

## **Cette année, quinze femmes sont les protagonistes du « Message Royal » de Noël**

**Vigo, le 12 décembre 2017.**- Pescanova lance la campagne de Noël en traitant un sujet social : l'inégalité entre les sexes. Dans un scénario qui simule le bureau de la Zarzuela, d'où le traditionnel Message du Roi est retransmis la Veille de Noël, les protagonistes du spot, les « reines » du foyer, 15 femmes, ayant des tranches d'âge différentes ainsi que la race, l'origine, le statut personnel et l'orientation sexuelle différents, lancent leur « Message Royale » : une série d'opinions qui reflètent les problèmes qui touchent et concernent les femmes aujourd'hui, leurs préoccupations au sujet de la situation sociale et des perspectives pour le présent et l'avenir des espagnoles.

Il s'agit de témoignages réels, tels que « Si j'étais un homme, ce serait plus facile pour moi, mais je ne le suis pas, et alors... il faut se battre » ; « Nous pouvons atteindre le même niveau que les hommes et nous devons y arriver parce que nous sommes tous égaux » ; « Il faut qu'il y ait moins de princesses et plus de guerrières » ou « Il faut que nous supprimions les étiquettes. Nous devons être plus attentives à ce qui nous rassemble et moins à ce qui nous sépare ». Les 15 protagonistes des spots parlent d'une réalité dont Pescanova se fait écho, tout en créant une campagne démocratique, directe, avec laquelle la marque veut contribuer à bâtir une société meilleure.

Les spots sont diffusés sur les grandes chaînes de télévision et sur le Canal YouTube, ainsi qu'à travers le timeline de la société sur Twitter, Facebook et Instagram (voir spots ICI). Pescanova tente de créer un mouvement social et participatif, permettant de donner la parole à toutes les femmes pour qu'elles partagent leur opinion sur les questions qui les ont concernées en 2017 et qu'elles lancent leur « Message Royale » avec leurs vœux pour 2018, en téléchargeant leurs vidéos sur le site Web [www.elmensajedelasreinas.com](http://www.elmensajedelasreinas.com). Il est aussi possible de partager les opinions à propos du problème de l'inégalité entre les sexes sur les réseaux sociaux en utilisant le hashtag #ElMensajeDeLasReinas.

### **Inégalité des sexes**

Avec cette campagne, Pescanova met l'accent sur une problématique sociale devenue cruciale dans notre société, telle que l'inégalité entre hommes et femmes, et prend un risque en touchant un sujet qui soulève des opinions très différentes dans la société, mais consciente d'apporter sa contribution à une meilleure coexistence et acceptation des femmes comme des égaux, en favorisant une plus grande égalité des chances.

Les données révèlent une fois encore que les femmes consacrent plus de temps que les hommes à la famille et au foyer - une moyenne de 2 heures en plus par jour - et sont plus défavorisées quand il s'agit



de concilier maternité et travail - 42 000 femmes optent pour un congé pour soins à la famille, face à 3 861 hommes.

Il s'agit d'un point de vue qui est partagé par les deux sexes. Seulement 5 % des femmes et 11 % des hommes considèrent que l'égalité a été atteinte selon les données de Metroscopia. Une réalité qui se reflète également dans le dernier Indice Mondial de l'Écart entre les Genres du Forum Économique Mondial, où l'Espagne a perdu l'an dernier quatre positions et occupe le rang 29 sur cette classification de l'égalité des sexes qui analyse les salaires, la participation et les emplois qualifiés, le niveau éducatif, la représentation dans les structures de prise de décision, la santé et l'espérance de vie et le ratio hommes-femmes.

### **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.