



## Pescanova, oitava marca de Grande Consumo mais escolhida pelos espanhóis

- *Escala um lugar no ranking global em relação a 2018 e mantém-se como quarta marca de alimentação e quinta em penetração de compras*
- *Presente em 64% das habitações da Espanha através da sua variedade de produtos congelados e refrigerados*

**Vigo, 24 de maio de 2019.**- A Pescanova sobe um lugar em relação ao ano anterior e converte-se na **oitava marca de Grande Consumo mais escolhida pelos espanhóis**, de acordo com o relatório Brand Footprint 2019, elaborado pela consultora Kantar Worldpanel que analisa as 50 marcas de grande consumo mais escolhidas no nosso país.

A empresa conseguiu **54,2 milhões de contactos com o consumidor** (CRP, das suas iniciais em inglês), um índice que mede quantas vezes é que a marca é escolhida no ponto de vendas. Baseia-se na percentagem de penetração, que no caso da Pescanova alcança 64% das habitações do país, e a frequência com que o fazem com uma média de 4,8 vezes por ano.

A Pescanova continua assim a linha ascendente dos últimos anos e consolida-se no Top 10 das principais marcas de consumo do nosso país, graças à aposta na inovação, no investimento publicitário e na adaptação constante aos hábitos do consumidor.

Relativamente ao **ranking setorial de Alimentação, a Pescanova mantém o quarto lugar** alcançado em 2018. Repete igualmente o quinto lugar no ranking das marcas mais presentes nas habitações, de acordo com o qual a Pescanova está presente



em **64% das habitações espanholas** através da sua variedade de produtos congelados e refrigerados.

Este ranking é elaborado sobre uma amostra de 12.000 habitações representativas da população e mede quantas vezes é que uma marca é comprada no ponto de vendas.

Analisa, a partir do número de compradores de uma marca, a sua frequência de compra, um dado que se expressa mediante os "contactos com o consumidor" ou CRP (do inglês Consumer Reach Points).