Warszawski ŚLEDZIK ze znakiem MSC

CERTYFIKAT ZRÓWNOWAŻONEGO RYBOŁÓWSTWA
MSC
www.msc.org/pl

Oddajemy w Państwa ręce raport z kampanii Warszawski Śledzik ze znakiem MSC 2016. Bardzo dziękujemy firmom Contimax, IKEA, Kaufland, Lisner oraz Mirko za owocną współpracę i za przekazanie produktów rybnych z certyfikatem MSC do celów kampanii.

Zespół MSC Polska

Kampania Warszawski Śledzik ze znakiem MSC, realizowana była w okresie październik – grudzień 2016. 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 został głównym bohaterem świątecznej akcji MSC „Warszawski śledzik ze znakiem MSC”. Elementy kampanii:

- Wizyty w 150 redakcjach i bezpośrednie spotkania z dziennikarzami
  październik – grudzień 2016 r.
- Działania na FB MSC Polska
  1-24 grudzień 2016 r.
- Współpraca z 24 influencerami (osoby publiczne znane, blogerzy i vlogerzy)
  grudzień 2016 r.
- Kampania reklamowa w środkach transportu i w warszawskim kinie Muranów
  11-16 grudnia 2016 r.
- Event na Targu Rybnym, Plac Powstańców w Warszawie
  16 grudnia 2016 r.

Spotkania z dziennikarzami

Cel

- Bezpośrednie spotkania ze 150 dziennikarzami
- Wyjaśnienie co oznacza niebieski certyfikat MSC, dlaczego należy szukać go w sklepach i warto namawiać do tego czytelników, widzów i słuchaczy
- Przekazanie świątecznych życzeń wraz ze świąteczną paczką, w której znalazły się:
  - produkty śledziowe ze znakiem MSC wraz ze świeżym chlebem i serwetkami świątecznymi,
  - informacja prasowa,
  - świąteczne przepisy kulinarne na śledzia przygotowane przez Gwiazdy wspierające działania MSC: Katarzynę Bosacką, Katarzynę Żak, Kacpra Kuszewskiego, Grzegorza Łapanowskiego do wykorzystania w materiałach.

Partnerzy akcji

Efekt

49 – informacji o MSC lub Warszawskim Śledziku ze znakiem MSC w najpoczytniejszych tytułach prasowych m.in: Twój Styl, Kuchnia, Mamo to ja, M ja mama, Vita, Zdrowie, Pani Domu, Życie na Gorąco, Magazyn Show, Tele Tydzień, Gazeta Wyborcza, Magazyn Co jest Grane, Fakt Warszawa. Metro, Nasze miasto oraz w portalach internetowych.

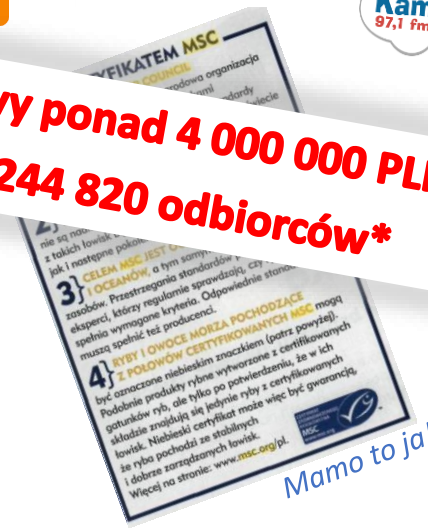
6 – wywiadów radiowych z przedstawicielami MSC

1 – wywiad w telewizji na żywo

Twój Styl

Życie na gorąco

SHOW



Mamo to ja!

Ekwiwalent reklamowy ponad 4 000 000 PLN

Dotarcie do ponad 10 244 820 odbiorców*

** Na podstawie danych Instytutu Monitoringu Mediów dla MSC Polska*

Warszawski Śledzik na FB MSC Polska

Działania na FB MSC Polska, które towarzyszyły kampanii miały na celu nagłośnienie eventu Warszawski Śledzik ze znakiem MSC, wyjaśnienie co oznacza niebieski certyfikat MSC i dlaczego należy szukać go w sklepach dlaczego warto wybierać śledzie i inne ryby z MSC nie tylko od święta. W ramach kampanii na FB pokazaliśmy też partnerów naszej kampanii i produkty ze znakiem MSC dostępnych w polskich sklepach.

Zasięg ponad 150 000 użytkowników, ponad 1000 interakcji i ponad 1000 like'ów*

* Profil FB MSC Polska liczył w grudniu 2016 r. ponad 9000 fanów

Kampania reklamowa

Screeny z animacji wyświetlanej w kinie Muranów i komunikacji miejskiej w

9-15.12.2016 zasięg wg operatora na poziomie około **1000** widzów

12-16.12.2016 zasięg wg operatora na poziomie około **750 tys. osób** poruszających się komunikacją miejską 16.12.2016 Metro Warszawskie zasięg **450 tys. osób**

16.12.2016 r. reklama w Co jest Grane (dodatek do Stołecznej Gazety Wyborczej)

Ekwiwalent reklamowy 124 852 PLN, dotarcie 321 451

Ulotka w POKA POKA Koperta Kulturalna **10 000 egz**.

200 plakatów w mieście Warszawa

Znani i lubiani

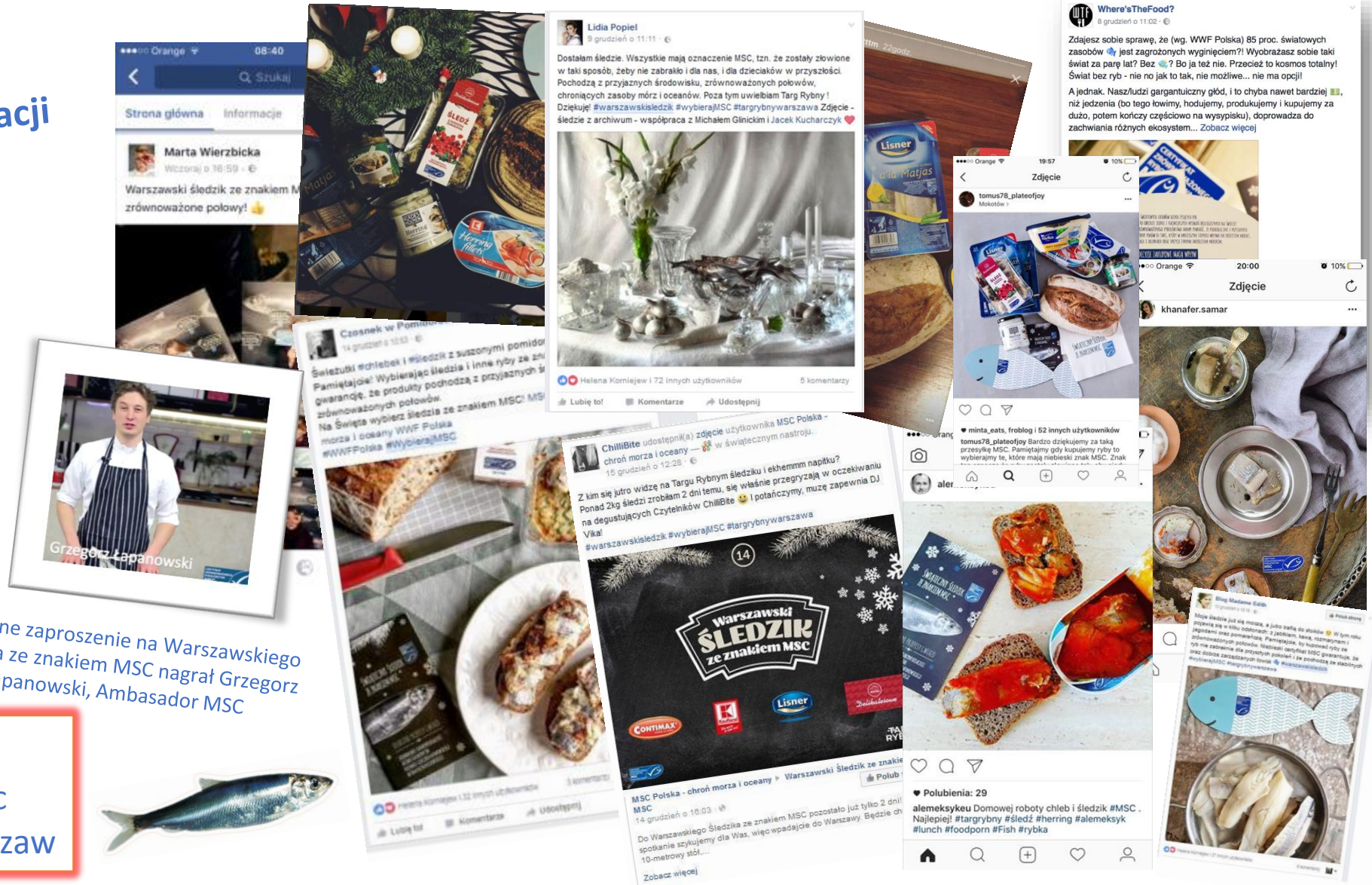
Akcję wsparło 24 influencerów

co przełożyło się na ponad **80 publikacji**

w social mediach o zasięgu PR:

2 725 000 odbiorców!

Katarzyna Żak, Grzegorz Łapanowski,Lidia Popiel, Marta Wierzbicka, Minta Eats, Marta Wajda, Chilli Bite, Mieszkanka Warszawy, Magiczny Składnik, Where is the food?, Books for Cooks, Ale Meksyk, Plate of Joy, Kuchnia Bazylii, Sezonownik, Crust & Dust, Jaja w kuchni, Samar Khanafer Gniadek, Smakowity Kąsek, Madame Edith, Czosnek w Pomidorach, Ale głodomorek, Szczypta Smaku, Loca Love, Strawberries From Poland



Specjalne zaproszenie na Warszawskiego Śledzika ze znakiem MSC nagrał Grzegorz Łapanowski, Ambasador MSC

100% zakładanych przekazów

100% hasztagów: #wybierajmsc #warszawskisledzik #targrybnywarszaw

Wydarzenie dla konsumentów

- Warszawskiego Śledzika ze znakiem MSC otworzyła Pani **Renata Kaznowska, Wiceprezydent Warszawy**
- **18 dziennikarzy i influencerów** obecnych na wydarzeniu
- W konkursie na najlepszy przepis blogerów na śledzika ze znakiem MSC zwyciężyły ex aequo Samar Khanafer-Gniadek (prowadząca blog kulinarny blogsamar.com) oraz Kasia Marciniewicz (autorka bloga Chillibite.pl)
- Około 1500 osób poczestowaliśmy **400 kg śledzia ze znakiem MSC**
- Warszawiaków do tańca rozgrzewała **DJ VIKA**
- Pamiątkę z wydarzenia zapewniała specjalna fotobudka
- Powstała relacja z wydarzenia w fromie świątecznycH

życzeń dla interesariuszy MSC – **KLIK!**

Partner: zakochaj się w Warszawie

Partnerzy wydarzenia: CONTIMAX, Kaufland, Lisner, Delikatesowe

Patroni medialni: cojestgrane24, KUCHNIA, KUKBUK, radio ZET chilli

Kontakt:
Katarzyna Skawińska, Communication and Marketing Coordinator MSC Polska
tel. +48 502 633 202, katarzyna.skawinska@msc.org
www.msc.org/pl