

Świąteczna kampania MSC 2025 ze śledziem w roli głównej

Podsumowanie obecności firm **Abba**, **Aldi**,
Kaufland, **Lidl** i **Mirko** w Świątecznej Kampanii MSC

Grudzień 2025



Śledź – główny bohater świątecznej kampanii MSC

Śledź to jedna z najbardziej popularnych ryb morskich kojarzonych z polską kulturą kulinarną. Nieprzerwanie króluje na naszych stołach w okresie świąt Bożego Narodzenia, karnawału, Ostatków czy Wielkiego Postu. Śledzie odpowiadają obecnie za blisko 20% wszystkich spożywanych w Polsce ryb i owoców morza. Są najczęściej wybieranym gatunkiem ryby.

Organizowana już 11. rok z rzędu przez MSC świąteczna kampania miała charakter edukacyjny. Jej celem było zaznajomienie Polaków z certyfikatem MSC i zachęcenie do wyboru na święta ryb pochodzących ze zrównoważonych połowów.

Z przyjemnością prezentujemy Państwu wyniki tegorocznej kampanii.



Świąteczne paczki

Wspólnie z Partnerami - firmami Abba, Aldi, Kaufland, Lidl i Mirko przygotowaliśmy **świąteczne paczki dla 120 influencerów i dziennikarzy**. W paczce znalazły się:

- produkty śledziowe z certyfikatem MSC przekazane przez Partnerów
- świąteczne upominki od MSC (torba termiczna, kuchenna ściereczka, pierniczki, oraz półmisek (tylko dla influencerów)
- kartka świąteczna z życzeniami i przepisem na potrawę ze śledzia

Przekazując paczki poprosiliśmy o pomoc w dotarciu do Polaków z informacją o tym, jak ważne jest, aby na świąteczny stół wybierać certyfikowane ryby pochodzące ze zrównoważonych połowów.



Influencerzy i blogerzy

W dotarciu do szerokiego grona odbiorców wsparło nas **21** influencerów i blogerów, którzy z zaangażowaniem komunikowali w swoich mediach społecznościowych, co oznacza certyfikat MSC oraz dlaczego warto zwracać uwagę na pochodzenie ryb trafiających na świąteczny stół.

- Katarzyna Żak
- Milena Nosek
- Anna Smołowik
- Ania Kosterna-Kaczmarek / Czosnek w Pomidorach
- Julita Strzałkowska / Wrząca kuchnia
- Magda i Łukasz Sawa / Ale Meksyk
- Ola Juskiewicz
- Joanna Matyjek / Odczaruj Gary
- Tomek Czajkowski / Magiczny Składnik
- Kasia i Tomek Poneta / Plate of Joy
- Kasia Nowakowska / Kuchnia bazylii
- Sebastian Wilczek
- Ola i Piotr Stanisławscy / CrazyNauka
- Blanka Kolago Szymańska / Slow Fix
- Edyta Kusińska / Madame Edith
- Alicja / Warszawski Smak
- Wiola Wołoszyn / Matka Wariatka
- Kasia Kłos / Niezły Młynek
- Nakarmiona Starecka / Basia Starecka
- Duszyńska makeup / Kasia Duszyńska
- Zuch Rysuje

Publikacje w mediach

46 publikacji w najpoczytniejszych tytułach prasowych m.in. Tele Tydzień, Fakt, Przyjaciółka, Pani

1339 publikacji na portalach i blogach m.in. onet.pl, tvn24.pl, onet.pl, zdrowie.pap.pl, se.pl, polskieradio.pl

129 publikacji w opiniotwórczych stacjach radiowych m.in. PR 1 Polskiego Radia, Program 3 Polskiego Radia, Radio Nowy Świat, Polskie Radio Czwórka, Radio 357, TOK FM

Nowe: 3 podcasty

1 TV

Link do listy z publikacjami w mediach

*Na podstawie danych
Instytutu
Monitorowania
Mediów.

ZASIĘG: 19,57 mln*
AVE: 3,79 mln PLN*



Gotowe i zdrowe
Filety śledziowe w sosie koperkowym to smaczna i wyjątkowa przekąska, która jest wspaniałym źródłem witaminy D oraz cennych kwasów omega-3. Ryby pochodzących ze zrównoważonych połowów i mających certyfikat MSC.

■ Nautica, ok. 7,89 zł/300 g



Influencerzy i ambasadorzy o śledziach MSC

21 współpracujących z nami influencerów i blogerów opublikowało na swoich profilach FB i IG materiały pokazujące produkty śledziowe z Certyfikatem MSC od naszych Partnerów oraz ogólne materiały o śledziu z certyfikatem MSC.

2 osoby opublikowały POST: Crazy Nauka (163 tys. obserwujących na FB) i ZUCH Maciej Mazurek (24 tys na FB i 6 tys na IG)

19 osób opublikowało STORIES na FB i IG, w tym między innymi: Katarzyna Żak (95 tys fanów na FB i 80 tys na IG), Nakarmiona Starecka (32 tys na FB i 106 tys na IG), Wiola Wołoszyn Matka Wariatka (127 tys na FB i 38,5 tys na IG)

43 posty i stories na **22** profilach na FB o łącznym zasięgu niemal **700 tys** obserwujących; **42** posty i stories na **21** profilach na IG o łącznym zasięgu niemal **461 tys** obserwujących,
RAZEM 85 publikacji o ŁĄCZNYM ZASIĘGU = 1 146 100



Działania w social mediach

Przez cały grudzień na Facebooku oraz na Instagramie MSC opublikowaliśmy ponad 50 **postów na FB, Instagramie i LinkedIn**, których celem była edukacja użytkowników połączona z atrakcyjnymi treściami m.in. animacjami (np. jaki śledź na święta), konkursami czy świątecznymi przepisami od gwiazd i szefów kuchni.



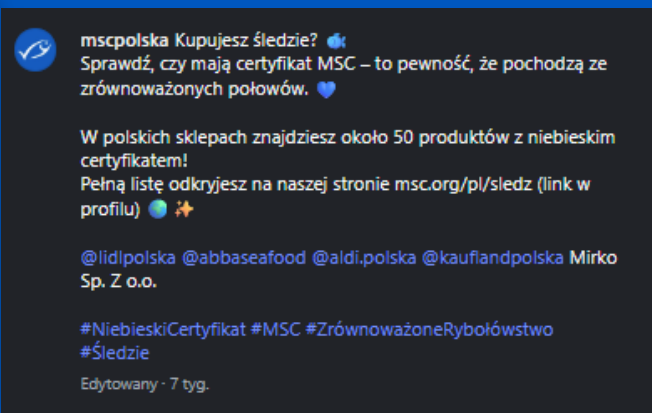
Ponad **3 mln** wyświetleń treści na Facebooku i Instagramie, YouTube, LinkedIn



Dotarcie do ponad **1,5 mln** osób



830 zgłoszeń w 3 konkursach MSC



Almare (ALDI)
Smażone Filety Śledziowe w
aromatycznej marynacie
325 g

Kampania outdoorowa

W dniach **10-23 grudnia 2025**, na **650** ekranach cyfrowych w centrach handlowych w **49** miastach w całej Polsce trwała edukacyjna kampania MSC.

Wyświetlany materiał zachęcał do wybierania śledzia oraz innych ryb z certyfikatem MSC.



Kampania outdoorowa dotarła do ok. **3 450 000** osób.

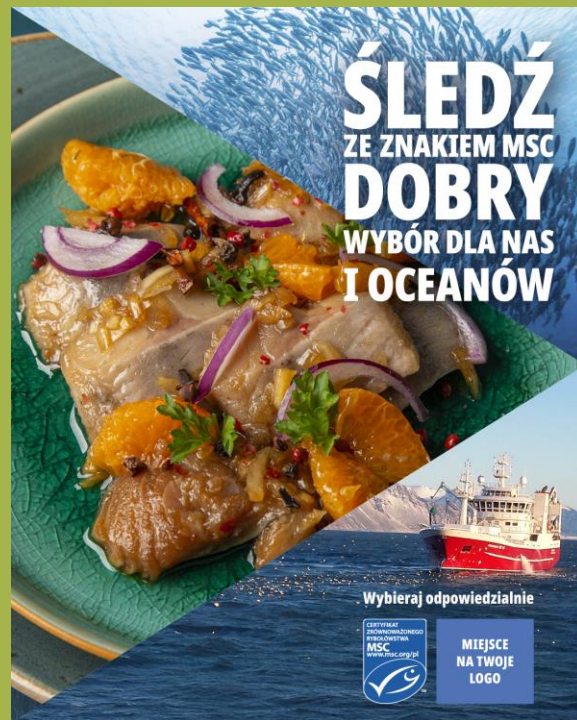
Serdecznie dziękujemy!

Dziękujemy firmom **Abba, Aldi, Lidl, Kaufland** oraz **Mirko** za zaangażowanie w kampanię MSC. Dzięki temu, że przekazali nam Państwo produkty śledziowe z certyfikatem MSC mogliśmy wzbogacić paczki przygotowane dla dziennikarzy i influencerów. Bardzo doceniamy to wsparcie, które realnie przyczyniło się do wzmocnienia przekazu kampanii oraz promocji odpowiedzialnych wyborów konsumenckich.

Nasza kampania dotarła do **19, 57 mln osób** (prasa: **13,52 mln**; **SoMe: 2,6 mln**; outdoor: **3,45 mln**). Na strony www kampanii było **12 tys. wejść**.

Dziękujemy i już teraz zapraszamy do wspólnych działań w przyszłości.

W razie pytań prosimy o kontakt z zespołem MSC.



Kontakt

Marta.Kalinowska@msc.org

Country Manager MSC Polska i Europa Centralna

Tomasz.Zakrzewski@msc.org

Commercial manager Polska i Europa Centralna

Gabriela.Kotkowska@msc.org

Marketing and Communication Manager Polska i Europa Centralna