

14 años después, vuelve el “Calvo” de la Navidad

- El actor británico Clive Arrindel, con bigote, protagoniza la nueva campaña de Navidad de Pescanova “Elige Bigote”.
- Pescanova buscaba al icono navideño más querido para su campaña y según un estudio realizado a 2.000 personas, los españoles querían que el “Calvo” volviera esta Navidad, por delante de Raphael, Ramón García y Anne Igartiburu, o Cristina Pedroche.

Madrid, 4 de diciembre de 2019. Pescanova, compañía líder en productos del mar, vuelve a sorprender a los españoles trayendo de vuelta al “Calvo” de la Navidad como protagonista de su campaña “Elige Bigote”. Tras afeitarse el bigote a Vicente del Bosque las pasadas navidades, Pescanova recupera este año al icono de la Navidad más querido por los españoles: el “Calvo”.

No hay Navidad sin bigote

La campaña está inspirada en los valores, y en la emotividad que infunde el espíritu navideño de los anteriores clásicos; pero con el toque de humor que caracteriza a Pescanova en sus últimas campañas y de la que se desprende un mensaje claro: no hay Navidad sin bigote. Y en este caso, protagonizado por el personaje de la Navidad más querido de los españoles, con un nuevo *look*. El “Calvo” vuelve con bigote, como Rodolfo langostino, sinónimo de identidad y calidad para Pescanova. Todo ello en un entorno familiar y mágico con el que resulta fácil conectar e impresionar a la audiencia.



A partir de las 22h de hoy se emitirá el anuncio con una imagen renovada del “Calvo”

El “Calvo” de la Navidad, el favorito para volver

Este año Pescanova daba un paso más allá, preguntando a los españoles por los personajes que querían de vuelta esta Navidad. La conclusión fue clara y contundente del estudio realizado a 2.000 personas: los españoles querían el regreso del “Calvo”. De hecho, la mitad de los encuestados de entre 25 y 34 años, así lo afirmaban. El personaje representado por Clive Arrindell, también era el preferido cuando había que elegir



entre otras personalidades. De hecho, 3 de cada 4 ciudadanos lo sitúan en el primer lugar de cara a que volviera por Navidad.

En CCAA como Andalucía, Castilla-León, Cataluña, C. Valenciana, Extremadura y Madrid, la puntuación para que volviera el “Calvo” era aún mayor. En el caso de Cataluña, al igual que a nivel nacional, eran los jóvenes de 25 a 34 años los que más deseaban su vuelta. Mientras que, en la Comunidad Valenciana, los mayores de 35 años, los que más preferían al “Calvo”.

Juan Viñas, Director de Marketing de Pescanova, asegura que: *“En Pescanova buscábamos icono navideño para nuestra próxima campaña. Y para nosotros era clave tomar el pulso a los españoles y saber qué personaje icónico navideño tenía que volver”*.

Por detrás del “Calvo”, los españoles han nombrado a personajes como Raphael, Ramón García, Anne Igartiburu o Cristina Pedroche entre sus favoritos para Navidad.

Este estudio ha permitido conectar con los ciudadanos, que también demandaban humor y valores en las campañas, una escucha activa que ahora se hace realidad: *“Desde Pescanova queríamos volver a sorprender con mucha frescura y con mucho humor, como hicimos en 2018. El año pasado afeitamos el bigote a Vicente del Bosque, y qué mejor que este año recuperemos al icono favorito de los españoles: al “Calvo de la Navidad”, a que reparta su magia, a que reparta bigotes”*.

Sobre los Rodolfos de Pescanova

Los Rodolfos son unos langostinos caracterizados por una textura y sabor insuperables, gracias a un meticuloso proceso de elaboración pionero y único en el mundo. Los Rodolfos son seleccionados uno a uno, cocidos y envasados, preservando su total integridad, por lo que su apariencia y textura son insuperables, siendo sus largos e intactos bigotes su garantía de calidad. Los Rodolfos volverán a ser el producto principal de la campaña de Pescanova.

Sobre el Grupo Nueva Pescanova

El Grupo Nueva Pescanova es una multinacional española líder del sector, especializada en la captura, cultivo, elaboración y comercialización de productos del mar, tanto frescos, refrigerados como congelados.

Fundada en 1960, emplea a más de 10.000 personas y tiene presencia en más de 20 países de cuatro continentes. El Grupo Nueva Pescanova vende sus productos en más de 80 países de todo el mundo.