

NOTA DE PRENSA

La nueva Grumete, junto el Grumete, serán los prescriptores infantiles que inspiren en igualdad, respeto por el entorno, dieta saludable, medioambiente, y amor por el mar entre otros valores

Pescanova reivindica los mensajes de la igualdad y respeto en los más pequeños a través de su nuevo personaje: la Grumete

- Este nuevo personaje complementa al actual prescriptor de la marca, el Grumete, creado en 1997.
- A través de un concurso lanzado en las redes sociales, serán los propios niños y niñas quiénes trasladen, a través de sus madres y padres, el mensaje en pro de la igualdad que quieren hacer llegar al mundo.
- Se seleccionarán 10 mensajes que servirán de inspiración para una edición limitada del icónico chubasquero amarillo de la marca, diseñado por la conocida ilustradora Pedrita Parker.

Vigo, 22 de marzo de 2018.- Pescanova, marca líder en productos del mar, quiere seguir reivindicando valores sociales como la igualdad, entre otros, con un foco especial en las nuevas generaciones haciendo alusión a los iconos de marca que más juego pueden dar en el mundo infantil: el chubasquero amarillo y la nueva Grumete.

Para ello, se ha puesto en marcha un concurso en el perfil de [Facebook](#), [Twitter](#) e [Instagram](#) de Pescanova con el objetivo de que los más pequeños de la casa, y sus familias, lancen al mundo los valores que asocian a la igualdad. De esta forma se impulsa la necesidad de que haya grumetes de ambos sexos: el Grumete (el icono actual de la marca) y la Grumete, para reivindicar con su apoyo a que la mitad de la población infantil, que representan las niñas, se sientan identificadas.

La mecánica del concurso

Una vez finalizado el periodo de recogida de mensajes (30 de marzo), desde Pescanova, se seleccionarán los 10 mensajes que mejor interpreten la definición de la igualdad desde la perspectiva de los niños. Con dichos mensajes, la conocida ilustradora, Pedrita Parker, realizará una edición limitada del icónico chubasquero amarillo que será entregado a los finalistas.

Toda la conversación asociada a esta acción podrá seguirse a través de *#ChubasquerosPorLaIgualdad*.



Pescanova desea de esta acción por parte de los consumidores adultos que *“nos ayuden a recabar los mensajes de igualdad que quieren trasladar los más pequeños en sus hogares, que nos digan incluso si les gustaría que incluyamos una chica grumete en los soportes de comunicación como pueden ser los propios envases de Pescanova con versiones de diseños con ambos sexos: chico y chica grumete, pero sobre todo que se sientan partícipes de una iniciativa en la que queremos reivindicar la igualdad de géneros”* señala Iker Asolo Domínguez, jefe de producto de Grupo Nueva Pescanova.

Pescanova en su apuesta por comunicar valores

Con esta iniciativa, Pescanova comienza una estrategia a largo plazo con la que comunicar a los más pequeños distintos valores como la igualdad y el respeto por los demás, y el entorno, a los que se sumarán el cuidado del medioambiente, el amor por el mar y los valores de una dieta saludable, entre otros.

Además, esta acción fomentando la igualdad está alineada con su última campaña de Navidad en la que lanzaba hacia hincapié en la **desigualdad entre sexos**. En este caso, las protagonistas del spot, las “reinas” de la casa, eran 15 mujeres de distintas edades, raza, procedencia, condición personal y orientación sexual, que lanzaban su **“Mensaje Real”**: una serie de opiniones que reflejaban los problemas que afectan y preocupan a las mujeres de hoy, sus inquietudes sobre la coyuntura social y las perspectivas de presente y futuro de las españolas

Grupo Nueva Pescanova

El Grupo Nueva Pescanova es una empresa española líder del sector, especializada en la captura, cultivo, producción y comercialización de productos del mar, tanto frescos, refrigerados como congelados. Fundada en 1960, emplea a más de 11.000 personas y tiene presencia en 24 países de 4 continentes. El Grupo Nueva Pescanova vende sus productos en más de 80 países de todo el mundo.