



PARTNERAKTIVISM FÖR HÅLLBART FISKE 2.0

Årets viktigaste samarbete!

Nu har arbetet med 2022 års MSCs-partnerkampanj börjat. Det nya konceptet och fina resultatet från 2021 har utvecklats och vi hoppas naturligtvis att ni vill vara med under vår kampanj med start vecka 5 2022!

Det är en partnerkampanj i verklig mening med fokus att driva MSC:s mission och vision tillsammans med våra partner. Vi sätter era produkt, ert budskap eller varumärke i centrum av vår kampanj då de certifierade produkterna och företagen som konsumenten väljer är en förutsättning för fortsatt levande hav.



Carl Dahlman – Digital Media and Marketing Manager Baltic Sea Region

MSC ADDERAR UNIKA MERVÄRDEN

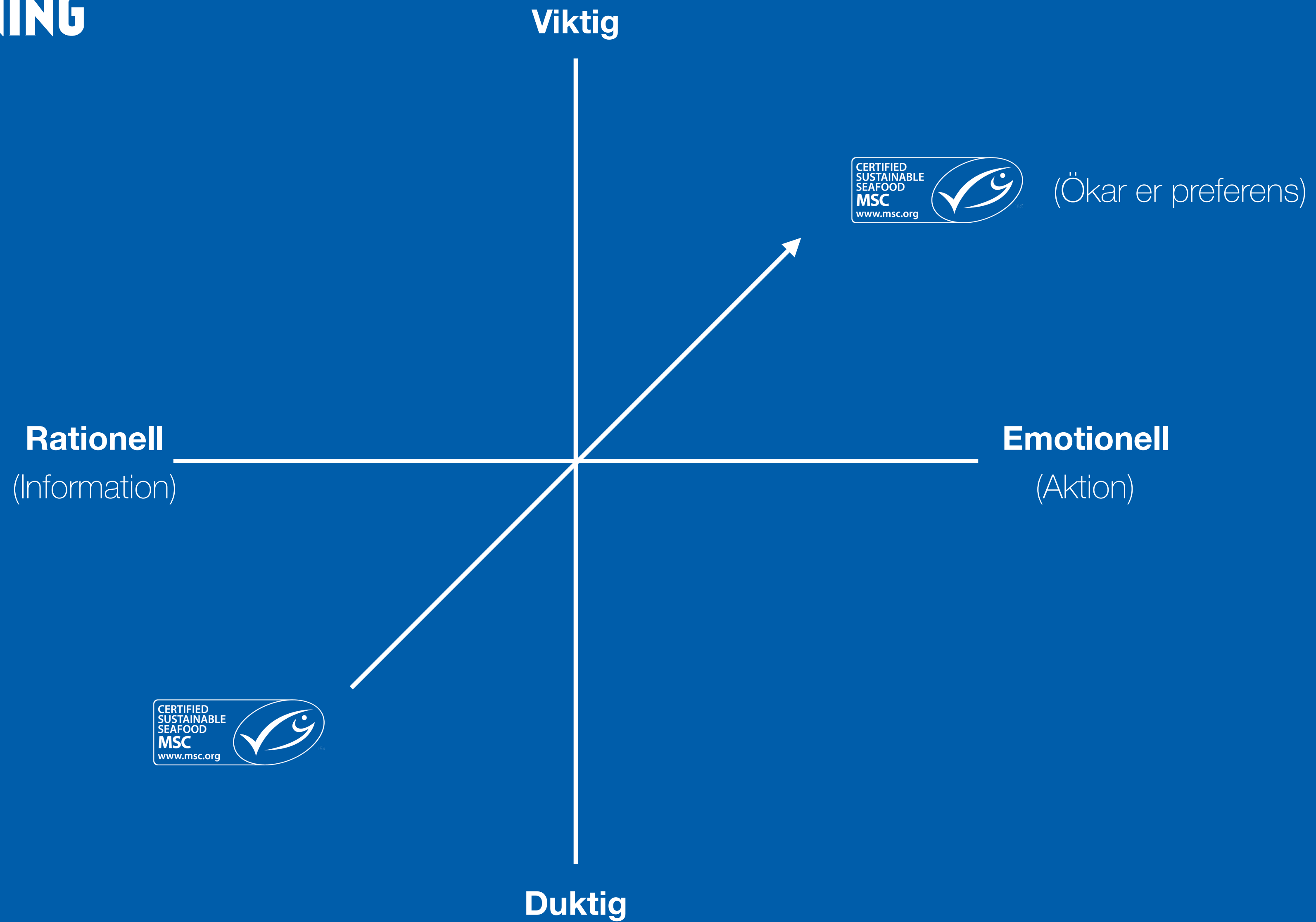
CERTIFIERAT
HÅLLBART
FISKE
MSC
www.msc.org/se



Kampanjen v. 5 syftar till att öka varje partners värde av investeringen i MSC-certifiering och svarar på det ökande konsumenttrycket av hållbar sjömat (66% 2020 GlobeScan). MSCs logotyp associeras med;

- + Hög trovärdighet (78% 2020 - GlobeScan)
- + En enkel del av lösningen
- + Stärkt lojalitet, internt och mot leverantörer

VÅR FÖRFLYTTNING GYNNAR ER



**TILLSAMMANS
I EN GLOBAL
AKTION
FÖR HÅLLBART FISKE**

CERTIFIERAT
HÅLLBART
FISKE
MSC
www.msc.org/se



Re-cap kampanjen 2021

HUVUDFILM 2021, 60S

**VÄLJ MSC-MÄRKT.
VÄLJ LEVANDE HAV.**

tas

PRESS KAMPANJ 2021

Kampanj

Motsägelser är loket i MSC:s nya koncept

Publicerad: 5 februari 2021, 10:52

The advertisement consists of three vertical panels, each with a blue background and white text. The top panel shows a bowl of shrimp curry with the text 'DET HÄR ÄR INTE EN HET CURRY MED RÄKOR.' and 'DET HÄR ÄR EN GLOBAL AKTION FÖR HÅLLBART FISKE.' The middle panel shows a pan of tuna rigatoni with the text 'DET HÄR ÄR INTE EN RIGATONI MED TONFISK.' and 'DET HÄR ÄR EN GLOBAL AKTION FÖR HÅLLBART FISKE.' The bottom panel shows a tube of Kalles Original caviar with the text 'DET HÄR ÄR INTE EN TUB KALLES KAVIAR.' and 'DET HÄR ÄR EN GLOBAL AKTION FÖR HÅLLBART FISKE.' Each panel includes the MSC logo and the slogan 'Välj den blå fisken!' at the bottom.

DET HÄR ÄR **INTE** EN HET CURRY MED RÄKOR.

DET HÄR ÄR **INTE** EN RIGATONI MED TONFISK.

DET HÄR ÄR **INTE** EN TUB KALLES KAVIAR.

DET HÄR ÄR EN **GLOBAL AKTION** FÖR HÅLLBART FISKE.

DET HÄR ÄR EN **GLOBAL AKTION** FÖR HÅLLBART FISKE.

DET HÄR ÄR EN **GLOBAL AKTION** FÖR HÅLLBART FISKE.

Välj den blå fisken!

CERTIFIERAT HÅLLBART FISKE MSC

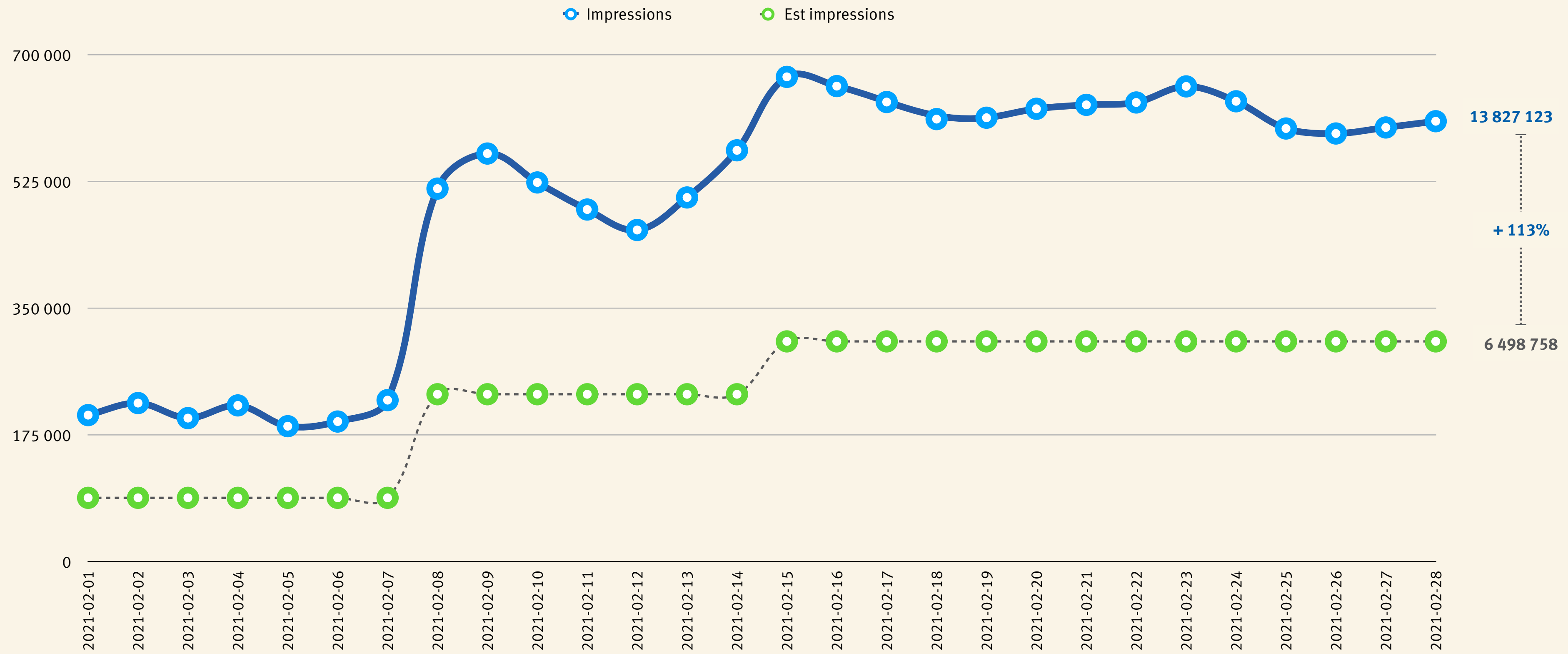
KALLES ORIGINAL

Belöning och uppmuntran snarare än pekpinna när MSC lanserar sitt nya reklamkoncept, framtaget av The Amazing Society.

13 827 123 impressions
12 203 clicks

tas

IMPRESSIONS VS EST. IMPRESSIONS



RESULTAT PARTNER XXX

	CONTENT	BUDGET	MÅLGRUPP	EST MÅLGRUPP	EST VISNINGAR	RESULTAT VISNINGAR
MSC HERO	FB/IG STEG 1	136 000 kr	Hållbarhet 18-60 år	2 200 000	2 472 727	5 261 585
	FB/IG STEG 2	51 100 kr	Återannonsering Tidigare tittare (Hero)	300 000	681 333	1 475 838
Partner Product XXX	FB/IG	28 000 kr	A 25-45+ Tidigare filmtittare	3 600 000	458 182	1 072 323

35,4 %

**Överväger att köpa MSC
märkta produkter efter att
ha sett kampanjen***

INSIKTER

**Vi har kunnat se extremt fina kampanjresultat - för alla inblandade!
Synergieffekterna mellan flera partners och ett starkt kreativt
koncept ligger bakom framgångarna.**

**Genom repetition av huvudbudskapet samt optimering av kampanjen
med insikter från förgående kampanj, så ser utsikterna goda ut för ett
nå än bättre resultat i kampanjen 2022.**

PARTNERKAMPANJ 2022

MSC HUVUDFILM
ÖVERGRIPANDE OM KÄRLEKEN TILL SJÖMAT, IDAG OCH IMORGON

RÖRLIGT - 45 S



1. Det här är inte ett avbrott i scrollandet./Det här är inte en YouTube-reklam.



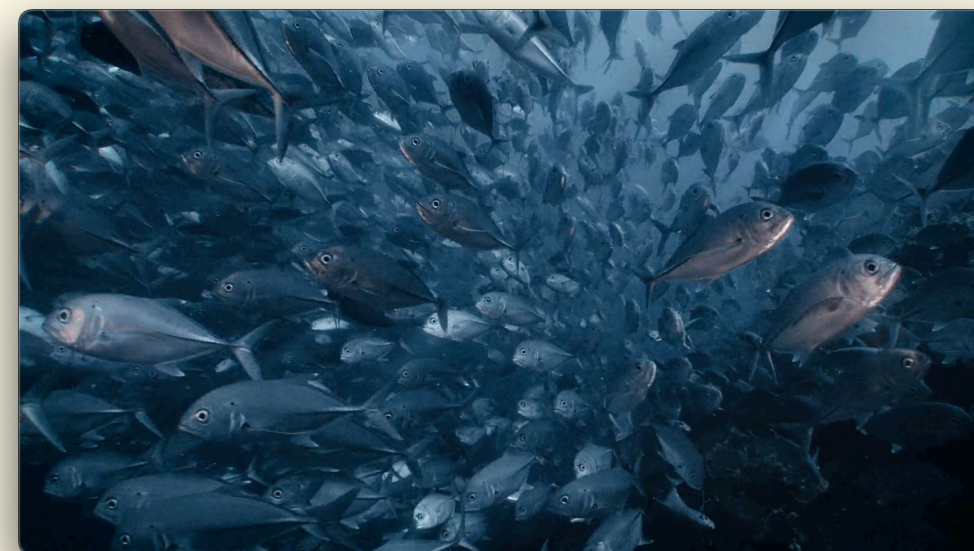
2. Det här är en uppmaning – till en global aktion för hållbart fiske. För det är precis vad det är varje gång du väljer MSC-märkt i frysdisken, butikshyllan och på restaurangen.



3. Det gäller allt – från räkpastan



4. till fredagsmyset. Och dessutom är det väldigt



5. Vi på MSC har kämpat för vilda, myllrande hav i 20 år. Men nu måste vi hjälpas åt.



6. Fler måste bli som du, som vet att aktiva val skapar



7. positiva krafter och blir till mäktiga vågor.



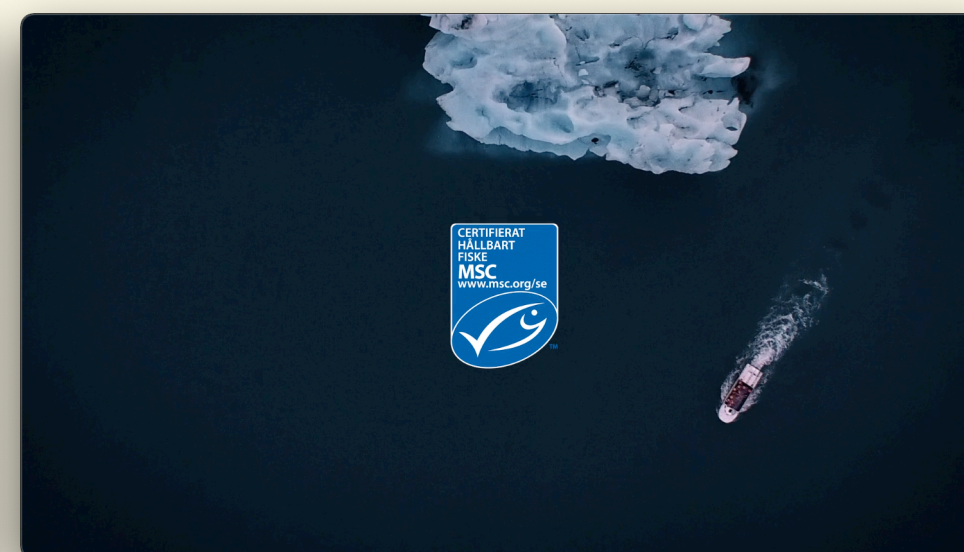
8. Och det där var ingen ordvits.



9. Det var en global aktion för hållbart fiske.



10. Välj MSC-märkt. Välj levande hav.



11. Slutplatta





PARTNER-ENHETER
MSC FINNS ÖVERALLT; ENKELT ATT HITTA/KÖPA/VÄLJA

STILLBILD (TRYCKFÄRDIGT ORIGINAL)



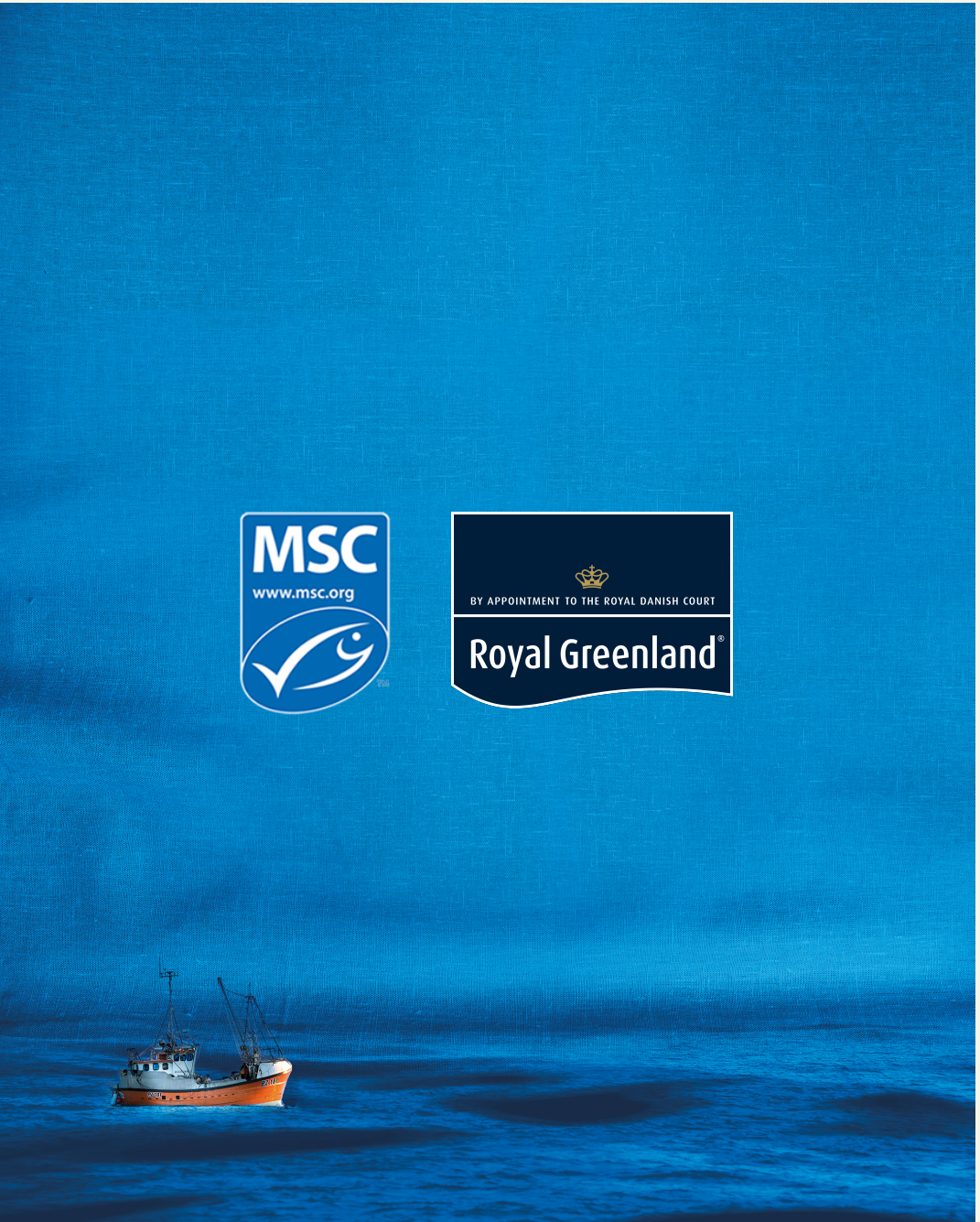
tas



VIDEO MED PACKSHOT



VIDEO MED PACKSHOT



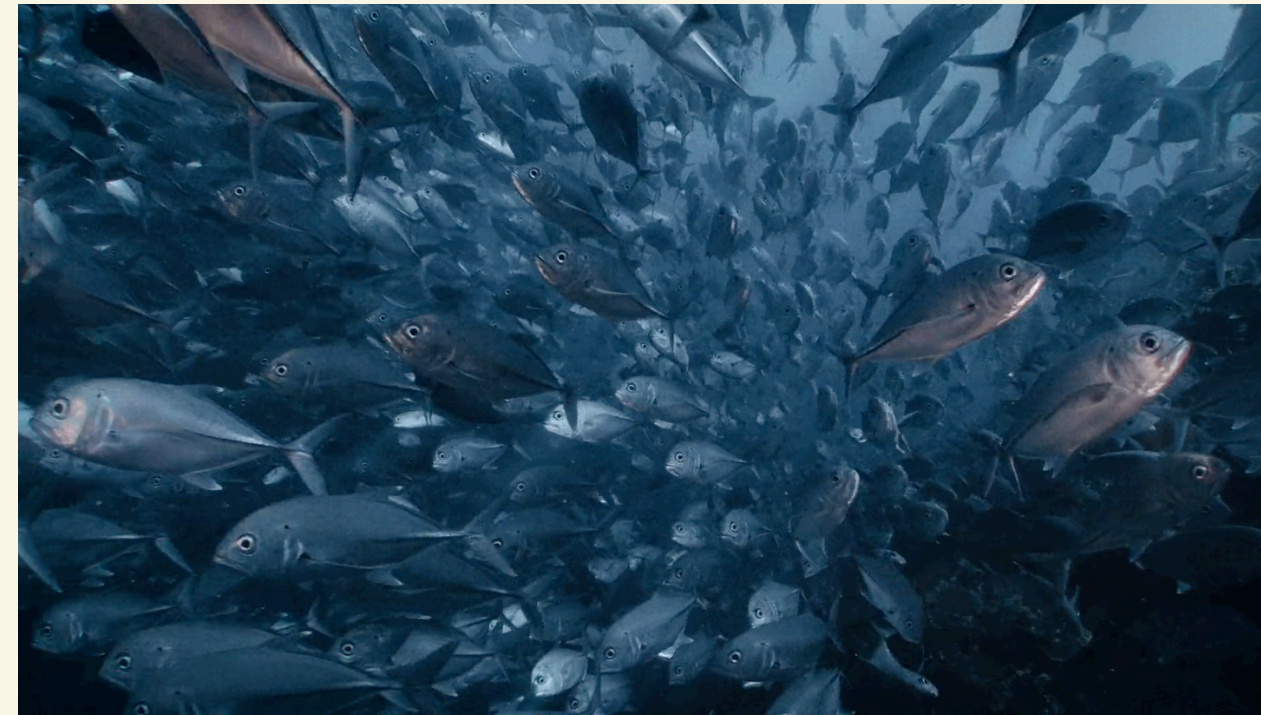
VIDEO MED FILMAD SEKVEN



VIDEO MED FILMAD SEKVENNS



HUVUDFILM MED PRODUKTPLACERING



Filmad sekvens med er produkt

tas

KAMPANJ-KIT

BUDSKAPSHIERARKI - EGNA ENHETER

RUBRIK

DET HÄR ÄR INTE EN ...
DET HÄR ÄR EN GLOBAL AKTION FÖR HÅLLBART FISKE.

CTA

VÄLJ MSC-MÄRKT.
VÄLJ LEVANDE HAV.

LÄNKA

LÄS MER OM HUR VI (OCH DU) BIDRAR TILL LEVANDE
HAV PÅ [MSC.SE/HALLBARTFISKE](https://www.msc.se/hallbartfiske)

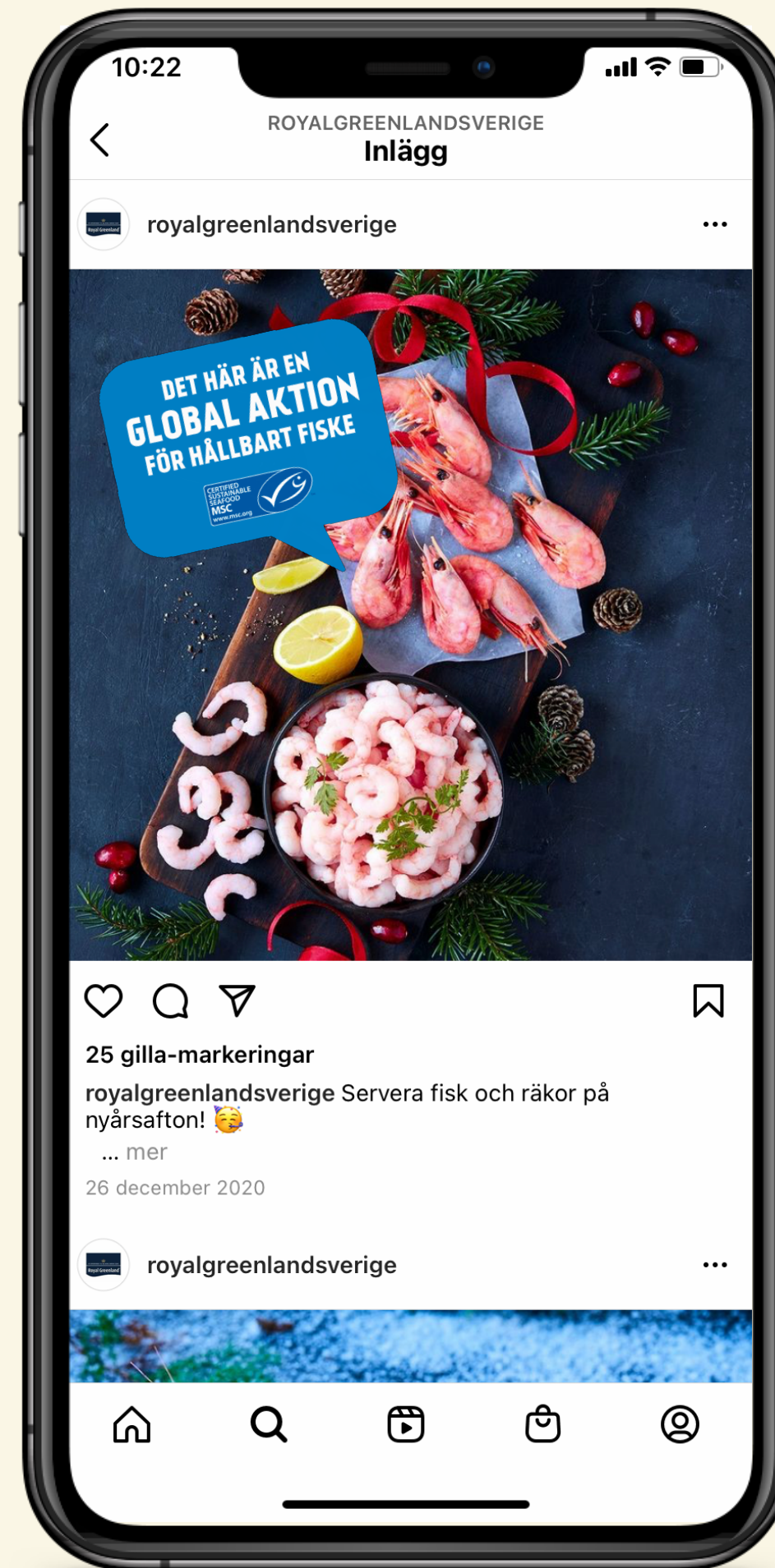
AVSÄNDARE



TILLSAMMANS
I EN GLOBAL
AKTION
FÖR HÅLLBART FISKE

tas


GIF:AR



KAMPANJSYMBOL

TILLSAMMANS
I EN GLOBAL
AKTION
FÖR HÅLLBART FISKE

CERTIFIERAT
HÅLLBART
FISKE
MSC
www.msc.org/se



LANDNINGSSIDA



Det här är inte kampanjpartners.

Det är globala aktörer för hållbart fiske.



[Läs mer](#)

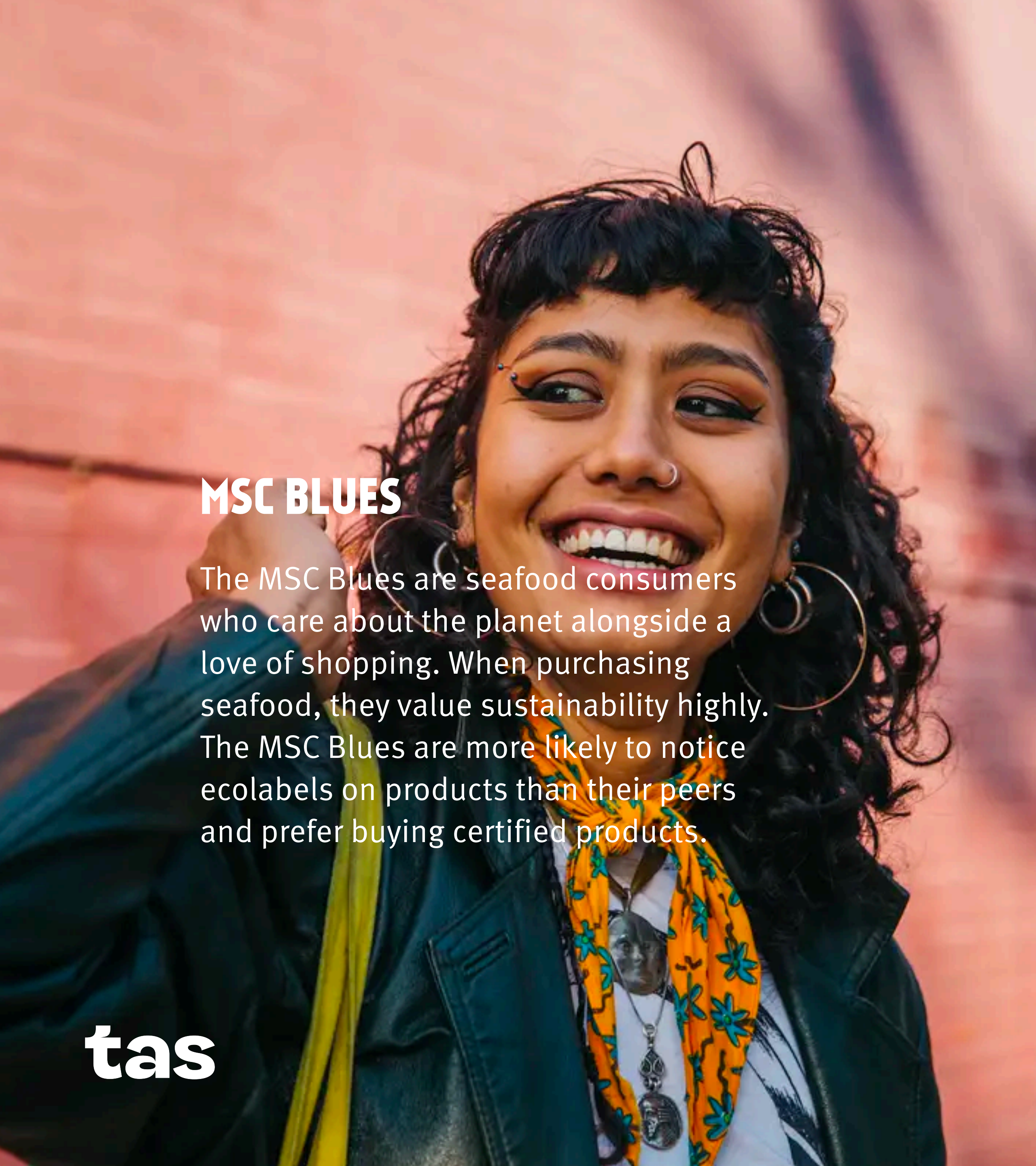


[Läs mer](#)



[Läs mer](#)

KAMPANJUPPLÄGG



MSC BLUES

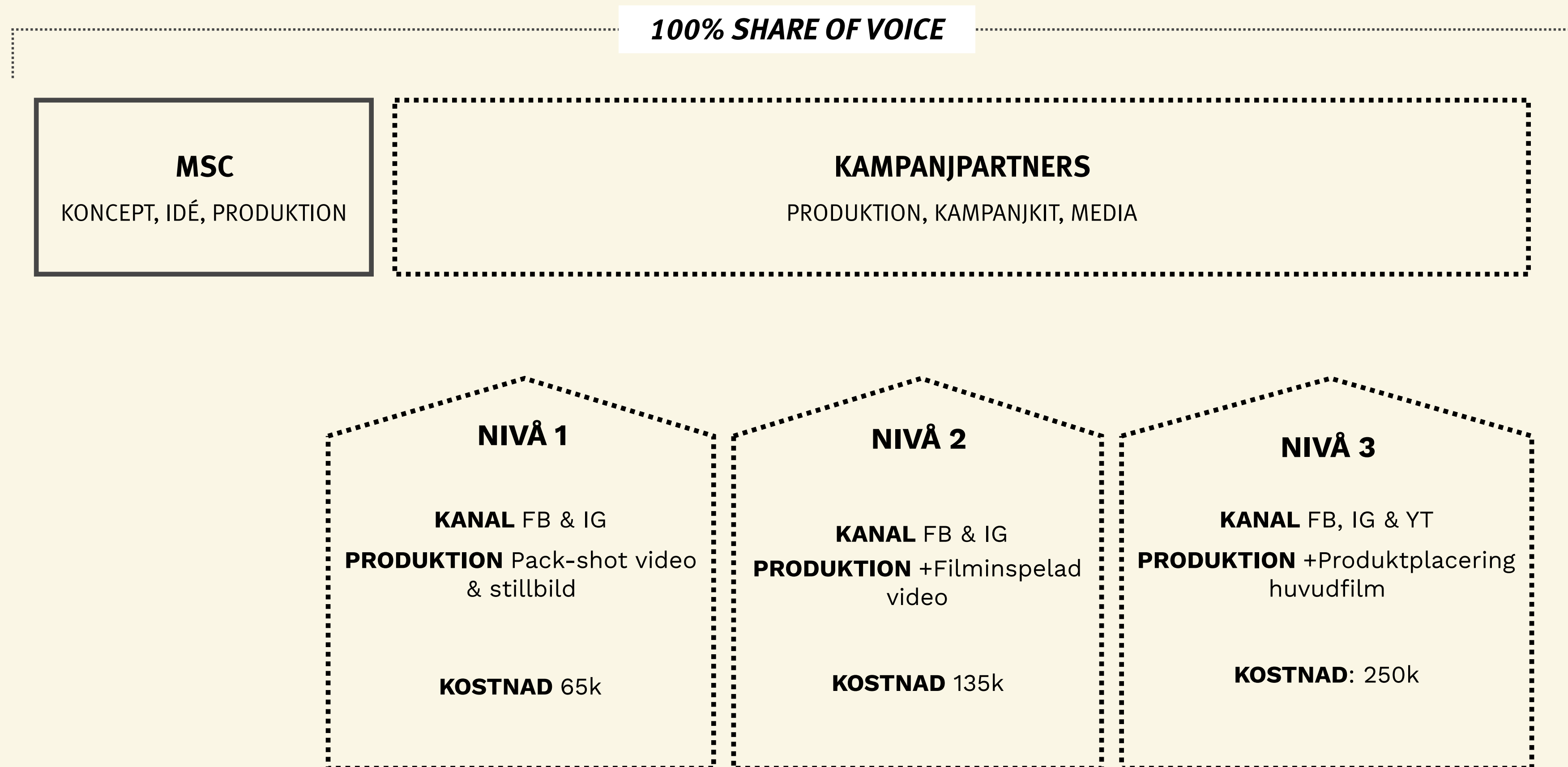
The MSC Blues are seafood consumers who care about the planet alongside a love of shopping. When purchasing seafood, they value sustainability highly. The MSC Blues are more likely to notice ecolabels on products than their peers and prefer buying certified products.

tas



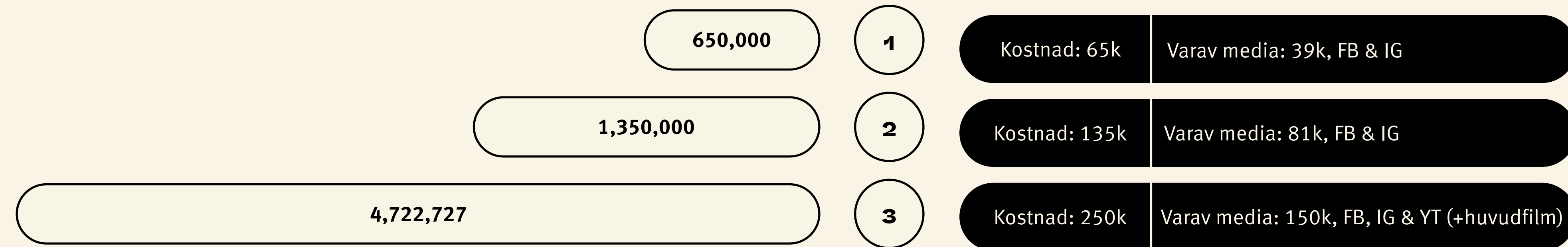
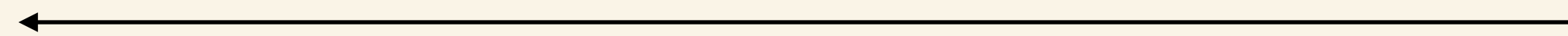
DIN MÅLGRUPP?

KAMPANJUPPLÄGG - PRODUKTION



KAMPANJUPPLÄGG - MEDIA & IMPRESSIONS

Mål: IMPRESSIONS



Förväntade impressions för respektive nivå, räknat utifrån benchmark siffror på CPM för respektive kanal.
Benchmark för impressions på huvudfilmen beräknas på en mediabudget på 136 000 kr

TOTAL ÖVERSIKT

NIVÅ	KOSTNAD	EST. VISNINGAR	MEDIABUDGET	MEDIAKANAL	PRODUKTION
1	65 000 kr	650,000	39 000 kr	Facebook, Instagram	Stillbild & packshot video
2	135 000 kr	1,350,000	81 000 kr	Facebook, Instagram	ink. skräddarsydd inspelad video
3	250 000 kr	4,722,727	150 000 kr	Facebook, Instagram & Youtube	ink. Produktplacering i huvudvideo

TIDSPLAN

TIDSPLAN

FAS 1
PARTNERMÖTEN

FAS 2
KAMPANJ KIT

FAS 3
IDÉ, PRODUKTION & MEDIAKÖP

FAS 4
KAMPANJ



DEADLINE FÖR PARTNERS

05/11

tas

KAMPANJSTART

31/1

**TILLSAMMANS
I EN GLOBAL
AKTION
FÖR HÅLLBART FISKE**

CERTIFIERAT
HÅLLBART
FISKE
MSC
www.msc.org/se



KONTAKT:

SUSANNA HILLBORG

ACCOUNT DIRECTOR / TAS

+46 70 498 33 89

susanna.hillborg@tas.se

CARL DAHLMAN

MARKETING MANAGER / MSC

+46 70 648 32 31

carl.dahlman@msc.org