Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# A Vaca que ri e Babybel vão contigo para todo o lado

*15-05-2019*

Os queijinhos A Vaca que ri e Babybel Light juntaram-se naquela que é a ativação com mais pedalada de sempre!

De 29 de abril a 26 de maio a próxima paragem é por conta d'A Vaca que ri e Babybel!

Todas as semanas podes ganhar bicicletas e muitas experiências de Relax & Spa. Para participares no passatempo basta adquirires produtos A Vaca que ri Light (triângulos 8P, 16P, 24P ou Palitos de Pão integral) e Babybel Light (redes 6 unidades ou 12 unidades e Babybel Cheese & Protein Mix), acederes ao site pausaparasnack.pt, escreveres uma frase criativa sobre os snacks das marcas e fazer
*upload*
do teu talão de compra.

Saborosos e nutritivos, os queijinhos A Vaca que ri e Babybel Light são os aliados ideais para quem não tem tempo a perder. Perfeitos para levar para todo o lado e para consumir em qualquer altura: no trabalho, num dia de treino ou em viagem, são a opção saudável para os teus lanches e pausas entre refeições.

Sem conservantes nem aromas artificiais adicionados, os queijinhos
**A Vaca que ri Light**
, são ideais para preencher aquele "ratinho no estômago" até à próxima refeição e só têm
**26kcal**
.

**A Vaca que ri Light com Palitos de pão integral**
junta ao nosso queijinho, palitos de pão integral,
**rico em cálcio e proteínas**
e com apenas
**77Kcal**
, perfeitos para levar para todo o lado.

**Babybel Light**
é rico em proteínas, sem aditivos nem conservantes adicionados e têm apenas
**42 kcal**
por queijinho. Apto para vegetarianos e naturalmente sem lactose, este super queijinho é a dose certa para um lanche saudável. O
**novo**
**Babybel Cheese & Protein Mix,**
com
**alto teor em proteína e 0% lactose,**
junta um Mini Babybel Light a uma saqueta de amêndoas e sultanas, o snack ideal para os dias que não acabam.

Participa em
pausaparasnack.pt

até 26 de maio

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Chicco junta-se a Mariana Patrocínio para celebrar o Dia da Família: Somos Um Bocadinho de Todos

*15-05-2019*

Porque a família é a coisa mais importante do mundo, a Chicco celebra hoje, dia 15 de Maio, o Dia da Família. Tal como as *matrioskas*
, todos nós somos, camada a camada, um bocadinho de todos: dos nossos pais, irmãos e avós, assim como os nossos filhos são um bocadinho de nós, dos nossos pais, dos irmãos, dos tios, dos primos. Para assinalar este dia, a Chicco convidou Mariana Patrocínio a partilhar as suas memórias de família.

Mariana Patrocínio juntou-se à marca e viajou no tempo, partilhando fotografias suas e da família ao longo dos anos. Através destes momentos vividos em família, Mariana revela que é um bocadinho dos seus pais, avós, tios, e irmãs.

A história de família de Mariana poderá ser vista no
Facebook
e
Instagram
da marca já hoje num pequeno vídeo onde a mãe de Mateus, Pureza e Mariana partilha algumas memórias: "Há uma fotografia da minha mãe com um recém-nascido ao colo, que sou eu. É uma ternura ver que as calças que tinha vestidas são as que hoje em dia tenho e visto à Pureza."

Muito ligada à família, Mariana fala-nos também da importância das memórias de infância "Como hoje em dia as minhas irmãs e eu fazemos com os nossos filhos, a nossa mãe preocupava-se muito com as nossas festas de anos, em garantir que fossem o mais originais e divertidas possíveis, atenta a todos os detalhes. As festas eram temáticas, como hoje em dia eu faço para o Mateus. A vontade de fazer algo que nós gostássemos passou de geração em geração" diz Mariana Patrocínio.

As gerações seguem-se umas às outras, e entre coisas que não mudam e outras que mudam radicalmente, existe sempre a certeza de que a nova família traz consigo um bocadinho da geração

anterior. E é a cada nova geração, com o nascimento de bebés e de novas famílias que a Chicco está presente.

"A família é de uma importância enorme para a nossa marca. Afinal a Chicco nasce no seio de uma família, desta vontade de um pai em querer o melhor para o seu filho e para a sua família que nasceu a marca Chicco. Já levamos mais de 60 anos de história e temos marcado muitas famílias e diferentes gerações de bebés que hoje já são pais ou mesmo avós. É um orgulho enorme olharmos à nossa volta enquanto marca e percebermos isso, que estamos presentes nas famílias portuguesas (e não só) há várias gerações. Por isso não podíamos deixar de assinalar esta data com uma acção especial" refere Filipa Remígio,
*Marketing and Sales Director*
da Artsana Portugal, sobre a importância do conceito Família para a Chicco.

Temos de retroceder mais de 60 anos para chegarmos à origem da marca. Quando o primeiro filho de Pietro Catelli nasceu - Enrico ou Chicco, o diminutivo -, o pai apercebeu-se da enorme lacuna de produtos de puericultura no mercado. Tudo o que encontrou, de todas as pesquisas que fez, lhe pareceu insuficiente e desapropriado para aquela fase da vida em família. Foi então que decidiu desenvolver produtos de puericultura seguros, simples e adequados às diferentes fases do crescimento do seu filho, mas que facilitassem a vida em família também. A partir das necessidades que surgiam com o bebé, Pietro encontrava soluções inovadoras, que pudessem depois ajudar outras novas famílias. "Um legado muito presente no nosso dia-a-dia que nos guia para continuar a levar o melhor a todos os bebés, a todos os pais, a todas as famílias.", reforça Filipa. Ainda hoje a Chicco se orgulha de ser uma marca de família, com Michele e Francesca, filhos de Catelli, envolvidos diretamente na gestão do grupo fundado pelo pai.

Quer seja nos detalhes mais pequenos, ou naqueles de maior importância, e porque todos somos um bocadinho de todos, a Chicco está cá para ajudar a festejar a família.

---

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# CottonTouch, a nova gama Johnson's Baby desenvolvida para o recém-nascido

*15-05-2019*

*Nova Gama CottonTouchTM*

A nova gama JOHNSON'S® CottonTouchTM foi especialmente concebida para a pele delicada e sensível do recém-nascido. Com uma textura ultraleve e com o pH perfeitamente equilibrado, a espuma de banho e a loção são feitos a partir de algodão autêntico e não deixam resíduos, potenciando a sensação de suavidade. Os produtos utilizam ingredientes propositadamente e cuidadosamente escolhidos e não contêm corantes, ftalatos ou sulfatos. A fragância CottonTouchTM foi testada a nível mundial e está cientificamente provado que esta ajuda a potenciar o laço emocional entre os pais e o bebé ajudando ao desenvolvimento saudável e ao crescimento emocional do bebé.

Johnson's Baby é a marca usada nos recém-nascidos em 80% das maternidades portuguesas, uma vez que os seus produtos são concebidos especialmente para celebrar os laços existentes entre os pais e o seu bebé e encorajar o sentimento de segurança, como é o caso da nova gamaCottonTouchTM.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Dia Internacional da Família é com Limiano

*15-05-2019*

Celebre a sua família como ela é e partilhe-a sem filtros! Adira ao movimento #partilhaimperfeita de Limiano

Pensamos que tudo nas nossas vidas tem de ser perfeito, a nossa casa, o nosso trabalho, a nossa aparência, e claro, a nossa família. Há uma pressão social que nos leva a procurar a perfeição em tudo. Isso pode tornar-se avassalador e uma causa de ansiedade.

No
**Dia Internacional da Família**
, a
**15 de maio**
, celebre a família como ela é. Sem filtros, sem dramas, assumindo as suas pequenas imperfeições.

Junte-se ao movimento
**Limiano "Partilha Imperfeita"**
que a marca vai lançar nas suas redes sociais, nesta data especial, e partilhe uma foto da sua família como ela é, com ahashtag
**#partilhaimperfeita.**

Cabelos despenteados, caretas, birras, quartos desarrumados, pinturas na parede são alguns exemplos de coisas que não vemos nas redes sociais, mas elas existem e tornam a vida mais genuína. Não tente escolher a foto que ficou melhor, nem perca tempo com novas tentativas ou com o filtro que fica mais bonito, pois são as imperfeições que tornam a vida familiar verdadeira e única.

Inspirando-se neste tema,
**Limiano**
convidou também três personalidades de áreas distintas a dar o seu testemunho pessoal sobre esta constante pressão que sentimos no nosso dia a dia, para sermos perfeitos em tudo o que fazemos.

Falando em nome pessoal,
**o Prof. Eduardo Sá**
(psicólogo) e as influencers,
**Isabel Saldanha**
(fotógrafa) e
**Mariana Cardoso**
, do blog Aos Pares partilham, num testemunho genuíno, a sua perspetiva sobre a constante procura do ser humano pela perfeição. Falam-nos desta pressão que vivemos no mundo digital, mas que se transporta para a nossa vida diária, defendendo que não devemos viver com a pressão da perfeição em tudo o que fazemos e vivemos, e convidam a que celebremos o dia da família sem filtros.

Desfrute do
**Dia Internacional da Família**
de forma saborosa e genuína com
**Limiano**
!

#PARTILHAIMPERFEITA

Saiba mais sobre o movimento nas redes sociais de
Limiano Facebook
e Instagram Limiano.

**Limiano**
. Faz parte da Família.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Feira do Livro de Lisboa terá sacos de papel em parceria com the Navigator Company

*29-05-2019*

Promover a sustentabilidade e protecção do ambiente é o objectivo de uma acção da The Navigator Company, que se juntou à APEL - Associação Portuguesa de Editores e Livreiros para oferecer sacos de papel aos visitantes da Feira do Livro de Lisboa.

Na edição deste ano, que terá lugar no Parque Eduardo VII entre os dias 29 de Maio e 16 de Junho, no momento de aquisição dos livros, cada visitante receberá um saco para garantir "o transporte dos vários exemplares num único saco amigo do ambiente, feito em material natural de origem renovável e com elevada reciclabilidade e biodegradabilidade". No total, a The Navigator Company entregará 60 mil sacos em papel aos vários livreiros presentes na feira.

A acção representa "um passo muito importante para a empresa, desde sempre empenhada no desenvolvimento sustentável do planeta, através do uso de recursos naturais, renováveis e no desenvolvimento de produtos sustentáveis de base de papel", afirma António Quirino Soares, director de marketing da empresa, sublinhando que "ao assumirmos esta parceria com a APEL e ao proporcionarmos a oferta de 60 mil sacos de papel para que os visitantes transportem os livros adquiridos, estamos certos de que este nosso contributo irá alertar a sociedade para a importância da sustentabilidade".

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Festival das Vacas Felizes sorteia uma viagem aos Açores todas as semanas

*13-05-2019*

Viagens duplas aos Açores, fantásticas cestas e mantas de piquenique com imprescindíveis a qualquer tarde na pastagem. Tudo isto faz parte do Festival das Vacas Felizes de Terra Nostra.

Após o sucesso do Festival da Música Feliz lançado o ano passado, Terra Nostra decidiu desafiar novamente os consumidores e, este ano, apresenta o Festival das Vacas Felizes, um novo formato que conta com uma verdadeira pirâmide de prémios e que irá facilitar ainda mais a participação do consumidor.

A cada semana do mês de maio será sorteada uma viagem à Ilha de São Miguel, 5 cestas e 10 mantas de piquenique.

Para isso, basta adquirir
**dois produtos da marca e fazer o respetivo upload**
do talão de compra.

"
*Este ano, decidimos simplificar a mecânica, permitindo que qualquer consumidor se habilite a ganhar um dos fantásticos prémios que temos para oferecer. Para isso, basta adquirir dois produtos da marca, seja Leite de Pastagem, Queijo ou Manteiga*
", comenta
**Federico Nigra, Brand Manager Terra Nostra**
. "

*Esta iniciativa conta com uma campanha 360º com ativação no ponto de venda, nos canais digitais, televisão e rádio, a decorrer durante todo o mês de Maio*
", sublinha a responsável.

**Terra Nostra. O bem, bem feito.**

---

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# GoGo squeeZ dá as boas vindas às atividades ao ar livre com ações degustação em loja

*08-05-2019*

GoGosqueeZum snack divertido ideal para um lanche saudável e brincadeiras ao ar livre.

A chegada da primavera e os meses de abril e maio são dos mais esperados pelas famílias portuguesas. Os dias são mais longos e cheios de sol, convidando a atividades ao ar livre, passeios e a mais brincadeiras na rua.

Agora que vai passar mais tempo com as crianças no exterior, o acesso a lanches práticos de transportar e que sejam ao mesmo tempo saudáveis é fundamental.
**GoGo**
**squeeZ**
é um snack
**nutritivo**
,
**feito com 100% fruta**
, fácil de levar para todo o lado e ideal para colocar na mochila das crianças.

É
**prático**
: fácil de abrir e fechar, numa saqueta equivalente a uma porção de fruta, das 3 a 5 porções diárias recomendadas,
**divertido**
: com uma tampa semelhante à hélice de um helicóptero, e
**saudável**
: sem conservantes, apenas com açúcares naturalmente presentes na fruta e isento de glúten. Além disso, pode ser conservado à temperatura ambiente.

Esta é uma forma simples e divertida para as crianças comerem fruta, sem grandes preocupações, quer ao ar livre ou no desporto, e a companhia ideal para um lanche delicioso.

Este snack de fruta, está disponível em quatro sabores distintos:

**Maçã, Maçã-Banana, Maçã-Pêssego**

e

**Maçã-Morango**

, só tem de escolher os sabores preferidos das crianças.

Se ainda não experimentou, durante o mês de maio,

**GoGo**

s

**queeZ**

está com ações de degustação em loja em vários pontos do país.

**GoGo**

**squeeZ**

é

**fruta para levar!**

**Sobre o**
**GoGo squeeZ**

Marca fundada em 1881 em Boué, no Norte de França, região conhecida pela produção de maçã. Vendeu em 15 anos, 2,5 bilhões de saquetas em todo o mundo e que tem como missão tornar a vida das famílias mais saudável e feliz. Lançado em Portugal em novembro de 2017, as receitas GoGo squeeZ, disponíveis em práticas saquetas, são desenvolvidas com ingredientes de elevada qualidade, proporcionando momentos deliciosos, onde quer que a vida o leve.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Happy Meal Readers

*15-05-2019*

A McDonald's pretende promover os hábitos de leitura e incentivar as crianças a ler, estimular a imaginação e permitir um maior acesso aos livros, tornando a leitura um momento divertido em família.

Por isso, as crianças têm agora a possibilidade de escolher um livro com o seu Happy Meal. Com dois livros novos a cada duas semanas, a coleção exclusiva "As aventuras dos Gémeos Treetop"*, da autoria da escritora Cressida Cowell, vai fazer os encantos dos miúdos. São 12 livros diferentes para colecionar e ler em conjunto, numa iniciativa que conta com o apoio do PNL2027.

## 12 livros incríveis para colecionar.

Da autoria da escritora britânica Cressida Cowell, conhecida pelo *bestseller* internacional *Como Treinares o Teu Dragão*, os livros retratam as aventuras dos Gémeos Treetop, Alfie e Asha, Tulip e Ted, cujos pais, professores, criaram uma máquina do tempo, que lhes permite viajar até à época dos dinossauros, onde irão viver diferentes peripécias.

## Como funciona a campanha Happy Meal Readers?

Com o programa Happy Meal Readers, na compra do Happy Meal, é possível escolher um livro em alternativa ao brinquedo. São 12 livros no total, numa coleção exclusiva da McDonald's, sobre As Aventuras dos Gémeos Treetop.

## Quantos livros vão estar disponíveis?

Serão lançados dois novos livros de oito em oito semanas (de dois em dois meses aproximadamente), num total de 12 livros.

## Quando termina esta coleção?

A coleção vai estar disponível durante todo o ano de 2019.

* A família Treetoop é composta pelos pais, professores Penélope e Pablo e pelos dois pares de gémeos, Alfie e Asha e os pequenos Tulip e Ted. Os professores Treetop foram os primeiros a construir uma máquina do tempo que lhes permite viajar até à época dos dinossauros. Juntos, os seis vão viver inesquecíveis aventuras.

Mais informações

**Mundo pais & filhos**

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Havaianas || Acessórios

*08-05-2019*

A Havaianas é muito mais do que chinelos. A marca apresenta uma grande variedade de produtos obrigatórios para o verão!

Desde colchões, toalhas, mochilas, cangas e mini-bags, a estojos para os earphones.

Aproveita ao máximo o teu verão na companhia da Havaianas!

Criada em 1962, a marca Havaianas espalha o espírito brasileiro pelo mundo através da famosa sola de borracha e dos seus prints alegres e coloridos. A Havaianas representa conforto, felicidade e liberdade na forma mais simples e espontânea para os pés de todos.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Huawei e Chicco ajudam as mães a ter mais tempo para si

*06-05-2019*

Ser mãe nos dias de hoje é um verdadeiro desafio: a luta por uma carreira sólida, o tempo para manter a linha, praticar exercício físico e ter uma alimentação saudável, a importância de estar com as amigas e de passar momentos apenas a dois. A tudo isto, é imperativo juntar a importância de estar com os filhos, de os ver crescer e de lhes passar os melhores valores e tradições.

Tendo por base esta premissa, a Huawei e a Chicco juntaram-se para perceber quais os desafios das mães dos dias de hoje. Com a ajuda da psicóloga clínica e *coach*, Filipa Jardim da Silva, percebemos que a falta de tempo é uma das maiores dores de cabeça para as mães mas que a tecnologia pode ajudar a otimizar o seu tempo.

Atualmente, os pais têm várias ferramentas ao seu dispor para poderem estar mais atentos e protegerem os seus filhos de potenciais perigos ou conteúdos desadequados no mundo cibernético. Softwares de controlo parental - que a Huawei desenvolveu para alguns equipamentos - que acompanham o histórico das pesquisas e navegação feita, conteúdos limitados e outros só disponíveis se acompanhados são algumas das estratégias disponíveis.

Segundo Filipa Jardim da Silva "nos dias de hoje, o mais importante é que as mães - e também os pais, claro! - façam o melhor que podem com os seus filhos e consigo próprios. Mais do que perseguir-se o ideal da perfeição importa desenvolverem-se pais suficientemente bons, com uma parentalidade consciente."

Para ajudar as mulheres nesta árdua tarefa de ser mãe, a Huawei apresenta um novo aliado: o **Watch GT Elegant**. Além do design *clean*, elegante e feminino, este *smartwatch* pretende ser o melhor amigo de todas as mães, ajudando-as no seu dia a dia:

- **Monitorização da frequência cardíaca**
  : monitorizar a frequência cardíaca 24h/7dias, vibrando sempre que deteta um batimento usual.
- **Monitorização do sono:**
  controlar, de forma precisa e abrangente, o tempo de sono, identificando indicadores (sono profundo, sono leve e movimento rápido dos olhos) e fornecendo recomendações detalhadas de avaliação e melhoria da qualidade do sono.
- **Monitorização de exercício:**
  gerir as atividades de exercício
  *indoor*
  e
  *outdoor*
  com exibição de etapas, calorias, intensidade da atividade, duração e outras informações importantes. Cada mãe poderá desenvolver o seu plano de exercício, completamente personalizado. Durante o exercício, o relógio regista os dados do exercício em tempo real e fornece orientações oportunas.
- **Assistente de mensagens**
  : o relógio, quando conectado com dispositivos Huawei, envia alertas com base na transmissão de mensagens instantâneas, chamadas telefónicas, SMS, e-mails, eventos de calendário e aplicações.

**Ana Lorena,**
***Marketing Director***
**da Huawei Portugal**
, realça que "um dos objetivos da Huawei é acompanhar todos os momentos ao longo da vida. A Huawei tem desenvolvido uma estratégia sustentada nos valores de inovação e tecnologia que traga mais valia às pessoas, por isso tem aumentado o seu ecossistema com smartphones, portáteis e cada vez mais
*wearables*
, de forma a responder às necessidades cada vez mais exigentes dos consumidores. É o que acontece com o novo Watch GT Elegant que apresenta uma série de funcionalidades muito valorizadas pelas mães pelo apoio que lhes presta e pelas monitorizações que faz, principalmente, do sono e da frequência cardíaca."

E não nos esqueçamos: mães felizes significam, certamente, bebés e crianças mais felizes. Este é o mote da Chicco, que se juntou a este evento para celebrar a maternidade. Como especialistas e puericultura, a Chicco desenvolve e oferece produtos intuitivos que ajudam e facilitam o dia a dia dos pais e garantem o conforto e o bem estar dos bebés desde o seu nascimento.

Nádia Torquato, Chicco Brand and Communication Manager na Artsana Portugal, destaca que "para a Chicco, a grande prioridade é a segurança e a felicidade dos bebés portugueses. Para assegurar o bem-estar dos bebés, nada melhor que garantir o bem-estar das suas mães. Onde há um bebé

Chicco, há também uma mamã Chicco, e é por isso muito importante para nós promover um estilo de vida onde a tecnologia está presente de forma equilibrada e saudável."

Filipa Jardim da Silva sublinha ainda que "as crianças de hoje nascem numa era de verdadeira aldeia global conectada pela internet. Todavia, o acesso que os pais permitem à tecnologia e à internet deve ser controlado e adequado às etapas de desenvolvimento, por se constituir uma porta aberta a diferentes perigos. É verdade que os aparelhos eletrónicos entretêm facilmente os mais novos, mas é essencial impor limites desde muito cedo, não só no tipo de equipamentos a que a criança pode ter acesso, como no tempo de utilização e também ao próprio uso que fazem dos mesmos."

---

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# IKEA vai fazer uma super feira de móveis e decoração em segunda mão

*12-05-2019*

Todos os móveis que tem guardados na garagem e as dezenas de peças de decoração que estão em caixas debaixo da cama podem ser vendidos na feira em segunda mão que a IKEA está a organizar para sábado, 25 de maio.

O mercado acontece entre as 9h30 e as 18 horas no parque de estacionamento da loja de Alfragide e, embora não precise de pagar para montar a sua banca, tem de pertencer à IKEA Family.

Os interessados podem vender peças de qualquer marca, porém, a gigante sueca avisa que **não é permitido a "participação ou venda de artigos por parte de feirantes ou vendedores ambulantes".**

A ideia, na verdade, é que os clientes IKEA vendam e comprem propostas entre si num espaço disponibilizado pela marca. O material para a banca é da responsabilidade dos vendedores.

No total, há 64 vagas, por isso se quiser participar deve inscrever-se no site da cadeia sueca. A seguir, veja na galeria a mais recente coleção de tapetes da marca, em colaboração com artistas como Chiaozza, Noah Lyon e Virgil Abloh.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Kit bem-vinda mamã! Chicco oferece um presente especial para assinalar a maternidade

*10-05-2019*

Para ajudar e mimar as mulheres que se preparam para a aventura de serem mães, a Chicco desenvolveu o *kit* bem-vinda, mamã!, uma oferta exclusiva das lojas da marca.

Presente na vida das mães desde o primeiro momento, logo desde a gravidez, a marca pretende assinalar este momento ajudando a tornar a gravidez ainda mais especial com este simbólico kit.

O kit consiste num saco em tecido exclusivo com design Chicco (a pensar em futuras utilizações para as mamãs), um Diário da Gravidez (que inclui várias informações que acompanham as mães nesta fase), uma Lista de Maternidade (para orientar as grávidas nas suas escolhas), uma Chupeta Chicco Physio Soft (a primeira chupeta do bebé!), um produto de cosmética Natural Sensation (a linha de cosmética natural da marca, com produtos à base de aloé vera), um pacote de toalhitas Natural Sensation, e ainda outras surpresas que mudam todos os meses.

A oferta está disponível em todas as lojas físicas da marca desde 24 de Abril (exceto outlets e

online) e é exclusiva a grávidas que efectuem o Baby Card num acto de compras de valor igual ou superior a €15*.

Para assinalar o início desta campanha, a marca juntou-se a 4 mulheres reais, mães, para partilharem a sua experiência nos diferentes momentos de gravidez que estão a viver:

A Joana partilhou as suas emoções, esperanças, incertezas e dúvidas do primeiro trimestre de gravidez.

A Rita está no segundo trimestre da gravidez e mal pode esperar para conhecer a sua terceira menina.

A Núria está no final da sua primeira gravidez e partilhou a sua ansiedade e desejo de finalmente conhecer o seu bebé.

A Elsa acabou de ser mãe pela primeira vez e partilhou alguns conselhos e emoções que tem vivido.

Até 15 de Maio aproveite ainda os descontos especiais em artigos assinalados, até -30% em roupa e -5€ em todos os sapatos (numa compra mínima de sapatos 29.99€). Conheça as condições nas lojas.

Descubra estas e outras novidades para bem-estar do bebé em www.shop.chicco.pt

*O Baby Card é o cartão cliente das lojas Chicco que oferece benefícios exclusivos e acumula pontos que se podem transformar em descontos. Peça o seu Baby Card gratuito numa loja Chicco ou online. Para requisitar o Baby Card online, basta registar-se na área My Chicco. Ao apresentar o Baby Card no momento da compra numa loja Chicco ou online, serão creditados pontos que se podem transformar em descontos. Beneficie de serviços exclusivos. Seja sempre o primeiro a saber das nossas novidades e ofertas por SMS e Newsletter.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Lacoste muda de logótipo... e a causa é (muito) boa

*22-05-2019*

Pelo segundo ano consecutivo, o icónico crocodilo da marca Lacoste vai ceder o seu lugar a outros animais. Ao todo, são dez os animais que vão estar representados nos pólos brancos da marca.

No âmbito do lançamento da nova coleção 'Save Our Species', composta por 10 modelos que serão postos à venda a partir do dia 22 de maio, a marca pretende alertar para 10 espécies de animais que se encontram em risco de extinção.

A apresentação do novos modelos acontece precisamente no Dia Internacional da Diversidade Biológica.

Os modelos são os pólos brancos básicos da marca que em vez do crocodilo verde terão bordados linces ibéricos, o morcego rhinopoma, o peixe allotoca maculata, o marsupial Lasiorhinus krefftii, o sapo galinha-da-montanha, o addax, a libélula cebu, a baleia-franca-do-atlântico-norte, a coruja Moheli Scops e a Foca-monge-do-havai.

Esta coleção é o cumprir do acordo estabelecido em 2018 com a União Internacional para a Conservação da Natureza e que declarava que durante três anos a marca teria de lançar dez novos modelos a apelar para a causa animal, conta a ABC.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Lançamento de LEGO Stranger Things - O Mundo Ao Contrário

*15-05-2019*

O primeiro set da LEGO em cooperação com a Netflix foi lançado em Londres, à meia noite do dia 15 de Maio.

LEGO® Stranger Things: O Mundo ao Contrário, permite aos fãs da série construir a casa dos Byers com oito minifiguras exclusivas, incluindo o Chief Hopper, eleven, Joyce Byers, o Dermagorgon e os quatro amigos, Dustin, Lucas, Mike e Will.

Os fãs da série Stranger Things não vão querer perder o novo set da LEGO em colaboração com a Netflix, LEGO Stranger Things: O Mundo ao Contrário, com o qual poderão construir a mais famosa casa da série, a residência dos Byers, em simultâneo no "mundo real" e no "mundo ao contrário".

Baseado na premiada série, o set com 2.287 peças, contém oito minifiguras (Chief Hopper, Joyce Byers, Eleven, Mike, Lucas, Dustin, Will e o Dermagorgon) e vários pormenores que os fãs vão reconhecer, desde a parede com o alfabeto que dá mesmo luz ao jipe do Chief Hopper ou aos posters do quarto de Will. Em simultâneo, a casa dos Byers figura invertida, escura e assustadora, como na série a vemos no "mundo ao contrário", quase como um espelho distorcido da original.

Jamie Berard,
*Lead Designer*
do projecto Stranger Things do Grupo LEGO diz: "Foi incrível ver esta parceria entre a LEGO e a Netflix ganhar vida. O universo de Stranger Things oferece-nos uma oportunidade única de nos divertirmos a construir e nos perdermos no misterioso mundo ao contrário. A equipa de designers criou um modelo impressionante, que não só é divertido de construir como oferece aos fãs uma série de
*easter eggs*
que não os vão deixar indiferentes."

A menos de dois meses da estreia a terceira temporada da série (4 de Julho), o set é uma oportunidade única de revisitar as assustadoras aventuras vividas em Hawkins, aquando do

misterioso desaparecimento de Will Byers. O set está disponível a partir dos 199,99€ e pode ser encontrado online em
www.shop.LEGO.com/strangerthings

.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Milaneza lança corações pró-vita e apoia Fundação Portuguesa de Cardiologia

*06-05-2019*

A Milaneza lança Corações pró-vita com beta-glucano de cevada, uma fibra solúvel e natural que desempenha um papel importante na redução e manutenção de valores adequados de colesterol no sangue.

Por cada embalagem vendida, a Milaneza ajudará a Fundação Portuguesa de Cardiologia com 0,30€. Esta ação decorrerá durante o ano de 2019.

Parte integrante da gama Milaneza Natura, os Corações pró-vita são indicados para quem procura equilíbrio através de uma alimentação mais cuidada, mas especialmente para quem necessita de ajuda para controlar o colesterol, uma vez que uma porção de 80g de corações pró-vita contêm 1g de beta-glucano de cevada. O consumo diário de 3g de beta-glucano, aliado a um estilo de vida saudável, quer a nível de alimentação, quer a nível de prática regular de exercício físico, permite uma redução significativa dos níveis de colesterol total e colesterol LDL ("mau"), sem alterar os níveis de colesterol HDL ("bom"). A diminuição desses níveis pode reduzir os riscos de doenças cardíacas, promovendo a saúde cardiovascular.

A Milaneza irá também associar-se ao "Maio, Mês do Coração" - um conjunto de atividades que a FPC desenvolve ao longo de todo o mês de maio, com o objetivo de alertar a população para a problemática das doenças cardiovasculares.

Prof. Doutora Rosa Vilares, da Fundação Portuguesa de Cardiologia, realça "a necessidade de sensibilizar ativamente a população para os cuidados a ter na promoção da saúde cardiovascular, através da adopção de estilos de vida adequados, uma alimentação saudável e o controlo dos factores de risco, e destaca a importância de ver empresas responsáveis a associarem-se a esta luta através da investigação e investimento em produtos saudáveis e capazes de aportar benefícios reais para o controlo desses fatores de risco."

Eva Neves de Carvalho, nutricionista da Milaneza, explica que "o beta-glucano é um tipo de fibra alimentar solúvel, naturalmente presente em cereais como a aveia e a cevada. Estudos demonstram que o consumo regular de beta-glucano melhora a glicemia e, além disso, o perfil lipídico, isto é, valores de colesterol total, LDL ("mau" colesterol), HDL ("bom" colesterol) e triglicerídeos. Este tipo de fibra atua ao nível da redução quer da absorção de colesterol, quer da absorção de ácidos biliares, matéria-prima responsável pela produção de colesterol sanguíneo. Um dos fatores de risco para o desenvolvimento de doenças cardiovasculares é a presença de níveis elevados de colesterol no sangue." E finaliza, "Qualquer pessoa pode consumir diariamente os Corações pró-vita com vantagens para a saúde, mas o seu consumo representa mais-valias significativas em pessoas com histórico clínico de colesterol elevado, diabetes, doenças cardiovasculares, excesso de peso ou obesidade.

---

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Nova campanha digital NAN inspirada nos pais que querem o melhor para os seus bebés

*31-05-2019*

Nestlé Nutrição Infantil junta-se aos pais na sua jornada diária. Crianças felizes fazem pais felizes, já que a procura do melhor para os seus filhos é contínua e um sorriso de satisfação dos mais pequenos é o melhor presente. A nova campanha de NAN, intitulada
**"Os pais não param e nós também não"**
é inspirada na busca pelo que de melhor podem oferecer aos seus mais que tudo, sobretudo que diz respeito à alimentação.

'Para o seu bebé, o nosso melhor' é o
*claim*
desta campanha, cujo objetivo é transmitir, e assegurar, que a Nestlé investiga e desenvolve produtos adequados à idade e necessidades nutricionais das crianças, todos os dias (e todas as noites), estando ao lado dos pais em qualquer momento.

O vídeo da campanha retrata o dia-a-dia dos pais, incansáveis a cuidar dos seus filhos, dia e noite, sempre alerta e à procura do melhor para o seu bebé. É precisamente para responder a estas exigências que a Nestlé, tal como os pais, também não para na investigação e desenvolvimento de alimentos seguros e adequados para os bebés. Como resultado desse trabalho, a Nestlé apresenta a sua maior inovação de sempre para ajudar na imunidade e crescimento saudável do bebé*, presente em NAN 2.

Estas fórmulas foram desenvolvidas para bebés a partir dos 6 meses, com uma combinação única entre oligossacáridos de estrutura idêntica aos encontrados no leite humano e proteínas de ótima qualidade, essenciais ao crescimento do bebé** e com todos os nutrientes que um leite de transição deve proporcionar.

A Nestlé Nutrição Infantil apoia a recomendação da OMS do aleitamento materno exclusivo até aos 6 meses, devendo prolongar-se tanto quanto possível, e relembra a importância da escolha dos produtos adequados para cada bebé, de acordo com a sua idade e necessidades nutricionais, especialmente nos primeiros 1000 dias de vida (desde a gravidez até aos dois primeiros anos de idade), pois esta é uma fase fundamental, durante a qual será determinada a saúde do bebé a longo prazo.

**NAN. PARA O SEU BEBÉ, O NOSSO MELHOR**

**A vitamina D é necessária para o funcionamento normal do sistema imunitário e para o crescimento e desenvolvimento normais dos ossos dos bebés, de acordo com a legislação de fórmulas infantis.*

*****As proteínas são necessárias para o crescimento e o desenvolvimento normais dos ossos dos bebés,***
*de acordo com a legislação de fórmulas infantis.*

***NOTA IMPORTANTE:***
O leite materno é o melhor alimento para os bebés durante os primeiros 6 meses de idade e a amamentação deverá prolongar-se durante o maior tempo possível. Antes de utilizar uma fórmula infantil consulte um profissional de saúde.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Nova marca de comida infantil e snacks 100% biológica

*07-05-2019*

Uma das principais preocupações dos pais de hoje em dia, prende-se com a alimentação dos seus filhos e a qualidade dos produtos que lhes proporcionam quando se introduz os alimentos sólidos na sua alimentação diária.

Nesse sentido, a Smileat lança uma nova marca de comida infantil e snacks 100% biológica, incluindo uma gama vasta de produtos desde refeições em boiões, papas, snacks de fruta e bebidas, livres de sal, sem glúten, sem proteína de leite de vaca e sem ovo, mas cheias de sabor.

Os novos boiões infantis Smileat proporcionam num só frasco, as quantidades nutricionais indicadas para o seu bebé, com opções de refeição de carne, com vitela, peru e frango com legumes ou arroz, peixe, onde poderá encontrar boiões de robalo e pescada com legumes, vegetais, com opções de abóbora, courgette, feijão e legumes variados ou multifrutas, onde não faltam as tradicionais opções de maçã, pera, laranja e multifrutos. Sendo todas as opções disponíveis 100% biológicas.

Os boiões infantis Smileat são indicados para bebés a partir dos 6 meses de idade, sendo uma solução saudável e equilibrada de introdução aos sólidos na alimentação dos mais pequeninos. Ideais para levar para todo o lado, os boiões infantis Smileat são a opção prática, rápida e equilibrada de alimentar o seu bebé sempre que tiver de se ausentar de sua casa sem descurar a qualidade.

Para além dos boiões infantis, a Smileat dispõe ainda de outros produtos como papas - com opção 5 cereais e arroz integral, milho e quinoa biológica, bolachinhas biológicas de espelta e fruta, pouchs

de morango e banana e de frutas biológico, assim como os saborosos snacks Smilitos, feitos com milho biológico cozido em azeite extra virgem.

Os produtos Smileat podem ser adquiridos online, através do site www.smileatbaby.com/pt

, com entregas 24 horas após a compra, ou no El Corte Inglés, em Lisboa ou Gaia.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Olá na Sua Festa: o carrinho de gelados que enche todas as festas de sabor

*17-05-2019*

Família. Amigos. Diversão... e muitos gelados. Está de volta às áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, o serviço Olá na Sua Festa, que promete tornar as principais celebrações da nossa vida ainda mais saborosas.

O serviço da Olá Gelados, que pertence à Unilever FIMA, adapta-se a vários tipos de eventos como festas de aniversário, eventos corporativos, casamentos ou baby showers. Existem 11 packs definidos, mas também há total liberdade para quem quiser criar o seu.

As combinações existentes são pensadas para os vários tipos de celebração e gostos: pack Básico (98€), Diversão (102€), Snack (111,40€), Festa com os Filhos (115€), Festa com os Chefes (152€), Festa com Amigos (155€), Clássico (158€), Festa com a Família (203€) e Premium (242,80€). Estão também disponíveis carrinhos exclusivos Magnum (158€) e Cornetto (178,80€).

Os carrinhos de gelados podem ser ainda criados ao gosto de cada um, com a seleção e combinação dos gelados preferidos, disponíveis no portfólio de 2019. Existe a possibilidade de ter uma promotora presente no evento, durante duas horas, com um custo de 36€.

As encomendas, a realizar no website
www.olanasuafesta.pt

, têm um valor mínimo de 100€ e devem ser realizadas 48 horas antes da data de entrega pretendida.

Os concelhos abrangidos em Lisboa são Amadora, Cascais, Lisboa, Loures, Odivelas e Sintra. No Porto, o serviço encontra-se disponível em Matosinhos, Maia, Vila Nova de Gaia e Gondomar.

---

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# Os M&M's Edição Limitada 2019 chegaram!

*09-05-2019*

A edição limitada dos M&M's este ano trouxe-nos sabores internacionais.
Inspirado no Reino Unido surge o Caramelo Inglês, de novo o picante mas ao melhor estilo Mexicano com o Jalapeño e por último um toque da Tailândia com este Coco delicioso!

Como é habitual o sabor mais votado nos EUA vai virar versão definitiva e vai levar um participante a viajar pelo mundo!

Nós por cá contenta-mo-nos em experimentar... Qual acham vai ser o vosso preferido?

Sim estamos tão desejosos de os provar que não fomos capazes de guardar segredo. Já estão a caminho da
Flavers

os tão esperados M&M's Hazelnut Spread!
Temos entretanto muitos outros sabores para experimentarem caso não tenham provado ainda.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# PUMA lança coleção em parceria com a Barbie

*09-05-2019*

A PUMA e a BARBIE estão de volta com uma coleção especial para celebrar os 60 anos da famosa e icónica boneca. A colaboração inclui a edição especial das sapatilhas NOVA x BARBIE e revela a paixão pelo desporto, moda e estilo.

A Barbie e o seu estilo cor de rosa têm dominado o mundo da moda desde 1959. Atualmente, a famosa boneca da Mattel está a entrar no streetwear, e a coleção Barbie Nova que é agora lançada tem inspiração nos modelos clássicos dos anos 90.

Com logotipos retro, cores fortes e vibrantes, a nova linha destina-se a mulheres e crianças da nova era Barbie.

As novas sapatilhas Barbie Nova, coloridas, apresentam uma sola robusta e volumosa com o logotipo da Barbie estampado no calcanhar, enquanto a parte superior em malha apresenta sobreposições de camurça e couro e é decorada com gráficos.

As cores que mais sobressaem são o branco, o preto e o rosa choque, prestando homenagem à estética chique e desportiva da PUMA.

A coleção também se estende ao vestuário, com uma linha que reflete algumas das maiores tendências do momento, para um look desportivo e atual. Destacam-se os casacos desportivos com fecho de correr, as t-shirts rosa, leggings desportivas e calções, peças para celebrar o streetwear com o verdadeiro estilo Barbie.

A coleção PUMA x Barbie está disponível em PUMA.com, e através das lojas e distribuidores PUMA em todo o mundo desde o dia 29 de Março.

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# SPV lança projeto educativo para promover hábitos de reciclagem junto das escolas

*20-05-2019*

A partir de 20 de maio está disponível uma nova plataforma digital desenvolvida pela Sociedade Ponto Verde, com conteúdos sobre reciclagem de embalagens e sustentabilidade, destinados a promover hábitos mais amigos do ambiente junto da comunidade escolar.

Dirigida a crianças do 1.º, 2.º e 3.º ciclos e professores,
**a plataforma**
**www.academiapontoverde.pt**
**apresenta-se como uma importante ferramenta educativa**
, repleta de conteúdos interessantes e apelativos, que vão
**aumentar o grau de sensibilização ambiental dos alunos**
e, ao mesmo tempo, ajudar a gerar uma ação de cidadania para a reciclagem.

Nesta plataforma, os professores encontram todos os conteúdos necessários para leccionar uma aula sobre este tema ou desenvolver iniciativas, quer no recinto escolar, quer envolvendo alunos e comunidade local em prol da reciclagem das embalagens. Os alunos têm neste site conteúdos divertidos, em vídeo e quizz, para que possam facilmente apreender estes temas.

"
***A SPV acredita que os mais novos são importantes agentes da mudança na separação das embalagens e que ao chegar até eles de uma forma que os interesse e motive, damos um importante passo em direção a um futuro mais sustentável***
", afirma a CEO da SPV, Ana Isabel Trigo Morais.

Para
**divulgar e promover a Academia Ponto Verde, a SPV vai percorrer 30 escolas de norte a sul do país com um Roadshow**
que irá desafiar alunos e professores a mudar os seus hábitos de reciclagem e tornar a sua escola mais sustentável.

A
**apresentação oficial da Academia Ponto Verde tem lugar, dia 20 de maio, na escola Escola Josefa d'Óbidos, em Lisboa**
, a partir das 15h00 .

---

Mundo pais & filhos

O magazine digital que divulga informações e notícias para as famílias.

# ZIPPY junta 49 crianças de várias partes do mundo para campanha global

*30-05-2019*

Nova campanha ZIPPY envolveu crianças do mundo inteiro, para celebrar o Dia Mundial da Criança e assinalar o lançamento global da assinatura da marca - "We go together".

Para celebrar o Dia Mundial da Criança, a ZIPPY reuniu um grupo de crianças muito especial no lançamento da sua primeira campanha global. A letra da música Lean on Me, de Bill Withers, que marca o ritmo da campanha e se tornou numa espécie de hino da ZIPPY, foi a base do casting, pois a ZIPPY decidiu procurar crianças no mundo inteiro, cujos nomes ou apelidos reais, compusessem a letra da canção original.

Depois de três meses de um
*casting research*
mundial, em que foram contactados mais de 450 agentes de talento, centenas de clubes desportivos infantis e milhares de pais com os nomes ou apelidos certos para compor a letra da canção, a ZIPPY conseguiu reunir, num dia de verdadeira união, em Londres, as 49 crianças que procurava.

Geralmente as campanhas procuram modelos por aparência, género ou estilo, mas desta vez foi diferente. A letra da música foi o mote para o esforço de juntar crianças do mundo inteiro. Com esta primeira campanha global para lançamento da assinatura "We go together", a ZIPPY pretende reforçar a ideia de que é juntos, com as nossas diferenças, que a vida faz sentido. A marca defende assim uma visão holística de inclusão, parceria e amizade. De "togetherness".

*"O filme 'One Big Family' parte do insight de que todos nascemos sem preconceitos. Quando somos crianças não vemos extrato social, nem cor, nem religião. O que vemos é um potencial amigo. Está na altura de pararmos um pouco de tentar ensinar coisas às crianças e também aprendermos algo com elas",*
afirma Filipa Bello, Head of Brand and Creative Design da ZIPPY.

A campanha foi filmada no início de maio em Londres, e surge num momento em que a marca está presente em mais de 40 países em todo o mundo. Além de Portugal, esta campanha será exibida em mais mercados internacionais.

Este projeto nasce de uma colaboração entre o estúdio de design This is Pacifica e a Stream and Tough Guy, a nova agência de publicidade de João Ribeiro e Miguel Durão. A produção esteve a cargo da Playground com realização de Cristiana Miranda.

A campanha, no ar nos canais digitais da marca a partir de 30 de maio, estará também presente a partir de 31 de maio em televisão, com um vídeo de 2'.