



Pikolin presenta “Injubilables”. Su nueva campaña de comunicación vinculada a “Haz algo que te quite el sueño”

El pasado año, Pikolin revolucionó el mercado de descanso conceptualizando el propósito de la marca con una invitación a vivir la vida con pasión. Por primera vez, una marca de colchones no te invita a descansar, sino que nos anima a encontrar algo que nos apasione, que nos inspire, y por lo que merezca la pena dedicar toda nuestra energía, sin que nos importe llegar agotados al final del día. Pikolin se convierte así en el embajador de una forma de vivir la vida, apasionada, activa, entusiasta y por qué no decirlo, sacrificada. Un socio que nos permite vivir con plenitud, ya que podemos confiar en que él se ocupará de proporcionarnos el descanso que necesitamos.

La campaña, creada por Oriol Villar, fue galardonada por dos premios EFI y dos premios del CdC, además de lograr una consolidación destacada de su Top of Mind y sus valores de marca. Pikolin quiere seguir inspirando, liderando y provocando cambios en la sociedad, y es por ello que este año, a través de su campaña “Injubilables” dará voz a un colectivo desde el que no se comunica habitualmente.

La diversidad es uno de los valores de la marca, y Pikolin se convierte en altavoz de un colectivo muy silenciado por la sociedad. Así, la nueva campaña convierte al colectivo de personas seniors en un referente aspiracional, mostrando cómo los más mayores hablan de la propuesta de valor de marca, y viven su vida con pasión. Porque vivimos en una sociedad en la que la pasión vital solo se comunica y entiende asociada a personas jóvenes, y Pikolin quiere visibilizar este hallazgo para impulsar un cambio social. Porque sabemos que las ganas de vivir cada momento con entusiasmo, no entiende de edades, ni de idiomas, es cuestión de actitud. Y no hay mayor pasión que mantener vivo el deseo de amar durante toda tu vida.

Pikolin comenzará el 9 de abril un ambicioso plan de medios que contará con televisión, exterior, branded content y digital. Sus nuevas piezas, creadas y dirigidas por Oriol Villar, se encargarán de difundir el propósito de Pikolin a través de la historia de sus protagonistas, personas reales que nos transmiten e inspiran su actitud de pasión vital.

Para amplificar la campaña, Pikolin ha contado también con la agencia creativa Tangoº, que ha impulsado el movimiento **#parejaapasionada** con el objetivo de movilizar a la sociedad y romper el tabú de que la pasión es exclusividad de los jóvenes, y con AcentoenlaCé, que ha diseñado la estrategia de PR.

El movimiento nace al comprobar que, si buscamos “pareja apasionada” en Google, solo aparecen imágenes de personas jóvenes, dejando en el olvido a las parejas seniors. **¿Por qué este prejuicio social? ¿Por qué la sexualidad y la pasión en los mayores de 60 son temas tabú?** La iniciativa **#parejaapasionada** pretende acabar con este estereotipo y replantear el culto a la juventud. A través de una acción de llamamiento con influencers en redes sociales y de la generación de debate social en medios de comunicación, la campaña invita a todo aquel que quiera sumarse a entrar en parejaapasionada.pikolin.com y compartir la imagen de la campaña de Pikolin en redes sociales, ayudando así a hacer que aparezca en el top de las búsquedas de Google.

Accede a la campaña: <https://www.pikolin.com/es/comunicacion/notas-prensa/injubilables>

Para contacto: Ana Robledo (ana.robledo@pikolin.com)