



Pasztet ze śledzia

ANALIZA MEDIALNA | 01.12.2024-31.12.2025

WSTĘP

Przeprowadzone badanie dotyczy obecności medialnej pasztetu ze śledzia w okresie od 1 grudnia 2024 do 31 grudnia 2025 roku. Analizie poddano materiał pochodzący z monitoringu 1800 tytułów prasowych, 21000 portali internetowych, 350 stacji radiowych i telewizyjnych oraz najważniejszych mediów społecznościowych. Odnotowane publikacje podzielono ze względu na: rodzaj medium (na internet, prasę, radio, telewizję) oraz profil medium (na media regionalne, ogólnoinformacyjne i ekonomiczne). Zgromadzony materiał przeanalizowano za pomocą technik służących badaniu efektywności działań PR. W tym celu użyto wskaźników: dotarcia do odbiorcy oraz szacunkowego ekwiwalentu reklamowego.



METODOLOGIA

- **Dotarcie** - wskaźnik pozwalający na oszacowanie liczby kontaktów z publikacjami. Uwzględnia zmienne odnoszące się do realnych zachowań odbiorców – sposobów i częstotliwości korzystania z kanałów przekazu.
- **Ekwiwalent reklamowy (AVE)** – wycena danego przekazu określana w pieniądzu (w złotych). Polega na szacowaniu wartości publikacji lub emisji danego przekazu na podstawie cenników reklamowych medium, powierzchni publikacji, liczby odston, liczby unikatowych użytkowników, czy czasu trwania programu. Wyraża sumę środków finansowych, jakie trzeba byłoby wydać, gdyby dany materiał był reklamą.

W wycenie **szacunkowej** określa się cenę całej publikacji.

Ze względu na zakres tematyczny zgromadzone źródła informacji medialnych podzielono na **trzy profile**:

- **Media Ogólnoinformacyjne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne o zasięgu ogólnopolskim, publikujące najważniejsze wiadomości z różnych dziedzin. Mediami ogólnoinformacyjnymi są: „Rzeczpospolita”, wp.pl, Program III Polskiego Radia itp.
- **Media regionalne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne prowadzące swoją działalność na określonym terenie i skierowane do społeczności lokalnych. Zwykle są to media ogólnoinformacyjne związane z konkretnym województwem.
- **Media ekonomiczne** – do tej kategorii należą tytuły prasowe, portale internetowe, stacje radiowe i telewizyjne zajmujące się stylem życia (lifestyle). Mediami ekonomicznymi są: „Viva”, kobieta.onet.pl itp.

PODSUMOWANIE PRZEKAZU

MEDIA TRADYCYJNE	156 Liczba publikacji medialnych	5 983 095 Dotarcie przekazu	1 075 977 zł Wartość AVE przekazu
	29 Liczba postów i komentarzy	131 287 Dotarcie przekazu	19 571 zł Wartość AVE przekazu
	SUMA Całkowita liczba publikacji	6 114 382 Całkowite dotarcie	1 095 548 zł Całkowita wartość AVE

PRZEKAZ W MEDIACH TRADYCYJNYCH

156

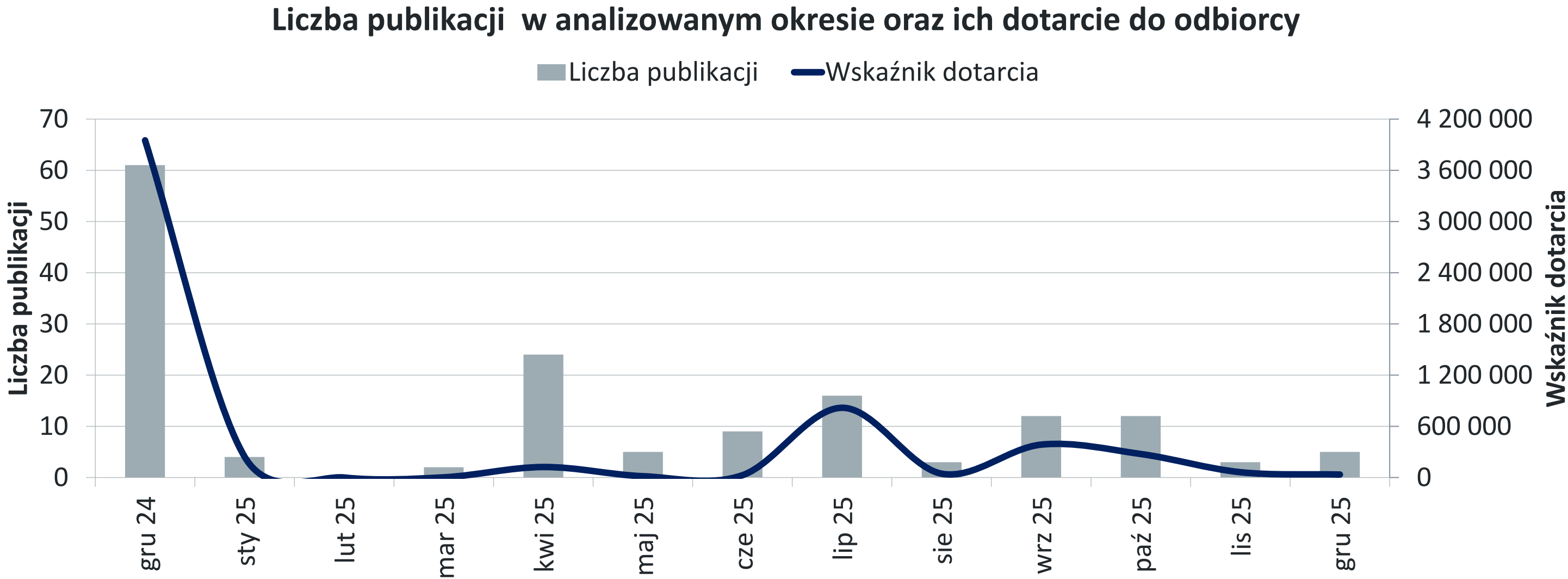
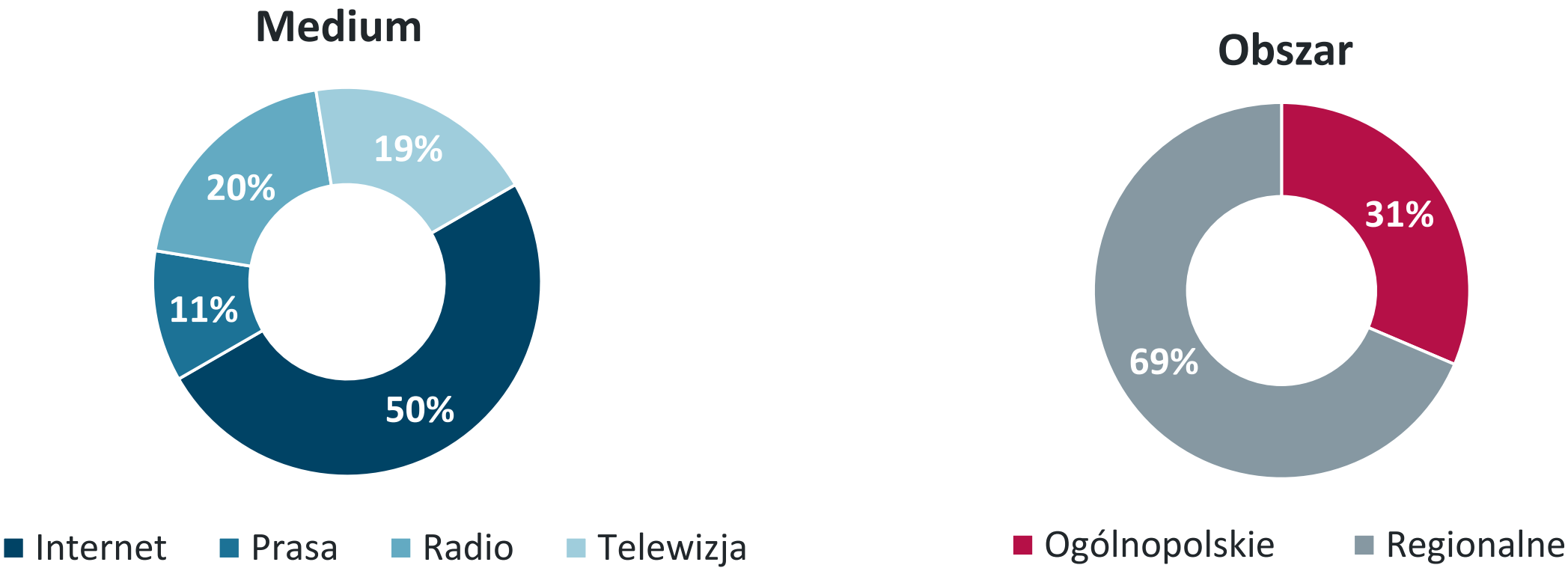
LICZBA PUBLIKACJI
(prasa, www, rtv)

5 983 095

DOTARCIE PRZEKAZU
(prasa, www, rtv)

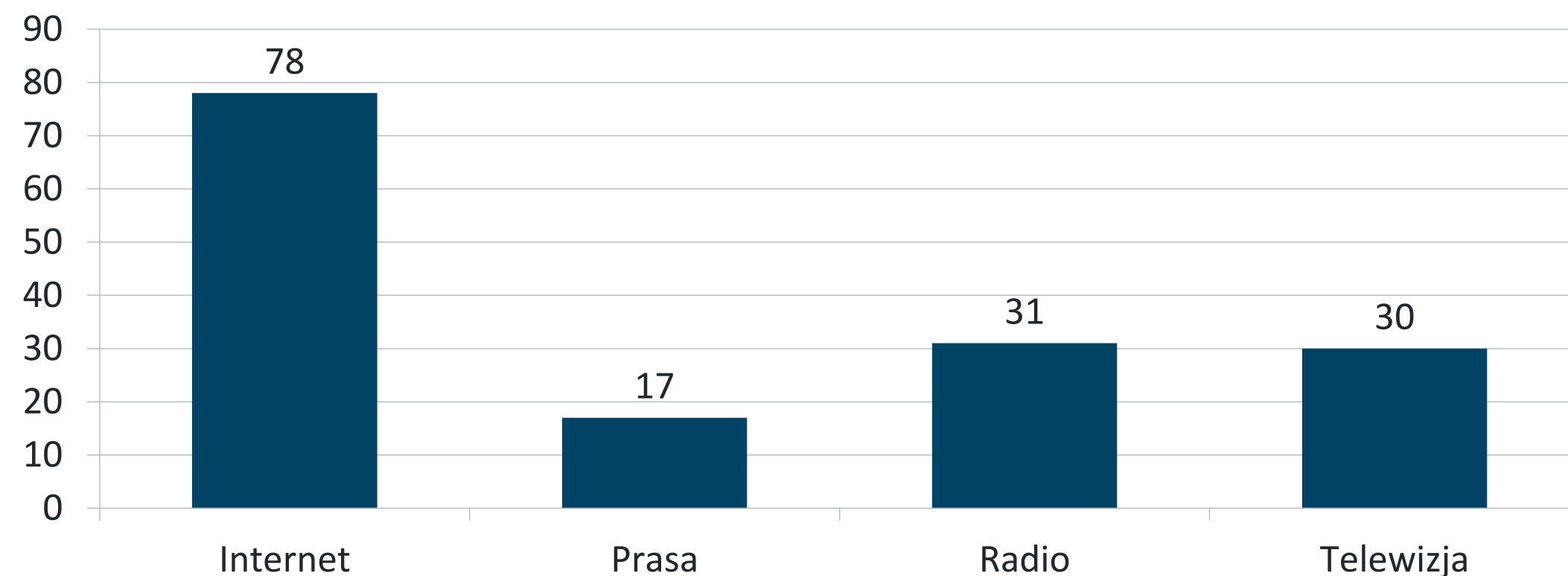
1 075 977 zł

EKWIWALENT SZACUNKOWY
(prasa, www, rtv)

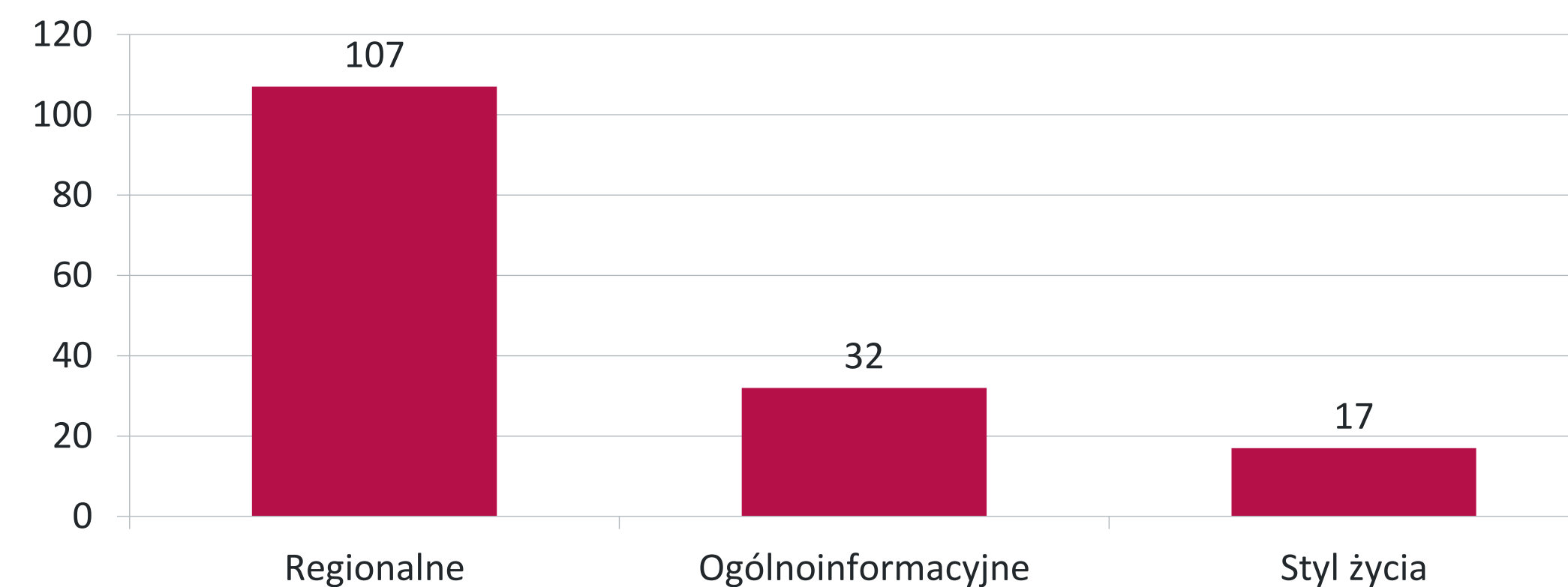


RODZAJ, PROFIL MEDIUM, DOTARCIE PUBLIKACJI

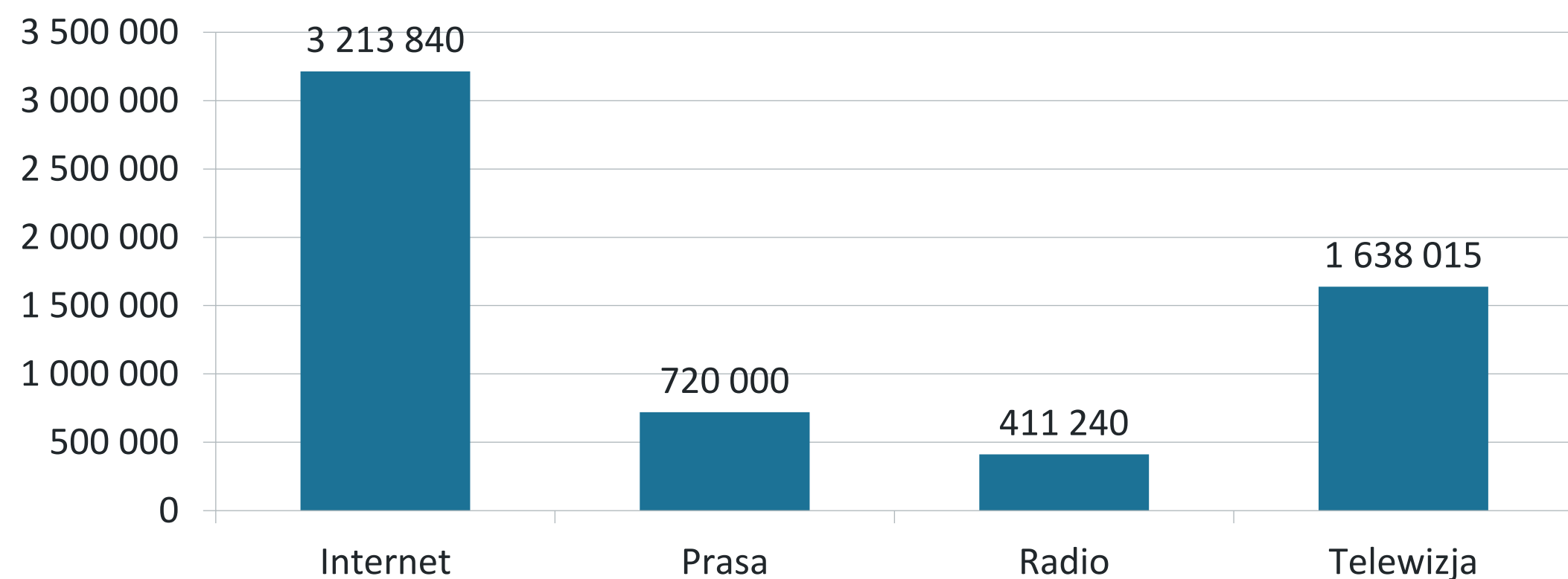
Liczba publikacji według rodzaju medium



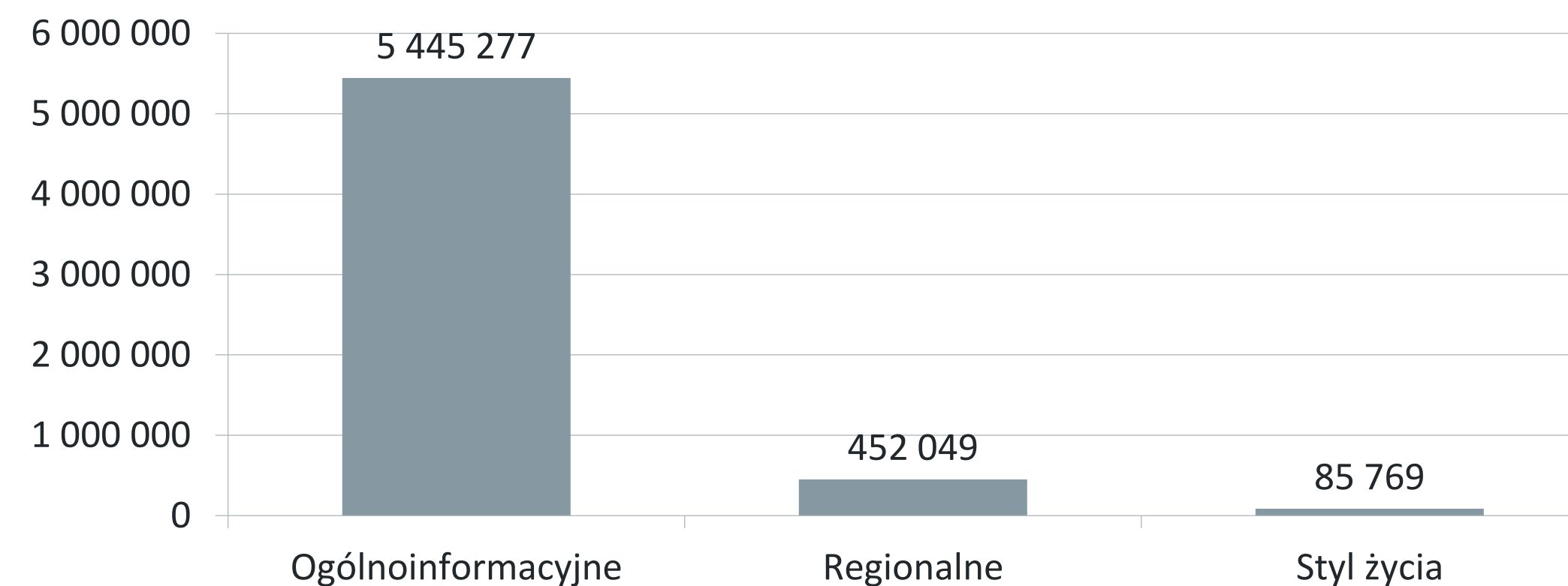
Liczba publikacji według profilu medium



Dotarcie publikacji według rodzaju medium



Dotarcie publikacji według profilu medium



LICZBA PUBLIKACJI



Mapa prezentuje liczbę publikacji regionalnych w każdym województwie. Im ciemniejszy kolor województwa na mapie, tym więcej publikacji regionalnych ukazało się na jego obszarze.

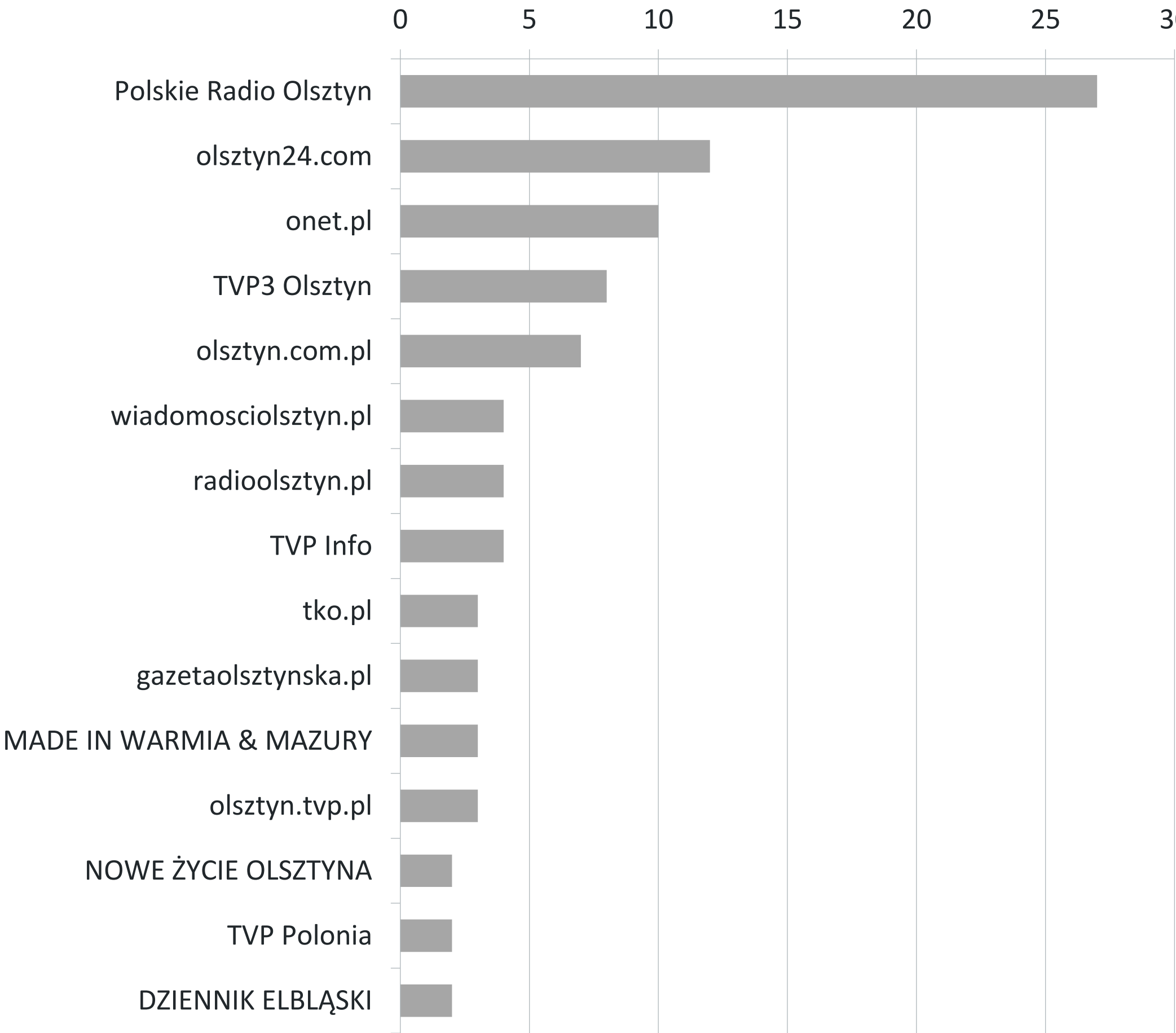
DOTARCIE PUBLIKACJI



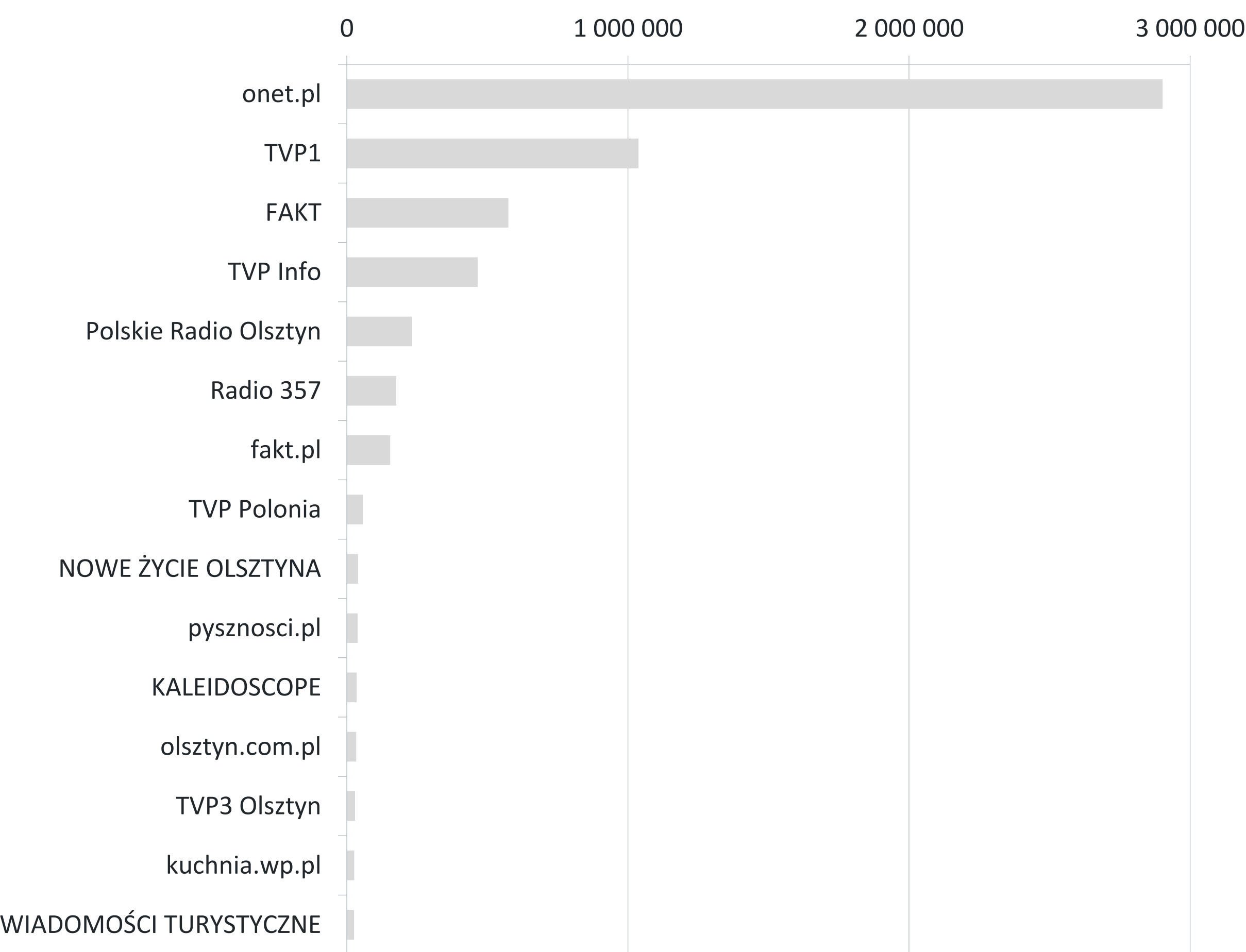
Mapa prezentuje liczbę realnych kontaktów z informacjami zawartymi w mediach regionalnych w każdym województwie. Im ciemniejszy kolor województwa na mapie, tym więcej potencjalnych kontaktów odbiorców mediów z przekazem.

NAJAKTYWNIEJSZE MEDIA

Media z największą liczbą publikacji

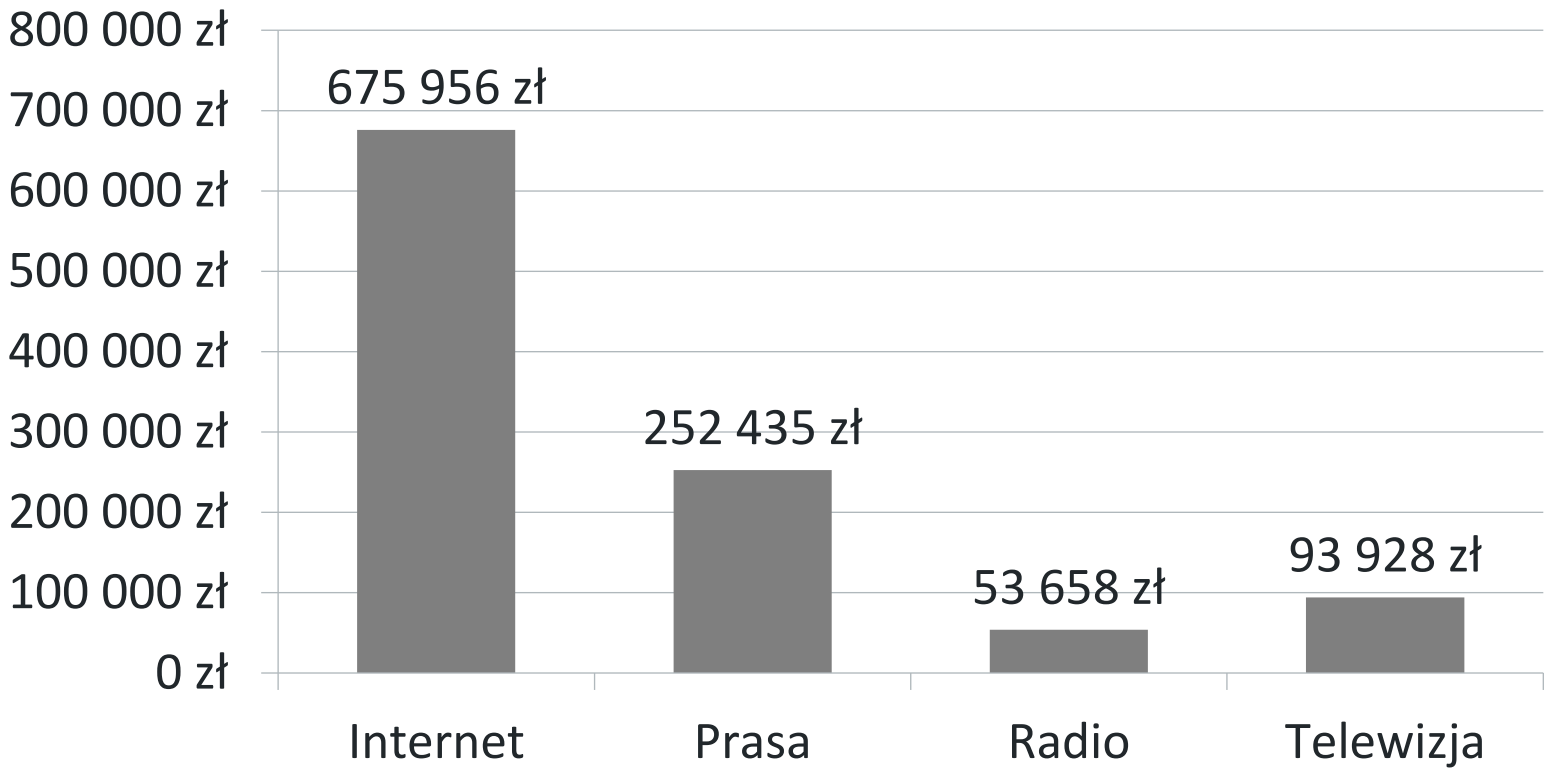


Media z największą sumą dotarcia

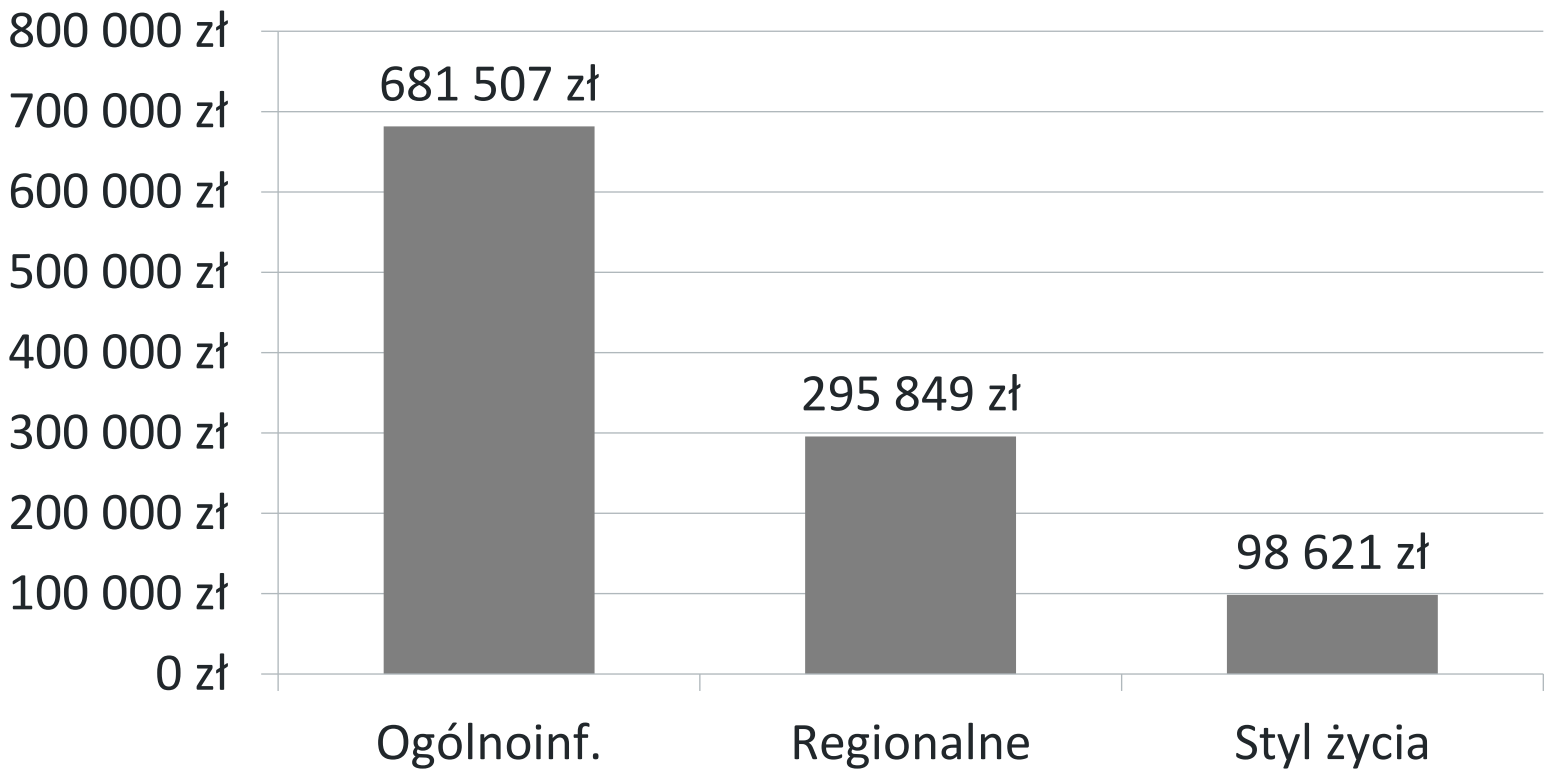


EKWIWALENT REKLAMOWY SZACUNKOWY

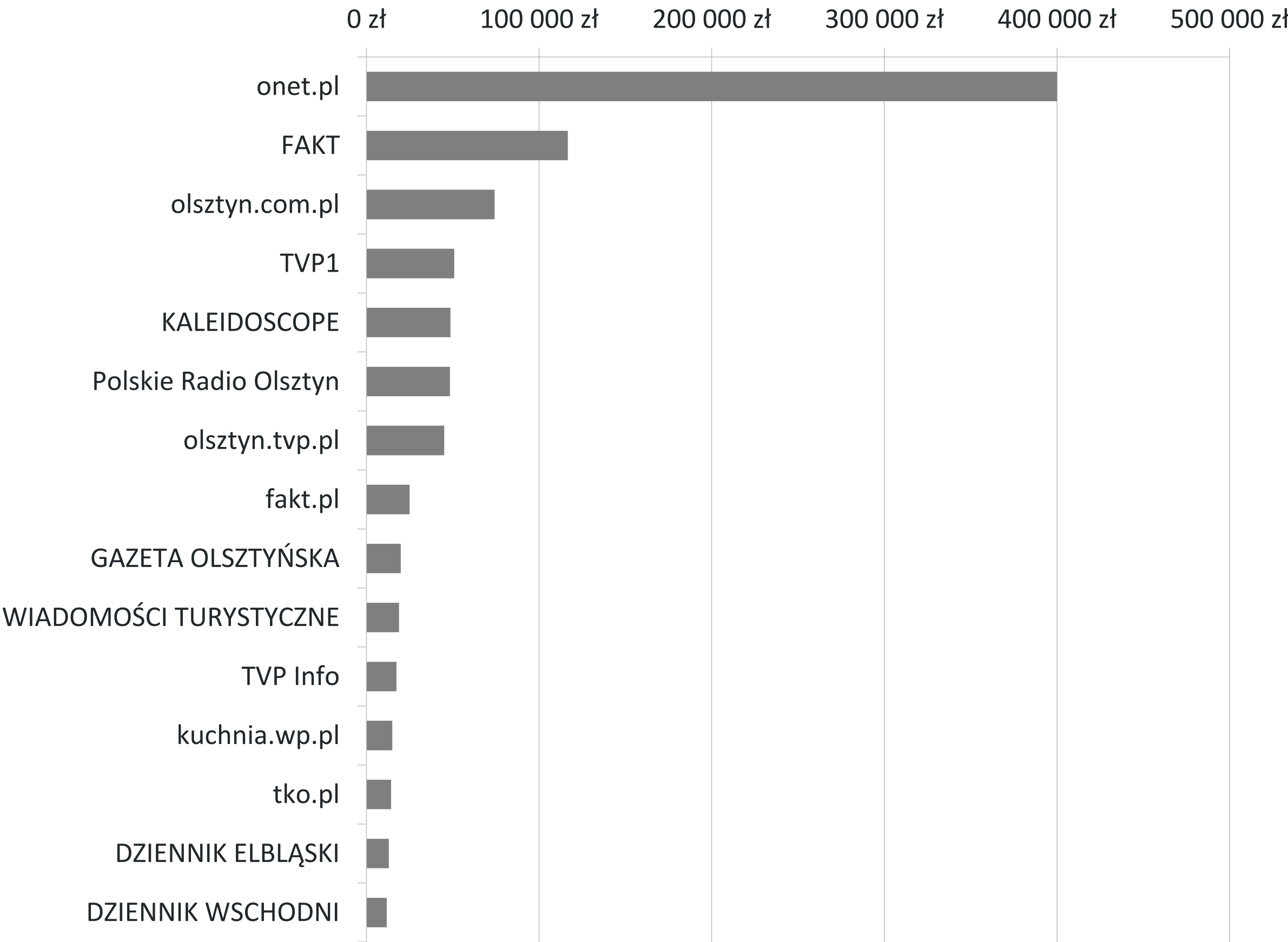
AVE szacunkowe według rodzaju medium



AVE szacunkowe według profilu medium



AVE szacunkowe według mediów - najbardziej wartościowe tytuły



PRZEKAZ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

29

LICZBA WPISÓW

Podział wg kanałów social media



20



5

Pozostałe: 4

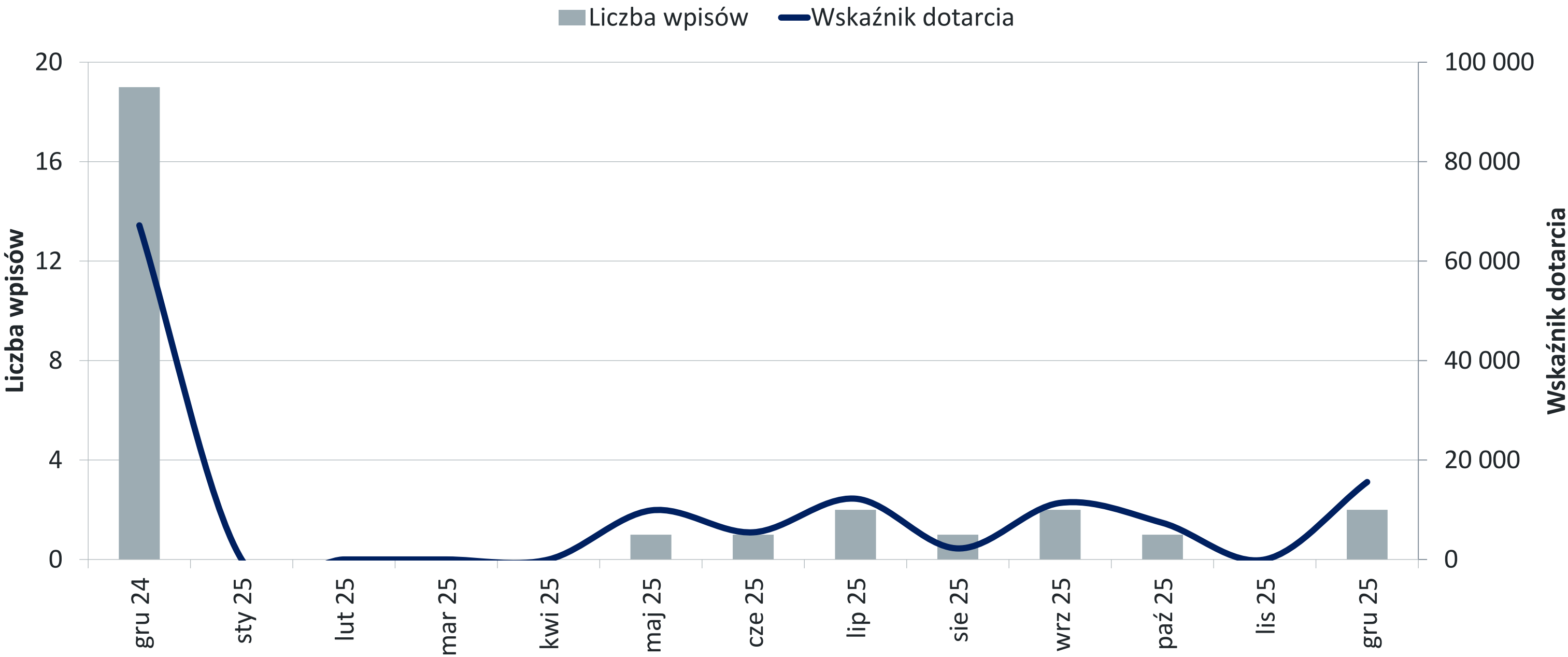
131 287

DOTARCIE PRZEKAZU

19 571 zł

EKWIWALENT SZACUNKOWY

Liczba wpisów w analizowanym okresie oraz ich dotarcie do odbiorcy



PRZYKŁADOWE PUBLIKACJE

Oto postny przysmak słynnego biskupa Ignacego Krasickiego

Upiekli paszтет ze śledzi

Spróbujcie tego przysmaku!
Danuta Szulc z Branzowej Szkoły Pierwszego Stopnia w Olsztynie wyjaśnia, że paszтет ze śledzi doskonale nadaje się na wigilijny stół, a także na wielkanocne śniadanie. Podajemy go z żurawiną lub sosem tatarskim

Smakołyk z biskupiego stołu

Biskup warmiński Ignacy Krasicki był nie tylko cenionym poetą i autorem bajek dla dzieci, ale też wielkim miłośnikiem dobrego jedzenia. Szczególnie upodobał sobie paszтет ze śledzi, który serwował domownikom i gościom na swoim książęcym dworze w Lidzbarku Warmińskim. Przepis na ten specjał sprawdził w Olsztynie

Składniki: 50 dkg solonych śledzi (plus mleko do wymoczenia), 50 dkg ugotowanych lub upieczonych ziemniaków, 30 dkg cebuli, olej do smażenia, 1 całe jajko i 1 żółtko, przyprawy: sól, pieprz, ziele angielskie, gałka muszkatołowa, majeranek, sos grzybowy

Wykonanie: Śledzie wymoczyć w mleku przez kilka godzin i razem z ziemniakami przepuścić przez maszynkę do mielenia. Cebulę zeszklić w kąpieli wodnej przez 10 minut w 200 stopniach, później 40 minut w 160 stopniach.

Ze śledzi możemy zrobić świetny, postny paszтет

młodzi ludzie uczący się zawodu kucharza.

– Pomysł na paszтет ze śledzia wziął się z zapisków dworzanina biskupa Ignacego Krasickiego. W jego dziennikach znajdują się informacje, że zjadano się nim – mówi Wojciech Szalkiewicz, koordynator promocji w Starostwie Powiatowym w Olsztynie.

– Stary przepis trafił do książki, ma także być zarejestrowany jako produkt tradycyjny Warmii. – Trochę stary przepis zmodyfikowaliśmy – mówi Danuta Szulc kształcąca młodzież w Technikum Hotelarsko-Gastro-nomicznym w Olsztynie. – Zmiana polega na pieczeniu paszтетu w kąpieli wodnej. Do blaszki z wodą wstawiamy foremki z masą śledziową i pieczemy, dzięki temu paszтет jest soczysty – wyjaśnia pani Danuta.

HBO

Warszawa -7°C
Zobacz prognozę na jutro →

Szukaj Google SZUKAJ KUP SUBSKRYPCJĘ

ONET > INFORMACJE > JAK ZROBIĆ WARMIŃSKI PASZTET ZE ŚLEDZI? TRWA KONKURS "WARMIA JEST SMACZNA"

Olsztyn.com.pl

Jak zrobić warmiński paszтет ze śledzi? Trwa konkurs "Warmia jest smaczna"

Podobno już w starożytnym Rzymie znano i jedzono pewien rodzaj paszтетu, jednak to, co do dziś kojarzy się nam z tą potrawą, pochodzi z Francji. Tam w XIV w. stał się on synonimem dobrej kuchni, smaku i zamożności. Za ich wielkiego miłośnika uchodził Król-Stońce Ludwik XIV. Pierwsze wzmianki o spożywaniu paszтетu na ziemiach polskich pochodzą z XVII w. i są związane z osobą króla Jana III Sobieskiego, który uwielbiał kuchnię francuską, propagowaną w Rzeczypospolitej przez jego żonę – Marysienkę.

9 grudnia 2024, 16:20

69

Skróć artykuł

Andrey Starostin / Shutterstock

Przydatne Ciekawe Zobacz

Strona główna > Wiadomości > Olsztyn znów z Różą Regionów za Śledziowy Dwusłój i paszтет warmiński

Olsztyn znów z Różą Regionów za Śledziowy Dwusłój i paszтет warmiński

3 października 2025

2 min czytania

Powiat Olsztyński zdobył wyróżnienie w konkursie Róża Regionów za projekt promujący regionalne smaki — w centrum uwagi śledziowy dwusłój, paszтет i forszmak, które mają przyciągać turystów i mieszkańców Warmii.



Opracowanie raportu:

Tomasz Lubieniecki

Kierownik Działu Raportów Medialnych

Kontroler: Sebastian Tomaszewski, Ekspert ds. analiz

IMM | ul. Przyokopowa 33, 01-208 Warszawa

+48 22 378 37 50 | imm@imm.com.pl | imm.com.pl

IMMrank.com - sprawdź ranking medialności marek