

**NOTA DE IMPRENSA**

**#AcreditoNãoAcredito**

## **Pescanova lança uma nova campanha de publicidade para anunciar a sua gama Dippeo de Camarões**

- Os anúncios inspiram-se no fenómeno de atualidade da Pós-verdade. De acordo com um estudo encomendado pela empresa, 86% dos espanhóis acreditam nas notícias falsas ou *fake news*.
- Com esta nova campanha, a Pescanova promove o Dippeo de Camarões Grandes, a inovação com a qual se introduz no segmento dos produtos do mar refrigerados, apostando em momentos de consumo mais espontâneos, confortáveis e adaptados às tendências atuais do *snacking*, que ganham cada dia peso no consumo doméstico.

**Madrid, 31 de maio de 2017-** Seis em cada dez espanhóis acham que sabem diferenciar uma notícia falsa (*fake news*) de uma verdadeira, mas a realidade é que 86% confunde verdadeiras e falsas. Essa é a principal conclusão do “**I Estudo sobre o Impacto das Fake News em Espanha**”, realizado pela empresa de estudos de mercado Simple Lógica para o Grupo Nueva Pescanova. Com esta análise, a empresa aprofunda o fenómeno das Fake News e da **Pós-verdade**, um tema de atualidade que serviu para construir a campanha de publicidade hoje estreada, e com a qual se anuncia o **Dippeo de Camarões** da Pescanova.

Com o hashtag **#AcreditoNãoAcredito**, a campanha é composta de anúncios de televisão de 10 e 30 segundos, bem como de um documentário alojado no [Youtube \(clicar\)](#), que convida o espetador a descobrir se os conteúdos do documentário e dos diferentes anúncios são notícias verdadeiras ou se, pelo contrário, se trata de *fake news*. O argumento principal: a arte de pesca mais complicado do mundo: a “**Pesca em Roda**”.

E é que a Pescanova descobriu nas correntes migratórias do Atlântico um comportamento inusual dos camarões, onde se unem já descascados pela cola realizando uma dança em forma circular. Esse momento é aproveitado pelos pescadores para capturá-los e levá-los nessa posição ao ponto de venda, tal como apresentado na embalagem do Dippeo de Camarões Grandes da Pescanova.

Com Dippeo, e fiel ao seu ADN empresarial, o Grupo Nueva Pescanova inova, levando o saudável dos produtos do mar até à mesa do consumidor. Nesse caso, e de uma maneira simples, os consumidores



podem desfrutar de maneira muito fácil dos camarões já cozidos e descascados, apresentados em chamativas embalagens de 155 gramas, que incluem molhos a escolher entre cocktail, tártara e maionese. Um snack saudável para compartilhar em reuniões com amigos ou família e a solução perfeita para tomar como aperitivo, fora das principais refeições, como entrada ou como petiscar descontraído.

### **Sobre a Lola MullenLowe**

A criatividade desta campanha foi realizada pela Lola MullenLowe. LOLA é o hub criativo mais reconhecido da rede MullenLowe. Uma agência espanhola mas com alcance global, que realiza campanhas integradas para clientes tão diversos como Magnum, Mattel, Burger King ou Axe. Trata-se de uma agência que coloca as pessoas no centro da comunicação e que conta com uma vasta experiência no reposicionamento de marcas.

### **Sobre o Grupo Nueva Pescanova**

O Grupo Nueva Pescanova é uma multinacional galega líder do setor especializado na captura, cultura, produção e comercialização de produtos do mar. Fundada em 1960, dá emprego a mais de 12.000 pessoas e opera em 27 países de 4 continentes. A Pescanova comercializa os seus produtos em 80 países dos cinco continentes.