

#juntemoslasmesas

EL 30% DE LOS ESPAÑOLES SEPARA LAS MESAS DE ADULTOS Y NIÑOS EN LAS CELEBRACIONES DE NAVIDAD

- En el caso de Fin de Año, las personas encuestadas afirman que la separación de mesas de adultos y niños es aún mayor, llegando al 40%.
- Un estudio realizado por Pescanova destaca que el 68% de la población celebra la Navidad junto a 8 o más miembros de su familia.

Vigo, 2 de diciembre de 2016.- El 30% de los españoles separa las mesas de los adultos de las de los niños en las celebraciones de Navidad, según una encuesta realizada por Pescanova a un total de 1.100 personas de entre 18 y 65 años de edad de todas las provincias.

El 68% de las personas consultadas afirma que se reúne con 8 o más comensales en estas fechas. Los días 24 y 25 de diciembre suele ser con familiares, mientras que en las celebraciones de Fin de Año y Reyes el 21% dice que suele aprovechar para reunirse con amigos. En el caso de Nochevieja, las personas encuestadas afirman que la separación de mesas de adultos y niños es aún mayor, llegando al 40%.

Ante el resultado de este estudio, el Grupo Nueva Pescanova lanza estas Navidades su nueva campaña de publicidad, cuya finalidad es animar a la población española a que se reúna en torno a única mesa, aprovechando estas fechas para disfrutar más de la alegría, espontaneidad y la frescura que emanan los niños.

Bajo el hashtag **#juntemoslasmesas**, la campaña cuenta con spots de 1'30", 30" y 10" de duración y supone el retorno de Pescanova al formato televisivo y al entorno online con un claim mucho más fresco y divertido que en el pasado. Cabe destacar que, desde la publicidad puntual de Navidad de 2015, Pescanova no ha estado presente en televisión desde el año 2011. Para el desarrollo de la creatividad de los anuncios se ha escogido a la agencia de publicidad Lola MullenLowe, comenzando una nueva etapa y un nuevo estilo en la comunicación de la marca.

La campaña establece como nexo de unión entre las mesas de adultos y niños a los langostinos, producto estrella de Pescanova, ya que uno de cada tres de los langostinos vendidos en supermercados en España son de esta marca. Según se recoge en el último informe "El consumo en Navidad" de 2016 elaborado por Kantar Worldpanel, los productos más consumidos en Navidades en España son las gambas, los langostinos, el jamón ibérico, los ahumados, los bombones, los dulces navideños, la sidra, el cava y el champán.

Sobre Lola MullenLowe

LOLA es el *hub* creativo más reconocido de la red MullenLowe. Una agencia española pero con alcance global, que realiza campañas integradas para clientes tan diversos como Magnum,



Mattel, Burger King o Axe. Se trata de una agencia que pone a la gente en el centro de la comunicación y que cuenta con una amplia experiencia en el reposicionamiento de marcas.

Sobre Nueva Pescanova

El Grupo Nueva Pescanova es una multinacional gallega líder del sector especializada en la captura, cultivo, producción y comercialización de productos del mar. Fundada en 1960, emplea a más de 12.000 personas y tiene presencia en 27 países de 4 continentes.