

#juntemoslasmesas

30 % des Espagnols séparent les tables d'adultes et d'enfants dans les célébrations de Noël

Vigo, le 2 décembre 2016.- 30 % des Espagnols séparent les tables des adultes de celles des enfants dans les fêtes de Noël, selon un sondage réalisé par Pescanova auprès d'un total de 1 100 personnes âgées de 18 à 65 ans dans toutes les provinces.

68 % des personnes sondées affirment qu'ils se réunissent avec 8 ou plus invités à ces dates. Les 24 et 25 décembre, souvent avec des membres de la famille, tandis que les fêtes de fin d'année et le jour des rois 21 % disent qu'ils profitent pour rencontrer des amis. La nuit de la Saint Sylvestre, les personnes interrogées disent que la séparation des tables pour adultes et enfants est encore plus grande, atteignant 40 %.

À l'égard du résultat de cette étude, le Groupe Nueva Pescanova lance à Noël sa nouvelle campagne publicitaire, qui vise à encourager la population espagnole à se réunir autour d'une seule table, tout en profitant davantage de la joie de ces fêtes, de la spontanéité et de la fraîcheur qui émanent des enfants.

Sous le hashtag #juntemoslasmesas (rassemblons les tables), la campagne inclut des spots publicitaires d'une durée de 1'30", 30" et 10" qui suppose le retour de Pescanova à la télévision et à la toile avec un slogan plus frais et plus amusant que dans le passé. Il est à noter que, à part le spot publicitaire émis ponctuellement à Noël en 2015, Pescanova n'a pas été présente à la télévision depuis 2011. L'agence de publicité de Lola MullenLowe a été choisie pour développer la créativité des annonces, tout en démarrant une nouvelle étape et un nouveau style dans la communication de la marque.

La campagne définit les crevettes, produit phare de Pescanova, comme lien entre les tables pour adultes et enfants. Un tiers des crevettes vendues dans les supermarchés en Espagne est de cette marque. Selon le dernier rapport « La consommation à Noël » de 2016 élaboré par Kantar Worldpanel, les produits les plus consommés en Espagne à Noël sont les crevettes géantes, les crevettes, le jambon ibérique, les fumés, les chocolats, les desserts de Noël, le cidre, le cava et le champagne.

Sur Lola MullenLowe

LOLA est le centre créatif le plus renommé du réseau MullenLowe. Une Agence espagnole mais avec une portée globale, qui réalise des campagnes intégrées pour des clients si divers que Magnum, Mattel, Burger King ou Axe. Il s'agit d'une agence qui place les gens au centre de la communication et qui possède une vaste expérience dans le repositionnement des marques.



Sur le Groupe Nueva Pescanova

Le Groupe Nueva Pescanova est une société multinationale galicienne leader du secteur, spécialisée dans la capture, la culture, la production et la commercialisation de produits de la mer. Elle a été fondée en 1960, elle emploie plus de 12 000 personnes et elle opère dans 27 pays de 4 continents. Pescanova vend ses produits dans plus de 80 pays du monde entier.