



# Karp - ryba na każdą okazję



**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



Mikołajki 16.09.2021



28 290 aktywnych reklamodawców w 2020





# CLUTTER – NIEUSTANNA WALKA O UWAGĘ KONSUMENTA

7,9 mld zł  
zainwestowane  
w komunikację  
reklamową w 2020

1,3 bln kontaktów  
reklamowych  
wygenerowanych  
w samej TV w 2019

Średnio to 103 reklamy  
w TV dziennie  
obejrzanych przez  
statystycznego Polaka





# ŚCIEŻKA ZAKUPOWA – POLE WALKI O KONSUMENTA



ŚWIADOMOŚĆ

---

ZAINTERESOWANIE

---

PREFERENCJA  
WYBORU

---

TRAFFIC

---

SPRZEDAŻ

---

LOJALIZACJA

---

# KOMUNIKAT, ABY KONSUMENTI



ZNALI PRODUKT

ŚWIADOMOŚĆ

CHCIELI Z NIEGO  
SKORZYSTAĆ

ZAINTERESOWANIE

WOLELI WYBRAĆ TEN  
PRODUKT A NIE INNY

PREFERENCJA  
WYBORU

WESZLI DO SKLEPU

TRAFFIC

ZDECYDOWALI SIĘ NA  
ZAKUP I KUPILI

SPRZEDAŻ

CHCIELI PONOWNIE KUPIĆ  
I POLECAĆ GO INNYM

LOJALIZACJA



# KOMUNIKACJA MUSI ZOSTAĆ ZAUWAŻONA

- duży zasięg
- wysoka częstotliwość
- widoczne formaty
- ciekawa kreacja
- dotarcie różnymi mediami



# KOMUNIKACJA REKLAMOWA TO NIE SZTUKA, TO INWESTYCJA

## REKLAMA = INWESTYCJA

ROI – zwrot z inwestycji liczony jako ilość złotych wartości wygenerowanej przez każdą złotówkę zainwestowaną.





# KOMUNIKACJA REKLAMOWA TO NIE SZTUKA, TO INWESTYCJA

Skuteczna komunikacja wymaga synergicznego połączenia dwóch wymiarów – kreatywnego i analitycznego.

Dzięki temu tworzona jest komunikacja interesująca, angażująca konsumenta, która następnie dostarczana jest do odbiorców w sposób skuteczny i efektywny kosztowo.



# PROMOCJA KARPIA W SEZONIE ŚWIĄTECZNYM

● karp  
Wyszukiwane hasło

+ Porównaj

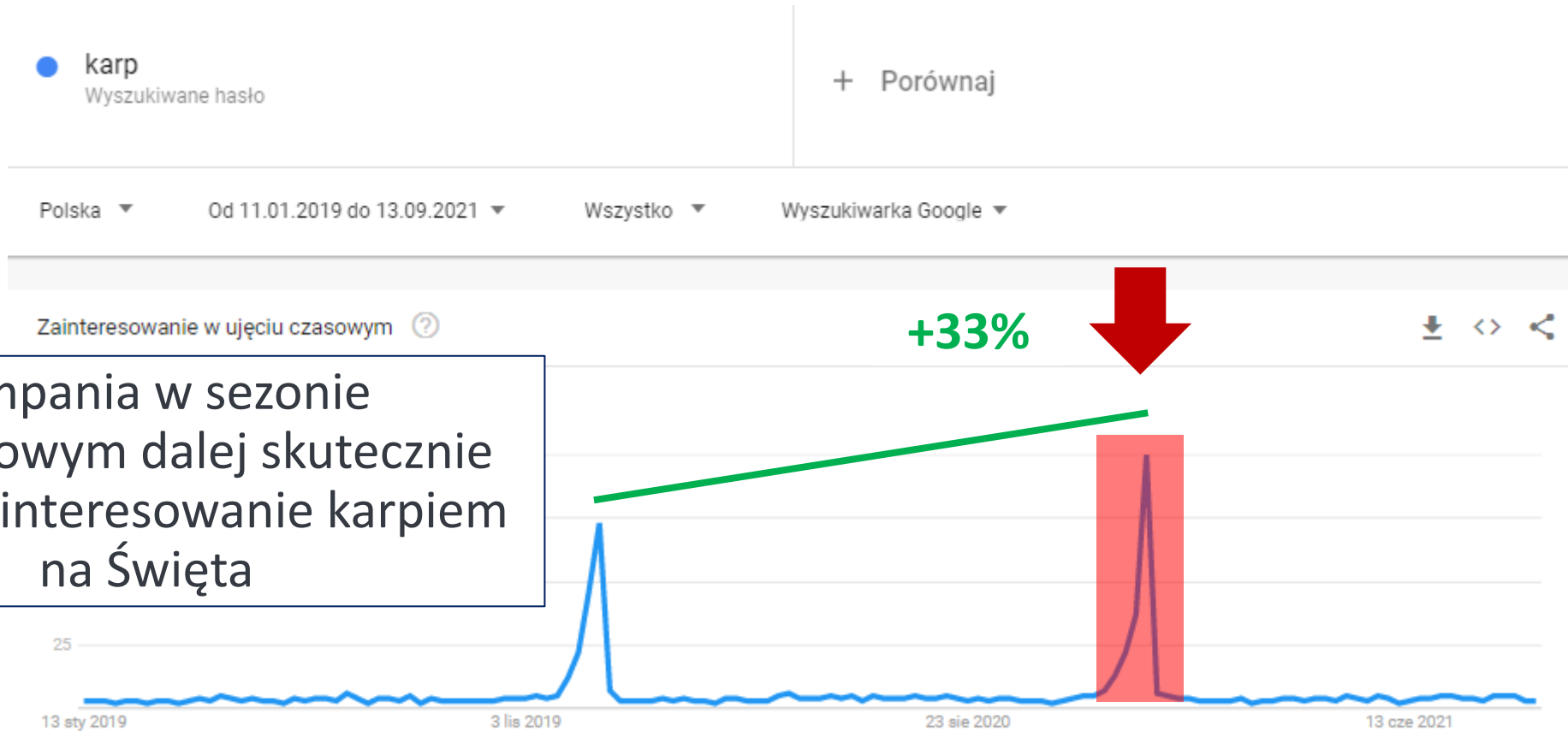
Polska Ostatnie 5 lat Wszystko Wyszukiwarka Google

Zainteresowanie w ujęciu czasowym

Kampania w sezonie  
sprzedażowym to  
podstawa



# PROMOCJA KARPIA W SEZONIE ŚWIĄTECZNYM- DALSZE WZROSTY



Kampania w sezonie sprzedażowym dalej skutecznie buduje zainteresowanie karpem na Święta

XII 2019

XII 2020



# A BEZ REKLAMY NIE WSZYSTKIM IDZIE JUŻ TAK DOBRZE



# KARP ZDROWY Z *Natury*



[WWW.POLSKIKARP.EU](http://WWW.POLSKIKARP.EU)



Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



Materiał współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego w ramach Programu Operacyjnego „Rybnictwo i Morze”.

# CO ZADZIAŁAŁO W 2020?

Kampania w najgorętszym okresie przedświątecznym od 10 do 23 grudnia



## TELEWIZJA

W sumie **15 199 155** kontaktów reklamowych emitowanych w **130** stacjach TV.

Dotarcie do **9 187 032** osób.



## TABLICE REKLAMOWE

W sumie **136** tablic **6 x 3 m** w **43** miastach Polski.



## INTERNET

W sumie **9 754 583** wyświetleń reklamy.



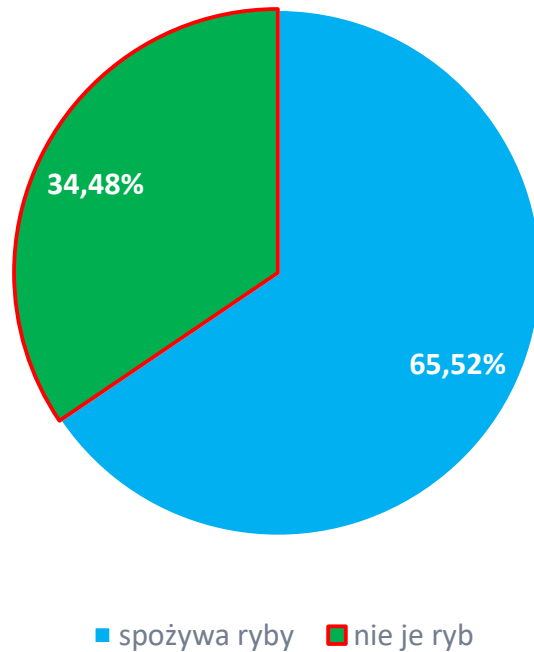
2021 i 2022 rok

# Karp wpływa na szerokie wody...

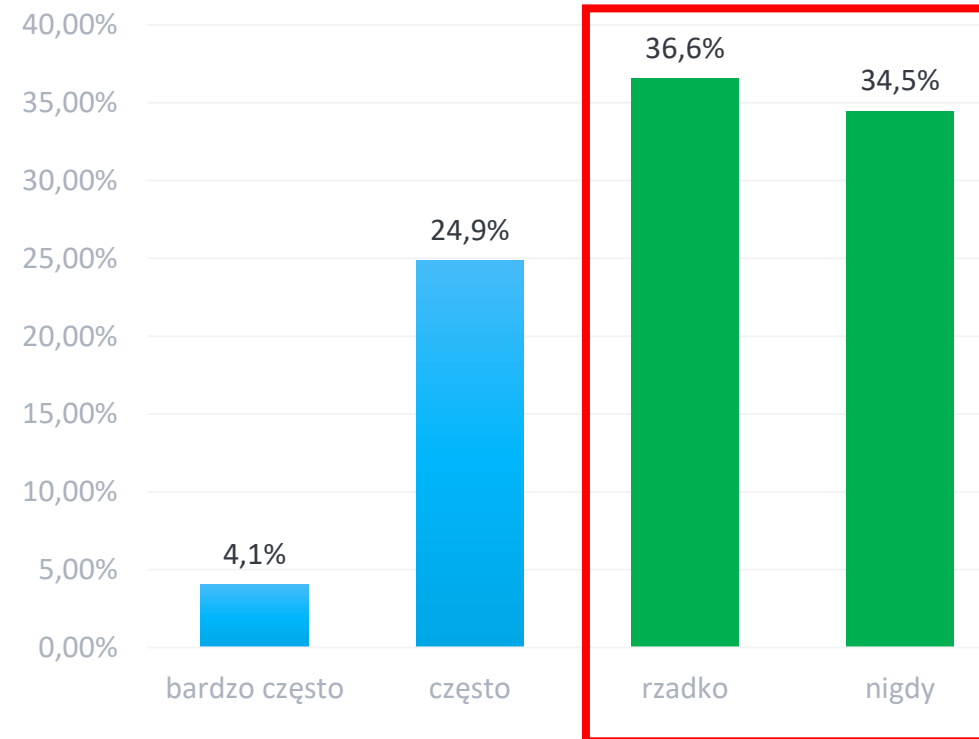


# WCIĄŻ ZOSTAŁY MILIONY OSÓB DO PRZEKONANIA DO JEDZENIA RYB, W TYM KARPIA

## Czy spożywa ryby?



## Jak często jesz ryby?



# WPŁYW PANDEMII NA ZMIANY ŻYWIENIOWE POLAKÓW

Polacy od 2020 jedzą zdrowiej (aż 47,9% Polaków deklaruje zdrowsze odżywianie).

Dla Polaków coraz bardziej ważne jest podkreślanie lokalności i pochodzenia produktów.





## SPOŻYCIE RYB - DOKĄD PŁYNIESZ KARPIU?



Aktualnie ryby  
świeże są  
sprzedażowym  
numerem 1,  
wyprzedzając  
sprzedaż  
mrożonych.

Spożycie śledzi, karpia  
i pstrągów wzrosło o  
5-7% w 2020 (vs.  
wzrost  
zainteresowania  
karpiami o 33% w  
okresie świątecznym).

# DZIAŁANIA MEDIOWE I MEDIALNE 2021-2022- ZAŁOŻENIA

Dalsza budowa świadomości społecznej dotyczącej zrównoważonej akwakultury i jej produktów.

Pokazywanie karpia jako produkt slow-food produkowanych w warunkach zbliżonych do naturalnych.

Dostępność karpia przez cały rok, dzięki technologii MAP-porcjowanego na tackach.

W roku 2022 pilotażowe działania czerwiec-sierpień – KARP na grill.







Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



*Materiał współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego w ramach Programu Operacyjnego "Rybnactwo i Morze"*

# PLANOWANA PROMOCJA KARPIA NA 2021-2022 JESZCZE SILNIEJSZA NIŻ DOTYCHCZAS



## TELEWIZJA

W sumie **38 111 866** kontaktów reklamowych emitowanych w ok. **135** stacjach TV. Dotarcie do 75,3% grupy docelowej czyli **12 703 955** osób



## TABLICE REKLAMOWE

W sumie **165** tablic **6 x 3 m** w kilkudziesięciu miastach Polski.



## INTERNET

Liczba emisji reklam **25 983 334** i liczba wyświetleń video **6 240 000**



## PRASA

W sumie **60 486 677** kontaktów z reklamą, dotarcie do **2 727 440** osób

## KINO

Reklamę obejrzy **700 000** widzów







Cdn...

Smaczniego 😊



**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



Kontakt:

Piotr Zagórski  
Managing Director  
[p.zagorski@mediaon.pl](mailto:p.zagorski@mediaon.pl)  
+48 0 605 584 202

