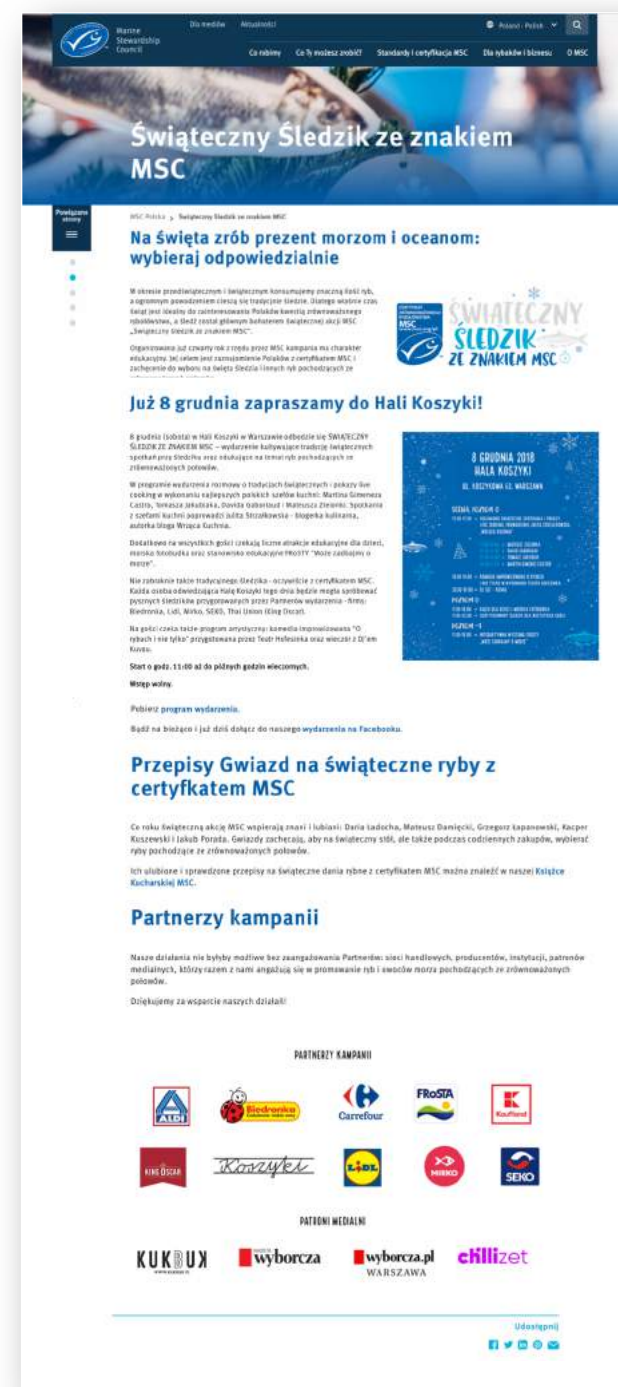
Reklama MSC wyświetlana była m.in. na portalach: Wp.pl, Onet.pl, Interia.pl czy Gazeta.pl (top portale).

- Liczba wyświetleń: prawie **1 180 000**
- Liczba kliknięć na stronę MSC: **5 807**



Czas przedświąteczny to dla wielu z nas intensywny okres poszukiwania przepisów oraz informacji o gatunkach ryb. W związku z tym uruchomiliśmy kampanię Adwords kierującą do strony www.msc.org/pl oraz podstron z przepisami, informacjami co oznacza niebieski certyfikat MSC oraz gdzie można kupić certyfikowane produkty.

- Liczba wyświetleń: ponad **60 000**
- Liczba kliknięć: **3 600**



DZIAŁANIA EDUKACYJNE W SZKOŁACH

MSC wspólnie z Fundacją Szkoła na Widelcu opracowało scenariusz lekcji „Ryba na wigilijnym stole” wraz z kartami pracy dla uczniów, które zostały zamieszczone na platformie www.dobrzejemy.szkolanawidelcu.pl.

Scenariuszowi towarzyszyły konkursy dla szkół i uczniów oraz promocja działania (platforma i newsletter Dobrze Jemy, media społecznościowe, ogólnopolski dziennik elektroniczny Vulcan).



Program skierowany do nauczycieli i uczniów szkół podstawowych klas I-III.

Dotarcie:
1 400 szkół
6 000 nauczycieli
150 000 uczniów
280 000 rodziców

Rezultaty:

- Scenariusz lekcji pobrany **450 razy**
- Karty pracy pobrane **540 razy**
- Film edukacyjny MSC „Mój tata jest rybakiem” wyświetlony za pośrednictwem platformy **560 razy**
- **60 zgłoszeń** przesłanych przez szkoły w konkursie na najlepiej zrealizowaną lekcję

[ZOBACZ LEKCJĘ POKAZOWĄ >> KLIK !](#)



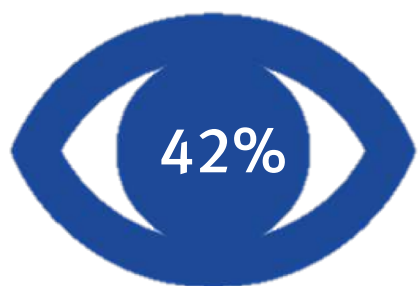
REZULTATY KAMPAanii



Z 27,5% do 37,5% wzrósł odsetek Warszawiaków, którzy zadeklarowali, że spotykają się często lub od czasu do czasu z logo MSC.



Wśród osób, które spotkały się z kampanią:
Prawie **2/3** uważa, że kampania była ciekawa i chciałoby widzieć podobne działania w przyszłości.
Ponad **50%** respondentów stwierdziło, że dzięki kampanii dowiedzieli się czegoś nowego i że zachęciła ich ona do zakupów produktów z certyfikatem MSC w przyszłości.



Taki odsetek Warszawiaków spotkał się z logo MSC na materiałach reklamowych kampanii.

*Dane na podstawie badań przeprowadzonych na mieszkańcach Warszawy przez ARC Rynek i Opinia w dn. 25-30.11.2018 (n=506) oraz 21-31.12.2018 (n=502) na zlecenie MSC Polska.



DZIĘKUJEMY!



KONTAKT: JOANNA ORNOCH

MSC COMMUNICATION AND MARKETING COORDINATOR IN POLAND

+48 506 058 460, JOANNA.ORNOCH@MSC.ORG