



Z MORZA NA TALERZ

KAMPANIA „Z MORZA NA TALERZ”

Raport z działań

Dziękujemy Państwu za włączenie się w Kampanię „Z morza na talerz”, która jest pierwszą w Polsce kampanią skierowaną do polskich konsumentów realizowaną przez MSC Polska z tak szerokim gronem Partnerów.

Dziękujemy również za nieocenione wsparcie, miłe przyjęcie i otwartość na nasze pomysły oraz za wyrozumiałość Państwa i sprawne działanie pomimo niezwykle napiętego harmonogramu kampanii i krótkiego czasu na jej przygotowanie.

Mamy nadzieję, że Kampania „Z morza na talerz” jest właśnie tą kampanią, która zapoczątkuje kolejne, wspólne działania we współpracy z tak miłym gronem. Razem chrońmy zasoby mórz i oceanów!

Dziękujemy!

*Anna Dębicka, Katarzyna Skawińska
MSC Polska*

Partnerzy Kampanii

W Kampanię „Z morza na talerz” włączyły się firmy:

- Alma
- Carrefour
- FRoSTA
- IKEA
- Kaufland

Kampania prowadzona była również we wszystkich kanałach komunikacyjnych MSC Polska.



Czas trwania Kampanii

Kampania trwała od 16 marca 2016 roku do końca kwietnia 2016 roku. W tym okresie zarówno MSC Polska jak i wszyscy partnerzy Kampanii publikowali sprofilowane pod kątem firm informacje przygotowane przez MSC Polska.

W dniu 22 marca 2016 odbyło się również spotkanie prasowe w Kuchni Spotkań IKEA w Warszawie.



Materiały Kampanii

Materiały kampanii stanowiły:

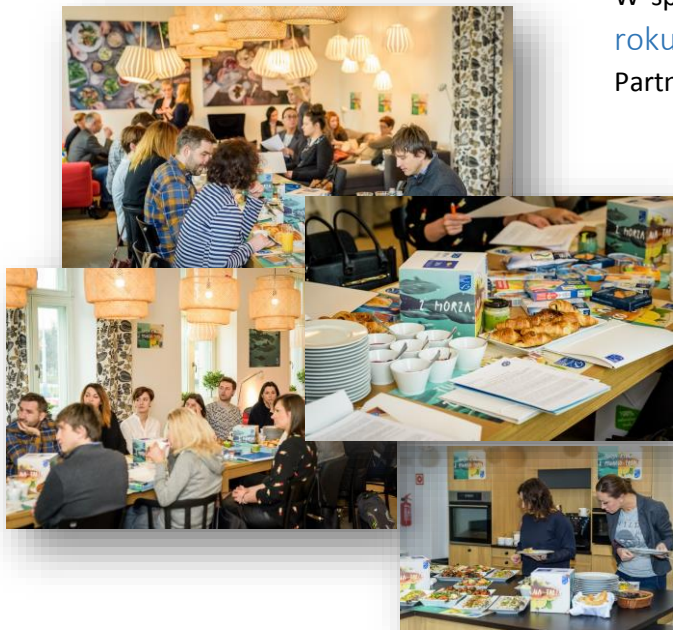
- [notatka prasowa,](#)
- przykłady komunikatów dla Partnerów,
- [raport „TESTY DNA – pewność, że ryby i owoce morza pochodzą z wiarygodnych źródeł”,](#)

oraz materiały graficzne sprofilowane pod kątem Partnerów:

- [film na Youtube](#),
- [posty na portal społecznościowy Facebook](#),
- [bannery na strony internetowe](#),
- [przepisy kulinarne](#).

Dodatkowo w sklepach **Alma** na terenie całego kraju rozdystrybuowano przepisy kulinarne MSC dla klientów sklepu (40 000 ulotek z przepisami), artykuł o Kampanii i wynikach Raportu pojawił się w Gazetce dla konsumentów sieci **Kaufland** (5 milionów odbiorców), a **IKEA** wsparła Kampanię udostępniając Kuchnię Spotkań IKEA na spotkanie prasowe.

Spotkanie Prasowe



W spotkaniu dla mediów, które odbyło się **22 marca 2016 roku** obecni byli przedstawiciele MSC oraz przedstawiciele Partnerów Kampanii:

MSC: Anna Debicka, szefowa MSC w Polsce, Katarzyna Skawińska, Communication Officer MSC Polska

Carrefour: Barbara Kowalska (Senior Menadżer Działu Jakości), Natalia Przybytkowska (Menadżer ds. Zrównoważonego Rozwoju),

IKEA: Mateusz Frycze (Restaurant Manager), Agata Czachórska (Communication Specialist)

FROSTA: Natalia Majewska (Specjalista ds. komunikacji), Aleksandra Hućcia (Agencja JBcomm)

Podczas spotkania przedstawicielki MSC opowiedziały o wynikach [Raportu „TESTY DNA – pewność, że ryby i owoce morza pochodzą z wiarygodnych źródeł”](#) i Kampanii „Z morza na talerz”, a przedstawiciele Partnerów Kampanii opowiedzieli o tym, dlaczego organizacje które reprezentują wzięły udział w Kampanii i jak wyglądają prowadzone przez nich działania na rzecz ochrony mórz i oceanów.



W spotkaniu udział wzięło 20 dziennikarzy:

1. Agnieszka Broniecka, PolskaPress
2. Krystyna Cichecka, Super Express
3. Marta Garlińska, Opakowanie
4. Olin Gutowski, Food Service
5. Anna Guoman, Super Express
6. Sylwia Kazimierczuk, Gotujmy.pl
7. Magda Kłodecka, Gazeta Wyborcza
8. Małgorzata Krukowska, Kobiety Przedsiębiorcze
9. Agnieszka Laskowska, Tygodnik Angora
10. Anna Mijakowska, Edipresse
11. Paweł Oksanowicz, BIZOn
12. Ewa Raca, Chwile dla Ciebie/Relaks
13. Andrzej Ratajczyk, Warsaw Voice
14. Danuta Siekierska, Przegląd Gastronomiczny
15. Maja Świącka, ISBhandel
16. Dorota Sulich, KUKBUK
17. Tomasz Awdziejczyk, Twój Styl
18. Paweł Palikot, Shape
19. Iza Gwiazda, Zdrowie
20. Dorota Szadkowska, Wysokie Obcasy



Efekty medialne kampanii

Dane na podstawie Instytutu Monitoringu Mediów. W tabelce nie uwzględniono poufnych danych Partnerów takich jak liczba odwiedzi stron internetowych na których ukazały się informacje o Kampanii, zasięg działań w social media.

katalog	źródło	tytuł	data	AVE [zł]
Prasa	Przemysł Spożywczy	Testy DNA pomagają ustalić źródła pochodzenia ryb i owoców morza	2016-04-01	1 040
Prasa	metrocafe.pl Warszawa	Nie kupuj ryby w worku	2016-03-25	4 914
Radio	Radio Muzo.fm	Bizon	2016-03-26 08:00:54	45 733
Portale	nowyekran.info	Zanim zginie ostatnia ryba	2016-04-28	100
Portale	dlahandlu.pl	Alma, Carrefour i Kaufland promują ryby ze znakiem MSC	2016-03-23	1 000
Portale	wolna-polska.pl	Zanim zginie ostatnia ryba	2016-04-28	1 482
Portale	gazetaslaska.pl	Zanim zginie ostatnia ryba	2016-04-28	100
Portale	alexjones.pl	Zanim zginie ostatnia ryba...	2016-04-26	3 561
Portale	rokor1.pl	Zanim zginie ostatnia ryba...	2016-04-25	140
Portale	handlextra.pl	Alma, Carrefour i Kaufland połączyły siły	2016-03-29	100

Portale	raportrolny.pl	To ważne skąd przychodzi ryba - 30% produktów rybnych na świecie jest niewłaściwie oznakowanych	2016-03-26	600
Portale	gospodarkamorska.pl	Prawie wszystkie produkty MSC są prawidłowo oznakowane	2016-03-26	313
Portale	netbrokers.pl	Opracowania	2016-03-25	154
Portale	netb.pl	Ponad 30 proc. produktów rybnych jest niewłaściwie oznakowanych	2016-03-25	111
Portale	metrocafe.pl	Jedni mówią: "Jedz ryby bo są zdrowe". Inni: "Nie jedz, bo mają metale". Co robić?	2016-03-24	9 000
Portale	csr.pl	To ważne skąd przychodzi ryba	2016-03-24	350
Portale	cytrynowo.pl	To ważne skąd przychodzi ryba. Testy DNA pomagają ustalić źródła pochodzenia ryb i owoców morza	2016-03-23	133
Portale	portalspozywczy.pl	Ponad 30 proc. produktów rybnych jest niewłaściwie oznakowanych	2016-03-23	1 000
Portale	portalmorski.pl	99,6 proc. produktów rybnych ze znakiem MSC zdało testy DNA	2016-03-23	1 678
Portale	isbhandel.pl	Testy DNA pomagają ustalić źródła pochodzenia ryb	2016-03-22	100
Portale	isbhandel.pl	Rusza kampania Z morza na talerz	2016-03-22	100
SMedia	facebook.com	MSC Polska - chroń morza i oceany: Czy wiecie, że testy DNA pomagają nam zapewnić, że produkty rybne z logo MSC pochodzą z wiarygodnego, godnego zaufania źródła?	2016-03-24	19
SMedia	facebook.com	CSR.pl: http://csr.pl/article/1206/. csr.pl.	2016-03-24	4
SMedia	xebola.wordpress.com	Zanim zginie ostatnia ryba...	2016-05-02	25
SMedia	marucha.wordpress.com	Zanim zginie ostatnia ryba	2016-04-30	25
SMedia	ryszardpiotrnisza.blogspot.com	Zanim zginie ostatnia ryba...	2016-04-26	358
SMedia	xebola.wordpress.com	xebola.wordpress.com: Zanim zginie ostatnia ryba...	2016-04-25	25
SUMA AVE (zł)				72 165

Kontakt:

Katarzyna Skawińska

MSC Polska

Katarzyna.skawinska@msc.org, tel. +48 502 633 202

www.msc.org/pl

