

## **“Menos mexerico, mais polvo”, melhor campanha 2.0 Premium nos Luxury Advertising Awards**

**Vigo, 16 de novembro de 2017.**- O Grupo Nueva Pescanova suma mais uma distinção em termos de inovação e criatividade, neste caso relacionada com a campanha de lançamento de uma das suas últimas inovações: o polvo cozido no seu próprio molho. A organização **Luxury Advertising Awards premiou**, no âmbito do seu V Festival de Publicidade de Luxo e Marcas Premium, a campanha digital **“Menos mexerico, mais povo”, na categoria Melhor Campanha de Comunicação 2.0 Premium.**

Estes prémios valorizam que a publicidade consiga transmitir de uma maneira efetiva a filosofia da empresa e contribua para a aproximação de clientes e referências sociais.

*Luxury Advertising Awards*  
Festival de la Publicidad de Lujo y Marcas Premium  
5º ANIVERSARIO

**#MenosMexericoMaisPolvo** é um conceito inserido na campanha “Algo cozinha-se no Carvalhinho”, cuja criatividade foi desenvolvida pela agência Lola MullenLowe para apresentar a última novidade da Pescanova, o Polvo cozido no seu próprio molho. Uma proposta com que a companhia alarga a sua gama de produtos refrigerados, em que o prazer e o convenience se juntam, para oferecer um produto que leva o sabor mais típico da Galiza à mesa dos consumidores de maneira fácil e rápida de preparar.

A agência de marketing digital Roi Scroll foi a encarregada de conceptualizar a estratégia de conteúdos e buzz social em ecossistemas digitais da premiada campanha. Em chave de humor e, através da tradicional figura da cozedora de polvo, as redes sociais da Pescanova mandavam calar as bisbilhotices insanas que circulavam pelas vilas, cidades, televisão, imprensa... e as próprias redes sociais. Esta personagem representa a tradição transmitida dos pais para os filhos durante mais de 100 anos e a seriedade que envolve a arte de conseguir a cozedura perfeita do polvo. Com esta campanha, mostrou-se o bom fazer e a importância de um produto de qualidade, o polvo da Pescanova, cozido no berço da tradição do polvo, Carvalhinho, Galiza, através de quem, geração após geração, prepararam e venderam polvo.



Com a campanha, 100% digital, a Pescanova atingiu mais de 4 milhões de visualizações dos 3 spots de campanha, e foi a rede de microblogging Twitter a que centralizou o coração da estratégia nos meios sociais, agindo como principal eixo dinamizador. O sucesso foi tão grande que o hashtag #MenosMexicoMaisPolvo chegou a ser trending topic orgânico durante 3 horas e meia no dia do lançamento e, em total, a campanha obteve 24 milhões de impactos nesta rede social.

Igualmente, alguns reconhecidos personagens da imprensa do coração do nosso país conversaram com a marca durante esses dias, sustentando-se na cozedora de polvo, convertida em ícone da campanha, para fazer calar mais de um. A marca também enviou algumas caixas de polvo digitais para pedir calma e semear a paz entre as celebrities que mostravam os seus desacordos durante esses dias nas redes sociais.

O galardão será entregue na gala dos Luxury Advertising Awards no próximo 15 de dezembro, pelas 19:00h, no Palácio dos Congressos de Marbelha.

O Grupo Nueva Pescanova destaca-se pelo seu posicionamento como sociedade que aposta nas novas tecnologias e canais para desenvolver as suas estratégias de marketing e comunicação, em linha com a sua oferta de produtos inovadores para consumidores que procuram qualidade, variedade e formatos práticos.

**Para ver a campanha, clique em:**

-Spot Salão de Penteado: <https://youtu.be/fJ0AEVjQid8>

-Spot Bar: <https://youtu.be/j2455tSUnsY>

-Spot Sapataria: <https://youtu.be/XeerZ6wBOKE>

**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.