Pikolin celebra su 75º Aniversario

El 90% de los niños afirma vivir con mucha ilusión, según el estudio encargado por Pikolin para sustentar la nueva campaña, mientras que solo el 50% de los adultos lo hace. Pikolin ha contado con el asesoramiento de Amaya de Miguel, experta en educación familiar y directora de la Escuela online para padres y madres: Relájate y Educa. Con 75 años de trayectoria a su espalda, la marca apuesta por la ilusión como palanca de futuro para los próximos 75 años

Pikolin celebra su 75º Aniversario con la mirada puesta en el futuro, su nueva campaña apela a una de las emociones más universales: la ilusión. La empresa familiar fundada en Zaragoza invita a seguir el ejemplo de los niños y afrontar el futuro con ilusión.

Este 2024, en el que la marca cumple 75 años, la compañía ha puesto el foco en el futuro invitándonos a recuperar la ilusión. La marca ha elaborado un estudio en el que ha contado con una muestra demoscópica de niños y adultos de diferentes edades, que evidencia como el desaliento aumenta conforme cumplimos años.

Asimismo, Pikolin ha contado con el asesoramiento de Amaya de Miguel, voz experta en la comunicación infantil y asesoría de familias y creadora de Relájate y Educa, la escuela online para padres y madres para reinterpretar sus hallazgos: "Para tener calidad de vida es necesario identificar aquello que nos hace sentir bien y ponerlo en práctica siempre que podamos", afirma De Miguel.

Según el estudio elaborado por Pikolin, "2 de cada 3 adultos envidian la ilusión con la que viven los niños". Del mismo estudio también se extrae que "el 80% de los adultos cree que la ilusión es una actitud personal y hay que pelear por ella".

"Los niños son un ejemplo inspirador para los adultos porque mantienen intacta la ilusión cada día. Tenemos mucho que reflexionar y aprender de ellos, y como adultos, no debemos privarles de esos momentos de ilusión en los que persiguen sus sueños, sus pasiones o simplemente las cosas que les hacen felices. Es nuestro deber de adultos proteger ese tesoro infantil e impulsarlo", afirma la directora de Marketing y Comunicación de Pikolin, Ana Robledo Pascua.

Casi la mitad de los españoles (45%) considera que "tener actividades en su día a día que les apasionen sería un buen motivo para empezar mejor el día".

Respecto a la relación de los padres con sus hijos, el estudio asegura que "solo 1 de cada 10 entrevistados con hijos afirma conocer las ilusiones de sus hijos a la perfección" pero "6 de cada 10 sienten el deber de ser guardianes de las ilusiones de sus hijos".

"El estudio de Pikolin nos demuestra que no son cosas grandilocuentes las que nos producen

bienestar. Para muchos adultos, levantarse con una alarma suave, desayunar bien o escuchar música son pequeñas acciones que aumentan nuestro bienestar. Por eso, identifica aquello que te hace sentir bien y hazlo más a menudo", argumenta Amaya de Miguel como conclusión del estudio elaborado por Pikolin.

En la celebración del aniversario de la marca, Pikolin con su mirada en el futuro inmortaliza su trayectoria en un libro editado por Grupo Pikolin, donde se detalla la evolución de una marca que, desde su humilde inicio con 8 trabajadores en un taller de Zaragoza en 1948, se ha forjado una sólida reputación gracias a su compromiso, pasión y visión de futuro y se ha convertido en el segundo Grupo Europeo de descanso.

Más información: https://www.pikolin.com/es/pikolin-celebra-su-75-aniversario

Microsite: https://www.pikolin.com/es/hazalgoquetequiteelsueno

Datos de contacto:
Miriam
Ejecutiva de Cuentas - Droom Boutique
91.532.56.70

Nota de prensa publicada en: Zaragoza

Categorías: Nacional Marketing Sociedad Madrid Aragón Hogar Celebraciones Bienestar Actualidad Empresarial

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es