

NOTA DE PRENSA

Según el informe Brand Footprint 2018, de la consultora Kantar Worldpanel

Pescanova, la quinta marca de Gran Consumo con más penetración en los hogares españoles

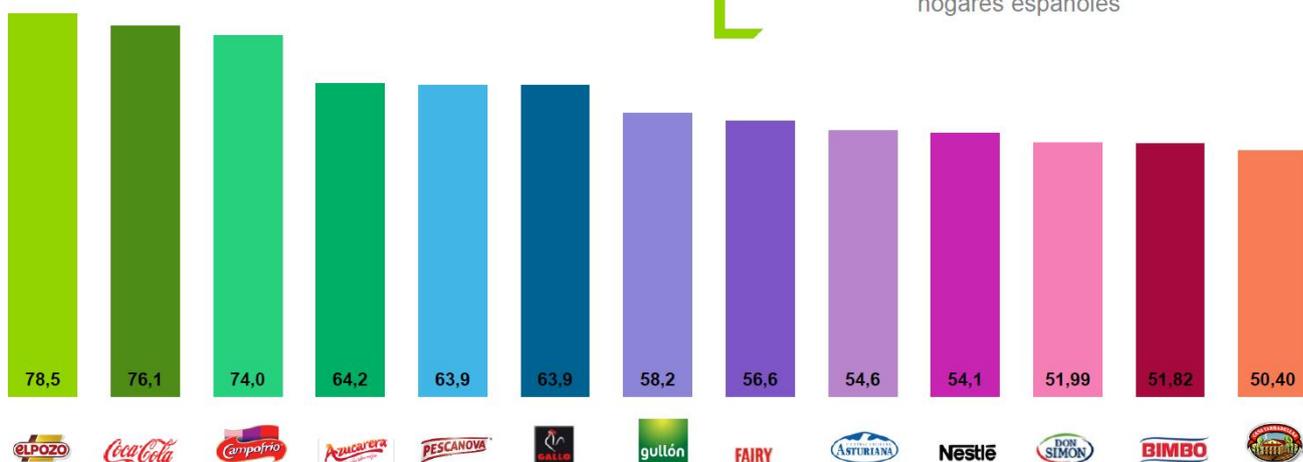
- En cuanto al ranking general de las marcas más elegidas por los hogares españoles, Pescanova sube dos posiciones y entra en el Top10 como la 9ª marca de Gran Consumo más elegida en España.

Vigo, 16 de mayo de 2018.- Pescanova asciende un puesto con respecto al año anterior y se convierte en la **quinta marca de Gran Consumo con más penetración en los hogares españoles**, según el informe Brand Footprint 2018, elaborado por la consultora Kantar Worldpanel. Este ranking evalúa el porcentaje de hogares que compran la marca en un año.

Según este ranking, Pescanova está **presente en el 64% de los hogares de España** a través de su variedad de productos congelados y refrigerados. El informe señala, un año más, el esfuerzo de la compañía en innovación de productos y su apuesta por momentos de consumo más espontáneos, cómodos y adaptados a las tendencias actuales.

Las marcas que más gente compra

% Penetración de compra anual



En cuanto al **ranking general de las marcas más elegidas por los hogares españoles**, Pescanova **sube dos posiciones y entra en el Top10 como la 9ª marca de Gran Consumo más elegida en España.**

Centrándonos específicamente en las marcas de Alimentación, Pescanova es la cuarta marca de alimentación más elegida por los hogares españoles, escalando tres puestos respecto al año anterior. El estudio la sitúa como la cuarta marca del Top 50 que más crece en número de veces que es comprada a lo largo del año (+11,7%).

| | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|----|--|---|----|--|---|----|--|---|----|--|------|
| 1 | | ● | 11 | | ▲ | 21 | | ● | 31 | | ▼ | 41 | | ▼ |
| 2 | | ● | 12 | | ▼ | 22 | | ● | 32 | | ▼ | 42 | | ○(N) |
| 3 | | ● | 13 | | ▲ | 23 | | ▲ | 33 | | ▼ | 43 | | ▲ |
| 4 | | ● | 14 | | ▼ | 24 | | ● | 34 | | ▼ | 44 | | ▼ |
| 5 | | ● | 15 | | ▲ | 25 | | ▲ | 35 | | ▼ | 45 | | ▼ |
| 6 | | ▲ | 16 | | ▼ | 26 | | ● | 36 | | ● | 46 | | ● |
| 7 | | ▼ | 17 | | ▼ | 27 | | ▲ | 37 | | ▲ | 47 | | ● |
| 8 | | ● | 18 | | ▼ | 28 | | ▲ | 38 | | ▼ | 48 | | ○(N) |
| 9 | | ▲ | 19 | | ▼ | 29 | | ▼ | 39 | | ▲ | 49 | | ○(N) |
| 10 | | ● | 20 | | ● | 30 | | ▲ | 40 | | ▼ | 50 | | ● |

Fuente: 'Brand Footprint 2018', Kantar Worldpanel

Este ranking se elabora sobre una muestra de 12.000 hogares representativos de la población y mide cuántas veces una marca es comprada en el punto de venta. Analiza, a partir del número de compradores de una marca, su frecuencia de compra, un dato que se expresa mediante los "contactos con el consumidor" o CRP (del inglés Consumer Reach Points).

Sobre el 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.