



## Mundo pais & filhos

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

---

# "Bom Dia com Compal Summo" chega aos cafés com propostas de pequeno-almoço

20-09-2019



A pensar no mais de um milhão de portugueses que tomam a primeira refeição fora de casa, a Compal lança programa "Bom Dia com Compal Summo" com propostas de pequeno-almoço "na rua".

O desafio foi criar diversidade de forma prática e ao mesmo tempo saborosa e nutricionalmente equilibrada. Para tal, Compal juntou Chefs e Nutricionistas e construiu o programa "Bom Dia com Compal Summo", pensado para ajudar cafés e pastelarias a elevar a sua oferta de pequeno-almoço.

A equipa de Chefs e Nutricionistas, liderada pelo Chef Nuno Queiroz Ribeiro e pela Nutricionista Iara Rodrigues, criou um conjunto diversificado e saboroso de receitas nutricionalmente equilibradas para proporcionar pequenos-almoços completos. Com diferentes níveis de complexidade, as receitas criadas ajustam-se às diferentes características, perfis e objetivos das cozinhas nos cafés e pastelarias nacionais proporcionando sempre as condições para um pequeno-almoço completo, equilibrado e saboroso, mesmo fora de casa.

Trabalhando com os cafés e pastelarias, o programa oferece opções de pequeno-almoço completo, isto é, um pequeno-almoço que integra de forma equilibrada hidratos de carbono, uma fonte de proteína e fruta ou sumo de fruta. Num total de 14 combinações que constituem opções equilibradas e saborosas.

No evento de apresentação do programa, foi possível provar a sandes de mozzarella e tomate que fez um pairing com compal summo pêsego; a sandes de ovos mexidos e mascarpone que acompanhou com compal summo frutos vermelhos; sandes de ovo e abacate com compal summo pera e sandes de salmão e rúcula com compal summo laranja. Até ao momento são já os 1400 pontos onde os consumidores podem usufruir do programa.

"Este programa tem como objetivo reforçar a importância de um pequeno-almoço completo e equilibrado, fazendo-o junto dos nossos clientes, cafés e pastelarias, e ao mesmo tempo junto do consumidor. A alteração comportamental em prol de melhores hábitos de alimentação e de escolhas equilibradas é um propósito da Compal e sabemos que só poderemos atingi-lo com um esforço conjunto. É preciso ensinar em que consiste, na prática, uma alimentação equilibrada. Este programa juntou Chefs e Nutricionistas para ajudarem os cafés e pastelarias e também os consumidores a fazer boas escolhas." - refere Rodrigo Costa, Diretor de Marketing Portugal e Espanha.

A Nutricionista Lara Rodrigues considera que "A grande vantagem deste programa para os cafés é poderem diferenciar-se, quebrar a monotonia de que os clientes muitas vezes se queixam e oferecer coisas novas com potencial de atrair mais clientes a novas soluções que são mais saudáveis. E com este programa beneficiamos todos. Os portugueses vão beneficiar com esta aposta na saúde, porque é disso que se trata. Chegar aos portugueses e oferecer nos cafés, perto de todas as casas, uma oferta saborosa e equilibrada vai com certeza conquistar muitos corações.»

"O programa Bom Dia com Compal Summo vem dar ferramentas aos donos e às cozinhas dos cafés com opções reais e diferenciadoras que vão permitir alargar o seu leque de oferta" acrescenta o Chef Nuno Queiroz Ribeiro.

A Compal Summo é a nova gama da Compal com sumos feitos de apenas fruta espremida, harmoniza perfeitamente com estas opções de sanduíches equilibradas. Compal Summo está disponível nas variedades de Laranja, Pera, Pêsego e Frutos Vermelhos, não tem açúcares adicionados, é produzido apenas com a melhor fruta espremida.

A simplicidade e naturalidade deste sumo explica-se pela forma como é feito: seleção meticulosamente da melhor fruta e depois combinadas as diferentes variedades de fruta com muita paixão e conhecimento.

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Auchan diz adeus ao elefante e voa para nova marca

13-09-2019



Marcas Jumbo e Pão de Açúcar vão desaparecer e dão lugar à Auchan. Cadeia arranca esta quinta-feira com campanha na qual investiu 1,5 milhões.

É uma metamorfose de marcas. O elefante do Jumbo começou a dar lugar ao pássaro da Auchan, a marca que a partir desta quinta-feira une todas as insígnias da cadeia francesa no mercado nacional. O fim da marca surge no mesmo ano em que assinala 50 anos da abertura do hipermercado que introduziu o código de barras em Portugal.

Um fim anunciado há pouco mais de um ano. "Nunca foi obrigatório ser Auchan", garante Pedro Cid, CEO da Auchan Retail Portugal, num encontro com jornalistas. Em 2017 o grupo de retalho alimentar francês anunciou que iria avançar com um processo de unificação das marcas nos 12 territórios onde estava presente, mas cabia a cada mercado decidir sobre qual a marca sob a qual iriam operar.

Em Portugal a opção acabou por recair na marca Auchan, insígnia que já dava nome às lojas de proximidade, My Auchan, a mais recente aposta do grupo em Portugal, já com 30 espaços na Grande Lisboa. O adeus às marcas Jumbo (para hipermercados) e Pão de Açúcar (supermercados) arrancou em algumas lojas, caso da de Cascais, Almada, Amoreiras ou no Alegro de Alfragide, mas o pontapé de saída arranca oficialmente hoje. E com ele o movimento do Bom, o São e o Local.

"Mudar a marca sim, mas mais fundamental é uma nova de estar e de agir", frisa o CEO da Auchan Retail, frisando que o movimento, que também inspira a campanha institucional que arranca hoje, "é um projeto muito nosso".

### **Empresa portuguesa com capital francês**

"Trata-se de uma empresa francesa, mas 88% das compras são de produtores nacionais. Temos entre 160 a 170 produtores locais", explica Pedro Cid. Produtores perto da área de influência da lojas. "Somos o único distribuidor que recebe peixe em menos de 12 horas da loja", refere o responsável. A cadeia também aposta na oferta de produtos biológicos (1400 referências), bem como gamas focadas em necessidades específicas ou na oferta em granel, entre outros aspectos.

A Auchan é "uma empresa portuguesa com capital francês", reforça o CEO, destacando que nos "cerca de 9 mil colaboradores em Portugal temos pessoas de todos os países, mas a direção é toda portuguesa". Em dez anos, a cadeia distribuiu 95 milhões de euros pelos colaboradores e investiu cerca de 400 milhões em Portugal.

Para a mudança de marca - trata-se de um parque de 30 MyAuchan, 10 supermercados Pão de Açúcar, 24 hipermercados Jumbo e 21 gasolinhas e os espaços Box, um total de 80 espaços físicos - a cadeia alocou cerca de 5 milhões de investimento de um total de 90 milhões de euros investidos na expansão e remodelação de lojas em dois anos, segundo o plano conhecido o ano passado.

### **E a Mercadona?**

Uma mudança que Pedro Cid nega ter qualquer relação com a chegada da Mercadona a Portugal, cadeia espanhola cuja entrada no país era conhecida desde meados de 2016 e que, em julho, abriu as primeiras lojas no Grande Porto. "O nosso plano não tem nada a ver com a Mercadona", garante. "É um mercado extremamente concorrencial, mas sempre foi", disse o CEO quando questionado sobre se a chegada da Mercadona aumentou o ambiente concorrencial do sector de retalho alimentar.

A mudança de marca arranca com uma campanha institucional, com criatividade da BarOgilvy, que tem os colaboradores, entre os quais o CEO, como protagonistas assobiando o hino da Auchan. A campanha multi-meios implicou um investimento global a rondar os 1,5 milhões de euros.



## Mundo pais & filhos

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

---

# BIC lança nova coleção da clássica esferográfica com 4 cores

24-09-2019



Nesta temporada, BIC adiciona duas novas esferográficas com 4 cores à sua coleção - com uma suave textura aveludada e padrões atrativos inspirados na natureza. A BIC 4 Cores Velours, como fica conhecida esta nova gama, apresenta duas novas esferográficas saídas da selva tropical: uma com um padrão verde e folhas de palmeira, e outra com um sugestivo padrão de leopardo a preto e branco.

As duas opções enaltecem um fundo liso a uma só cor, próprio do objeto com revestimentos de veludo a contrastar, de forma a reinterpretar a BIC 4 Cores com elegância. Isto é, para que mudar da cor azul para vermelho, vermelho para verde e verde para vermelho, seja mais do que apenas um só clique e possa ser um ato de estilo.

Importa recordar que, desde a sua criação em 1970, BIC 4 Cores Velours é a oitava versão da icónica esferográfica de 4 tintas da empresa de produtos de papelaria, depois da coleção Shine (de aspeto brilhante), 3+1HB (com tinta preta, azul, vermelha e lapiseira com mina HB de 0,7mm) ou Fluo (com uma das quatro tintas de cor amarela fluorescente) Esta é uma das interpretações realizadas para se adaptar às necessidades ou às tendências de cada momento, mas sempre mantendo o desenho do produto: o seu corpo redondo, o característico "clique" quando se empurra uma das cores para baixo, o seu prático clip para fixar a esferográfica no caderno ou no bolso e o seu icónico orifício superior para conseguir pendurá-la. E estas são, precisamente, as características pelas quais, BIC 4 Cores é considerada um marco no design a nível internacional, que se manteve durante 5

décadas de geração em geração e angariou fãs da esferográfica - e da marca - em todo o mundo.

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Continente elimina embalagens de cartão de pastas dentífricas

16-09-2019



Desde o início de setembro que as pastas dentífricas da marca Continente deixaram de ser vendidas em caixas de cartão, prevendo com esta eliminação poupar cerca de oito toneladas de papel anuais.

A cadeia de retalho assumiu o compromisso de converter todas as suas embalagens, até 2025, em materiais reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis, como anunciado em março deste ano pelo CEO

do grupo, Paulo Azevedo.

Na mesma altura, a Sonae tornava-se a primeira retalhista nacional a assinar o pacto internacional para reduzir o plástico "New Plastics Economy Global Commitment", liderado pela Fundação Ellen MacArthur em colaboração com o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente.

Desde então, o Continente tem vindo a fazer o levantamento das embalagens dos cerca de 20 mil produtos exclusivos e de marca própria à venda nos seus lineares, no sentido de encontrar alternativas mais sustentáveis para cada caso.

"Já identificámos e reformulámos as nossas garrafas de água (diminuindo a espessura), as embalagens das pilhas Boost (eliminado o plástico desnecessário) ou as cuvetes da seção de talho (aumentando o percentual de matéria-prima reciclada), apenas para dar alguns exemplos", explica em comunicado Ana Alves, diretora Comercial de Marcas Próprias do Continente.

Como resultado das iniciativas já implementadas, o Continente prevê uma redução em 2019 de mais de duas mil toneladas de plástico.

Para incentivar a redução dos materiais nocivos para o Meio Ambiente, a cadeia tem vindo a aplicar "diversas medidas sobre o uso responsável de plástico ao nível da marca própria, da logística, dos fornecedores, do apoio à inovação - através de parcerias estabelecidas com universidades nacionais e internacionais para o desenvolvimento de projetos de investigação - e também ao nível da sensibilização junto dos consumidores", destaca a empresa.

Com o desígnio de chamar a atenção da população para a importância do tema, a retalhista lançou em abril deste ano a plataforma "Plástico Responsável", que apresenta notícias, sugestões e medidas para redução deste material.

---



## Mundo pais & filhos

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

# ESTÁ NA HORA, com A Vaca que ri e Babybel

01-09-2019



TRIMMMMM! O despertador a tocar e as aulas a começar! ESTÁ NA HORA, com A Vaca que ri e Babybel. Ganha relógios digitais e muitos outros prémios!

Tudo a postos para retomar ritmo e começar as AULAS EM GRANDE?

**A Vaca que ri**

&

### Babybel

estão prontas para assegurar que os snacks saudáveis estão presentes no dia-a-dia das crianças e *teens*,

na hora de preparar os lanches, indispensáveis para repor as energias dos dias agitados, e juntas dizem:

### ESTÁ NA HORA

!

Para assinalar a

*rentrée*

do período letivo,

**A Vaca que ri**

&

### Babybel

lançaram o passatempo ESTÁ NA HORA: até dia 29 de setembro estarão a oferecer

**Relógios Digitais**

,

**Headphones**

e

**Colunas**

! A participação é feita em apenas três passos: 1) compra um produto d'

**A Vaca que ri**

(Triângulos ou Palitos 140g) ou

**Redes Mini Babybel**

com a edição promocional; 2) vai a [www.horadosnack.pt](http://www.horadosnack.pt); 3) introduz o código único que vem no encarte das embalagens d'A Vaca que ri ou nas redes Mini Babybel e sabe de imediato se és ou não vencedor!

Saborosos e cremosos, os queijinhos d'

### **A Vaca que ri**

são perfeitos para barrar ou comer à dentada. Sem corantes, nem conservantes, são nutritivos e perfeitos para o intervalo da manhã e da tarde. Para um lanche mais completo, os divertidos



### **Palitos d'A Vaca que ri**

são uma ótima opção para levar na mochila e comer no recreio ou depois das aulas, fornecendo os cereais e lácteos na porção certa.

Os queijinhos

### **Mini Babybel**

são o super snack ideal para levar para todo o lado, graças à sua capa de cera! Feito com 98% de leite, sem aditivos nem conservantes adicionados,

### **Babybel**

fornece o cálcio e as proteínas necessárias para um crescimento saudável!

A Vaca que ri e Babybel têm uma vasta gama de produtos saudáveis e on-the-go, perfeitos para os lanchinhos das crianças, em doses certas de nutrição e muita diversão.

---



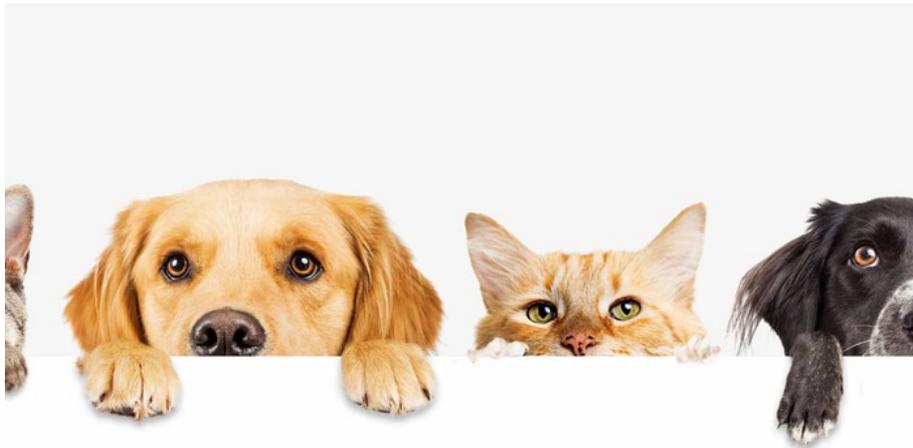
## Mundo pais & filhos

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

---

# Feira do Animal Continente - A Grande Feira dedicada aos animais

23-09-2019



Acontece entre os dias 23 de setembro e 13 de outubro a Feira Animal, uma campanha que vai marcar presença em todas as lojas Continente, e que concentra as atenções nos animais de estimação das famílias portuguesas.

A Feira Animal Continente é a melhor oportunidade para as famílias portuguesas encontrarem tudo o que precisam para mimar e presentear os seus animais de estimação com os melhores produtos e aos melhores preços, não fosse Portugal considerado um dos países, a nível mundial, mais pet friendly, tal como indica um estudo recente da consultora GFK Portugal - de acordo com o relatório Track.Pets2, estima-se que cerca de 2,1 milhões de lares portugueses (56% do total nacional) têm, pelo menos, um animal de companhia em casa, com mais de 60% a considerarem o seu pet como um membro da família.

A ocorrer entre os dias 23 de setembro e 13 de outubro, e não esquecendo que o Dia Mundial do Animal é a 4 de outubro, o Continente vai pôr à disposição nas suas lojas espalhadas por todo o território nacional uma enorme variedade de novos produtos e artigos a preços especiais da marca Continente e outras, tais como Purina One, Friskies, Gourmet, Felix, Adventuros, Dentalife, Pedigree, Whiskas, Catisfaction, Sheba, Ultima, Brekkies, Sanicat, Naturo e Perfect Fit. Desde alimentação até acessórios, passando um sem-fim de novidades pensadas de propósito para mimar os nossos melhores amigos, nada faltará em mais esta edição da Feira Animal Continente.

## O que rende é ir ao Continente!

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Fernanda Serrano promove livros infantis do Pingo Doce

25-09-2019



Precisamente 36 histórias de encantar, divididas por seis volumes, compõem a nova colectânea de livros infantis do Pingo Doce. Designada "Ler leva-nos mais longe", pode ser adquirida em troca de selos coleccionáveis, entregues aos clientes das mais de 430 lojas da marca por cada 20 euros em compras.

No papel de embaixadora da colectânea está Fernanda Serrano, que aceitou dar a cara pela campanha que promove as novas histórias. Televisão, rádio, redes sociais e site do Pingo Doce são os meios escolhidos para divulgar a campanha com a actriz no papel principal.

Por cada livro entregue aos clientes, o Pingo Doce doará 10 cêntimos para a associação Acreditar. O donativo tem como destino a criação de uma biblioteca e sala de estudos e leitura, no âmbito da ampliação da Casa Acreditar em Lisboa.

«As histórias de encantar são um património do Pingo Doce que conta com mais de 13 anos. São histórias intemporais que atravessam gerações e que continuam a fazer sonhar as crianças. Até agora, o Pingo Doce já lançou 60 títulos destas histórias e vendeu mais de 1,8 milhões de livros», afirma Maria João Coelho, directora de Marketing do Pingo Doce.

Ler leva-nos mais longe





## Mundo pais & filhos

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

---

# Häagen-Dazs lança a primeira receita exclusiva para celebrar os 25 anos em Portugal

16-09-2019



A Häagen-Dazs comemora este mês 25 anos em Portugal e para brindar os amantes de gelado, desenvolveu uma nova receita inspirada em sabores bem portugueses: os do pastel de nata. 'Häagen-Dazs com sabor a tradição' é o nome desta nova receita, que estará a partir de hoje disponível em exclusivo em Portugal, em todas as lojas oficiais da marca.

Esta receita aposta em produtos de alta qualidade, como já é comum na marca. A canela, o gelado com sabor a Doce de Leite, a massa folhada, o caramelo e as natas foram combinados na dose certa para que a memória do paladar dos portugueses se cumpra à primeira prova e os leve diretos para o pastel de nata.

De acordo com Sílvia de Sousa, diretora geral do franchising da marca em Portugal, "é fundamental para a Häagen-Dazs continuar a boa relação que tem com os portugueses. E não há nada melhor do que brindar os consumidores nacionais, e celebrar um quarto de século no país, com uma receita a pensar na portugalidade. Aquilo que se espera é a boa receção de um sabor que já é tão familiar de todos".

O novo sabor está nas lojas Häagen-Dazs a partir de hoje, 16 de setembro, pelo valor de 5,00€. Este mês é de celebração, mas as comemorações estendem-se a outubro.

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Juniorsmile traz novidades para os lanches dos mais novos

20-09-2019



A JuniorSmile, marca exclusiva das lojas Minipreço e Clarel tem novas sugestões para acrescentar ao seu sortido de purés de fruta.

As novas saquetas de puré de fruta JuniorSmile trazem duas combinações de sabores que todas as crianças vão adorar. A sua fórmula foi desenvolvida também para bebés o que ajuda a tornar estas saquetas na forma mais prática e divertida de dar a todas as crianças a porção diária de fruta de que necessitam, uma vez que cada embalagem contém precisamente uma dose de fruta. Os novos sabores de Maçã-Banana para a partir dos seis meses e Banana-Laranja-Bolacha, que podem ser consumidos desde os oito meses de idade, estão disponíveis em exclusivo nas lojas Clarel.

As novidades juntam-se às já conhecidas Frutas variadas, com uma fórmula desenvolvida sem glúten, própria para crianças a partir dos seis meses e as de Morango-Banana indicadas para consumo a partir dos 12 meses. Ambos sabores encontram-se à venda nas lojas Clarel e Minipreço.

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Lego pede ajuda aos mais novos para reconstruir o mundo

19-09-2019



"Rebuild The World" é o mote daquela que se apresenta como a campanha global mais ambiciosa da Lego. A marca dirige-se aos mais novos para pedir ajuda no sentido de reinterpretar o mundo que nos rodeia, dando-lhe um toque criativo.

O objectivo, de acordo com a Lego, é fomentar precisamente a criatividade dos construtores de amanhã, que encontram nos blocos da marca uma forma de se exprimirem quase sem limites. Segundo o Fórum Económico Mundial, a resolução criativa de problemas é uma das três principais características que o mercado laboral irá requisitar a partir de 2020.

A campanha, assinada pela agência interna do Grupo Lego em parceria com a BETC Paris, tem por base um filme realizado pela galardoada Traktor. No vídeo, um caçador com pouca sorte persegue um coelho que consegue escapar constantemente graças à imaginação e à capacidade de reconstruir o mundo à sua volta.

Além do filme, a campanha envolve a organização de um conjunto de eventos com a presença de personalidades bem conhecidas do público. O músico e produtor Mark Ronson faz parte deste leque: «Toda a minha carreira lidei com pessoas brilhantes e procurei descobrir até onde nos podia levar a nossa imaginação. A campanha 'Rebuild the World' é uma grande oportunidade para ajudar a inspirar as próximas gerações, que são quem vai moldar o futuro, desde a maneira como vivemos à música que ouvimos.»

**LEGO Rebuild The World**





## Mundo pais & filhos

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

---

# Lenço solidário da Parfois está de volta

20-09-2019



A campanha solidária "Butterfly Effect" da Parfois está de volta. A segunda edição fica marcada por um novo lenço pensado para acabar com os estereótipos associados a esta peça - habitualmente, o lenço na cabeça é associado ao cancro da mama.

Tal como aconteceu no ano passado, o valor das vendas do lenço solidário reverte na íntegra a favor de instituições de apoio à luta contra o cancro, nomeadamente IPOs. O lenço chega a um conjunto de lojas seleccionadas da Parfois - tanto em Portugal como em Espanha, França, Itália e Polónia - no dia 14 de Outubro. Também poderá ser encontrado à venda na loja online da insígnia.

O lenço "Butterfly Effect" vai estar disponível em duas versões, uma de polysatin e outra de algodão. "Desenhado em dois padrões de cores diferentes, representa a ideia de que todos temos o poder de mudar o mundo com um pequeno gesto. Causa e efeito", explica a Parfois.

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Mattel lança bonecos inclusivos para meninos e meninas

25-09-2019



Creatable World é a mais recente aposta da Mattel. A dona da Barbie desenvolveu uma linha de bonecos que podem ser personalizados e que apelam à inclusão, nomeadamente em termos de género: as crianças - sejam meninos ou meninas - são convidadas a dar asas à imaginação e a combinarem diferentes tipos de cabelo, roupas e acessórios.

Segundo aponta o site Marketing News, os bonecos da Creatable World apresentam-se como uma tela em branco, sem limites, reges ou rótulos. A colecção foi desenvolvida em colaboração com um conjunto de especialistas, pais, psicólogos, pedagogos e crianças.

«Os brinquedos reflectem a nossa cultura e, agora que se celebra o impacto positivo da inclusão em todo o mundo, sentimos que é o momento ideal para criar uma linha de bonecos sem rótulos», explica Kim Culmone, vice-presidente da Mattel Fashion Doll Design. De acordo com a mesma responsável, os mais novos podem, com esta linha, expressar-se livremente.

«Esperamos que Creatable World incentive a sociedade a ter uma mente aberta sobre a forma como os meninos e as meninas desfrutam de brincar com bonecos», adianta ainda. A linha apresenta, para já, seis versões, com diferentes tons de pele.



## Mundo pais & filhos

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

---

# McDonald's aponta aos jovens em campanha de recrutamento

26-09-2019



A campanha "Grandes Histórias Começam Aqui" da McDonald's está de volta. A cadeia de restauração continua à procura de novos colaboradores e aponta aos mais jovens - entre os 18 e os 25 anos - através de uma nova vaga de comunicação com criatividade assinada pela comOn.

O objectivo da McDonald's é mostrar como pode ser uma "porta de entrada" para o mercado de trabalho e lembrar que tem vagas abertas para jovens que procurem uma primeira experiência profissional. A campanha de Employer Branding pode ser encontrada nos canais próprios da marca, restaurantes e redes sociais, sendo o universo de social media a inspiração para esta nova fase.

"Através do conceito 'Grandes Histórias Começam Aqui', a marca pretende reforçar que seja o primeiro emprego, um emprego em part-time ou uma carreira para a vida, trabalhar na McDonald's oferece competências, formação e relações que se traduzem em novas experiências e Grandes Histórias", explica a cadeia de restauração em comunicado.



## Mundo pais & filhos

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

---

# McDonald's e Burger King tomam medidas para acabar com o plástico

23-09-2019



No Reino Unido, o McDonald's aposta em trocar os brinquedos de plástico por fruta, e o Burger King acaba de vez com este tipo de ofertas.

No Reino Unido, as conhecidas cadeias de fast-food McDonald's e Burger King vão implementar novas medidas para acabar ou reduzir os brinquedos de plástico normalmente oferecidos nos menus infantis.

A partir do próximo mês,

**todos os restaurantes do McDonald's em território britânico vão oferecer aos seus clientes a possibilidade de trocar o brinquedo do Happy Meal por um pacote de fruta e, a partir de 2020, os mais novos também vão poder optar por um livro.**

No entanto, e apesar do representante dos restaurantes no Reino Unido e na Irlanda reconhecer que nem todos os clientes querem receber o brinquedo de plástico, afirma que a ideia de receber um presente "é divertida".

Citado pelo "The Independent", Paul Pomroy salienta que é exatamente para perpetuar as ofertas que os restaurantes vão avançar com os testes das trocas, "para dar uma escolha aos clientes, que também podem optar por não receber nada". O representante da cadeia de fast-food alerta que o

Happy Meal é um menu muito popular entre os clientes, logo "todas as mudanças devem ser consideradas com cuidado".

Já o eterno concorrente do McDonald's, o Burger King, vai mais longe e assume medidas drásticas: **já a partir deste mês de setembro, todos os brinquedos de plástico serão removidos dos restaurantes no Reino Unido.**

De acordo com a mesma publicação, a rede de restaurantes chegou a esta decisão depois de uma petição online ter sido lançada por duas crianças com o objetivo de acabar com o plástico e ajudar o ambiente.

**"Gostamos de comer no Burger King e no McDonald's, mas as crianças só brincam com os objetos de plástico durante uns minutos, antes de os deitarem fora, e estes irem poluir o mar e magoar os animais"**

, escreveram as irmãs Ella e Caitlin McEwan, com 9 e 7 anos de idade, respetivamente, na petição lançada há cerca de um ano.

A campanha acabou por se tornar viral e a Burger King tomou medidas. Para além de acabar com os brinquedos de plástico, a rede de restaurantes ainda vai colocar caixotes nos seus espaços para que as crianças possam deixar as suas antigas ofertas que, posteriormente, irão ser usadas para criar novos espaços de brincadeira.

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Monte Campo lança edição limitada da mochila gardunha

24-09-2019



A marca portuguesa Monte Campo acaba de lançar uma edição limitada da mochila Gardunha em 4 padrões. Coral, verde lima, laranja e preto são as cores bases das novas mochilas que conjugam a modernidade dos tecidos e tons com o design intemporal da Gardunha.

Produzidas em tecido com estampado Vichy e meio enrugado, as mochilas vão buscar detalhes tanto da Gardunha Clássica como da Gardunha MC, pelo que o resultado é uma edição jovem, irreverente e divertida.

A Monte Campo vai produzir apenas 50 unidades de cada padrão. Tal como é habitual nas mochilas produzidas em São João da Madeira, a prioridade é a qualidade e o conforto, pelo que as alças e as costas são reforçadas com a garantia de durabilidade e resistência.

A edição limitada está disponível na capacidade de 22 litros e possui uma bolsa interior para o transporte de portátil, assim como fechos vulcanizados para garantir a total impermeabilização da mochila.

A Monte Campo nasceu no ano de 1978 e fez grande sucesso nos anos 80 e 90 com a Gardunha. Depois de um período dedicado à produção de mochilas de aventura, técnicas e especializadas (desenhadas de acordo com as necessidades dos clientes), a marca voltou a apostar no segmento de lifestyle com o lançamento da Gardunha MC no ano passado.



## Mundo pais & filhos

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

---

# Os novos coleccionáveis do Lidl são guardiões da Terra

16-09-2019



Promover a importância da sustentabilidade junto dos mais novos é o objectivo do Lidl ao lançar uma nova campanha de coleccionáveis. Desta vez, os clientes da cadeia de supermercados terão oportunidade de levar para casa os "Guardões da Terra".

Ao todo, são seis as personagens desenhados pelo Lidl: o planeta Terra, doente devido aos níveis elevados de poluição, e cinco guardiões com super poderes.

Juntos, Flora, Gotas, Solis, Bia e Chamas prometem ajudar a salvar o planeta Terra e ensinar as crianças a proteger as florestas, limpar os oceanos e as praias.

Os novos coleccionáveis, disponíveis na forma de peluche e caneca, têm como missão também mostrar a importância de uma alimentação sustentável, nomeadamente através do consumo de produtos biológicos. Os "Guardiões da Terra" dão conta ainda da necessidade de evitar o desperdício e de conservar energia.

Os coleccionáveis vão estar disponíveis a partir do dia 16 de setembro e até 24 de novembro. Por cada 10 euros em compras, os clientes Lidl recebem uma saqueta com um ponto e três cartas para colecionar com informação sobre a preservação do ambiente. Estas cartas (114 no total) poderão ser usadas para jogar um jogo de tabuleiro que será vendido à parte.

Os peluches, por seu turno, chegam com as canecas e podem ser adquiridos por 2,99 euros mais 15 pontos.



## Mundo pais & filhos

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

---

# Os novos M&M's de caramelo salgado estão à venda em Portugal

24-09-2019



Depois da versão de caramelo, lançada na primavera de 2017, já está à venda em Portugal o novo sabor que vai deixar os fãs de M&M's a salivar ainda mais: caramelo salgado. Onde? Onde? Calma, respire que contamos tudo. Por enquanto, apenas os pode comprar por Lisboa, na zona da Estrela, mas a verdade é que a loja faz entregas para todo o País.

Falamos da Flavers, a mercearia com produtos de todo o mundo. Estes M&M's sem amendoim e com caramelo salgado no interior chegaram à loja de Lisboa na sexta-feira, 20 de setembro.

**Estão à venda dois tamanhos: embalagens com 36 gramas (1,15€) ou com 109 (3,65€).**

O espaço abre entre as 10 e as 20 horas. Já as compras online podem ser pedidas a qualquer hora. Além desta versão, estão também disponíveis na Flavers, M&M's com sabor a Nutella, com coco e amendoim, jalapeño, chocolate branco, os crocantes ou os de manteiga de amendoim. Levar um cada pode ser uma solução, que não é muito amiga da dieta.

Os novos M&M's também pode ser encontrados nas lojas do Continente. Aqui as embalagens são maiores, com 187 gramas, e custam 3,49€.





## Mundo pais & filhos

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

---

# Os tons pastel dão cor ao regresso à rotina

19-09-2019



A BIC aposta na renovação nos materiais de escrita sob uma premissa: tons pastel. Estas tonalidades transmitem serenidade, harmonia, clareza, pureza, equilíbrio. Sensações e qualidades necessárias para tornar a rotina mais agradável.

De marcadores fluorescentes em tons pastel a canetas multicoloridas. Estes são os materiais de escrita que a BIC® propõe para nos acalmar e para se retomar a rotina com mais otimismo.

### **BIC® Cristal Up**

Com as BIC® Cristal Up será possível escrever todos os seus objetivos em 8 cores diferentes, sendo que 4 são em tons pastel: azul claro, roxo, rosa e verde lima. Trata-se de uma caneta branca com uma tampa alusiva à cor da escrita.



### **BIC® 4 Colours® Fun**

A caneta BIC® 4 Colours® Fun é azul celeste ou roxa e ajuda a tomar notas de forma mais divertida. Esta caneta escreve em 4 tons diferentes - rosa, roxo, turquesa e verde lima - e dá vida à escrita. Para além disso, permite escrever sem esforço graças à tinta fluída e à

ponta da caneta meticulosamente desenhada, que desliza suavemente no papel.

### **BIC® Highlighter Grip pastel**

Agora é possível sublinhar os apontamentos ou as tarefas prioritárias com tons pastel devido às novas BIC® Highlighter Grip pastel. Estes marcadores fluorescentes com tinta à base de água encontram-se disponíveis em amarelo claro, azul gélido, verde menta e rosa. Com um punho de borracha canelada, esta caneta permite trabalhar com total comodidade e desfrutar de um traço bem definido. A sua ponta é flexível, pelo que, além de marcar o sublinhado com linhas grossas ou finas, também permite desenhar, colorir e escrever. Graças à sua tecnologia inovadora, o marcador fluorescente BIC® Highlighter Grip pastel pode permanecer destapado até 24 horas sem secar por completo.

### **BIC® Intensity Fine**

As canetas BIC® Intensity Fine de ponta fina são perfeitas para escrever, desenhar e colorir. Com uma ponta metálica à base de água, permitem uma maior precisão, não deixando quaisquer manchas. Estão disponíveis em 20 cores, sendo que 6 destas tonalidades são pastel.



### **BIC®**

#### **Cristal Fun**

As canetas de ponta grossa de 1.6mm são ideais para jovens que procuram estar dentro da última moda, assim como escrever com cores divertidas. As BIC® Cristal Fun estão disponíveis em 4 tonalidades modernas e suaves: roxo, azul claro, rosa, verde lima. A caneta é composta por um material transparente, que permite ver a sua cor, e a tampa é da cor da tinta.



## Mundo pais & filhos

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

---

# Regressa às aulas com a UHU e com toda a bicharada

01-09-2019



O que fazem os nossos bichos quando não estamos em casa? Estão com a

**UHU**

! Os animais mais engraçados estão de volta e desta vez vão acompanhar o teu

**regresso às aulas**

. Depois do sucesso do primeiro filme,

**A Vida Secreta dos Nossos Bichos 2**

junta-se à

**UHU**

e ajuda-te a preparar o próximo ano letivo.

Aproveita as férias para começares a preparar o regresso à escola com o material mais divertido, que vão ajudar a tornar as tuas aulas ainda mais animadas! Há

**6 colas stic**

com as personagens do filme. Qual é o teu bicho favorito? Max, Gidget, Chloe, Daisy, Snowball ou Rooster? Se não sabes qual escolher, coleciona-os a todos!

Aponta já na tua lista de material as

**colas T**

**wist & Glue Renature**

**e Stic**

, ideais para dar força às tuas obras de arte. Dá asas à tua imaginação com

**Patafix**

, pastilhas adesivas. E porque não há nada que não consigas corrigir, experimenta

**os corretores da UHU em fita!**

Atreve-te a entrar no

**website**

**da UHU**

e a descobrir estes e outros produtos originais da

**UHU.**

Para além disto, podes fazer

*download*

e imprimir

**jogos**

para te divertires,

**horários e modelos de papel**

para te ajudarem a organizar os teus dias e os teus materiais. Aproveita o regresso às aulas e diverte-te com os materiais mais fixes!

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Retorno às Aulas mais divertido com a nova gama Johnson's Gotas de Força

17-09-2019

A ampla gama de produtos Johnson's® para criança foi especialmente desenvolvida para transformar uma simples rotina de banho numa experiência sensorial, na qual as crianças podem estimular a sua imaginação enquanto cuidam dos seus cabelos.

Com o final do verão e das férias chega o momento de retomar as rotinas diárias. E o retorno às aulas não é exceção. Esta época representa o retomar dos hábitos de sempre, mas também a oportunidade para criar novas rotinas e aprender a tirar delas o maior partido possível. Com JOHNSON'S® o momento do banho pode tornar-se num momento muito mais divertido do que o habitual e numa experiência sensorial através da qual as crianças podem dar asas à sua imaginação, estimular todos os seus sentidos, ao mesmo tempo que cuidam dos seus cabelos.

À medida que as crianças crescem as necessidades capilares vão mudando. Como a pele e o couro cabeludo continuam a desenvolver-se até aos 12 anos a JOHNSON'S® desenvolveu diferentes gamas para os cabelos das crianças, pensadas para serem mais suaves do que os produtos usados normalmente pelos adultos, oferecendo simultaneamente benefícios superiores.

Juntando à gama Penteia Fácil, especialmente eficaz no momento de desembaraçar os cabelos, a gama Gotas de Brilho, que reforça o brilho natural do cabelo das crianças, surge agora a nova gama Gotas de Força. Uma gama enriquecida com vitamina E, especialmente concebida para ajudar a fortalecer o cabelo para quebrar menos, deixando-o forte e com aspeto saudável. Com um pH equilibrado e suave para o couro cabeludo, esta nova linha vem juntar-se aos demais produtos Johnson's 100% suaves, sem ftalatos, sulfatos ou corantes. Sabemos que os pais têm de confiar nos produtos que escolhem para os filhos e é por isso que todas as fórmulas JOHNSON'S® foram especialmente desenvolvidas para minimizar o risco de alergias, ao mesmo tempo que integram os melhores ingredientes e fragrâncias.

Neste contexto, a JOHNSON'S® desenvolveu estas gamas para o cuidado dos cabelos das crianças com fórmulas específicas e embalagens que remetem para o imaginário das crianças, prometendo transformar a hora do banho numa aventura interativa, divertida e estimulante.

As gamas JOHNSON'S® Gotas de Força, JOHNSON'S® Gotas de Brilho e JOHNSON'S® Penteia Fácil foram desenvolvidas especialmente para os cabelos das crianças, proporcionando uma rotina de banho que ficará nas suas memórias para sempre. Graças a estes produtos, a hora do banho passará de uma rotina simples de limpeza para uma experiência que estimula todos os sentidos, criando um impacto positivo no vínculo entre pais e filhos.



*JOHNSON'S® Champô Gotas de Força*





*JOHNSON'S® Condicionador Gotas de Força*





*JOHNSON'S® Gotas de Força Spray Condicionador*

### **NOVO JOHNSON'S® Gotas de Força:**

O NOVO JOHNSON'S® Gotas de Força é enriquecido com vitamina E e foi desenvolvido para ajudar a fortalecer o cabelo, evitando que se torne quebradiço e tornando-o mais forte e saudável.

→

### **JOHNSON'S® Champô Gotas de Força**

:

Enriquecido com vitamina E, foi desenvolvido para ajudar a fortalecer o cabelo, evitando que se torne quebradiço e tornando-o mais forte e saudável. Para obter melhores resultados utilize-o com o Condicionador e spray Condicionador. Disponível em 500ml.

**PVPR: 5,49€**

→

### **JOHNSON'S® Condicionador Gotas de Força**

:

Enriquecido com vitamina E, foi desenvolvido para ajudar a fortalecer o cabelo, evitando que se torne quebradiço e tornando-o mais forte e saudável. Para obter melhores resultados utilize-o com o Champô e Spray Condicionador. Disponível em 500ml.

**PVPR: 5,49€**

→

### **JOHNSON'S® Gotas de Força Spray Condicionador**

:

Enriquecido com vitamina E, foi desenvolvido para ajudar a fortalecer o cabelo, evitando que se torne quebradiço e tornando-o mais forte e saudável. Pode ser utilizado também em cabelo seco. Para obter melhores resultados utilize com o Champô e Condicionador. Disponível em 200ml.

**PVPR: 4,19€**





JOHNSON'S® Champô Gotas de Brilho





*JOHNSON'S® Condicionador Gotas de Brilho*



*JOHNSON'S® Spray Condicionador Gotas de Brilho*

### **JOHNSON'S® Gotas de Brilho**

A gama JOHNSON'S® Gotas de Brilho é enriquecida com óleo de argão e um toque de proteínas de seda que ajudam a reforçar o brilho natural do cabelo das crianças, tornando-o mais sedoso e saudável.

**JOHNSON'S® Champô Gotas de Brilho:**

JOHNSON'S® Champô Gotas de Brilho para Crianças é enriquecido com óleo de argão e foi especialmente concebido para intensificar o brilho natural do cabelo, deixando-o com uma suavidade de seda e um aspeto saudável. Para obter melhores resultados utilize com o Condicionador e Spray Condicionador. Disponível em 500ml.

**PVPR: 5,49€**

**JOHNSON'S® Condicionador Gotas de Brilho:**

JOHNSON'S® Condicionador Gotas de Brilho para Crianças é enriquecido com óleo de argão e foi especialmente concebido para intensificar o brilho natural do cabelo, deixando-o com uma suavidade de seda e um aspeto saudável. Para obter melhores resultados utilize com o Champô e Spray Condicionador. Disponível em 500ml.

**PVPR: 5,49€**

**JOHNSON'S® Spray Condicionador Gotas de Brilho:**

JOHNSON'S® Spray Condicionador Gotas de Brilho para Crianças é enriquecido com óleo de argão e foi especialmente concebido para intensificar o brilho natural do cabelo, deixando-o com uma suavidade de seda e um aspeto saudável. Pode ser utilizado também em cabelo seco. Para obter melhores resultados utilize com o Champô e Condicionador. Disponível em 200ml.

**PVPR: 4,19€**





*JOHNSON'S® Champô Penteia Fácil*



*JOHNSON'S® Condicionador Penteia Fácil JOHNSON'S® Condicionador Penteia Fácil*





*JOHNSON'S® Spray Condicionador Penteia Fácil*

### **JOHNSON'S® Penteia Fácil**

A linha de produtos para cabelos JOHNSON'S® Penteia Fácil facilita o momento de pentear, mesmo em cabelos compridos e encaracolados. Foi especialmente desenvolvida para fazer parte de uma rotina testada para desembaraçar até cerca de 75% mais dos nós\* e os cabelos embaraçados graças à utilização de um processo com três etapas: lavar com o Champô Penteia

Fácil, nutrir com o Condicionador Penteia Fácil e pentear com o Spray Condicionador Penteia Fácil.

→

### **JOHNSON'S® Champô Penteia Fácil**

:

Formulado para desembaraçar os nós e os cabelos embaraçados, o nosso Champô desembaraçador limpa suavemente os cabelos para ficarem macios e sedosos e ajuda a manter os cabelos das crianças disciplinados. Para obter melhores resultados utilize com o Condicionador e Spray Condicionador. Disponível em 500ml.

**PVPR: 5,49€**

→

**JOHNSON'S® Condicionador Penteia Fácil:**

Este condicionador desembaraça suavemente nós e cabelos embaraçados para conseguir um cabelo fácil de escovar, sem complicações. Para obter melhores resultados utilize com o Champô e Spray Condicionador. Disponível em 500ml.

**PVPR: 5,49€**

→

**JOHNSON'S® Spray Condicionador Penteia Fácil**

:

Especialmente concebido para ajudar a manter os cabelos das crianças disciplinados, o nosso spray condicionador desembaraçador é formulado para desembaraçar os nós e os cabelos embaraçados. Pode ser utilizado também em cabelo seco. Para obter melhores resultados utilize com o Champô e Condicionador. Disponível em 200ml.

**PVPR: 4,19€**

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Renova prepara regresso à escola

10-09-2019



De volta à rotina e a pensar no regresso à escola dos mais pequenos, Renova apresenta a gama Renova Back to School com diferentes soluções práticas para o arranque do ano lectivo.

A gama Renova Back to School está disponível em dois formatos complementares: lenços de bolso em embalagens compactas, para levar sempre na mochila, e caixas de lenços faciais, para ter sempre em cima da secretária.

Com diferentes ilustrações e padrões exclusivos de lápis e pincéis, tintas e gobelets, geometria, música, desporto e até mesmo com efeito ardósia retro, os lenços de bolso e as caixas de lenços faciais são ideais para ter sempre à mão em qualquer situação.

Os lenços Renova Back to School estão disponíveis em packs de seis pacotinhos e caixas de 70 lenços nos hipers e supers de todo o país, ou na loja online da marca.

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Staples e Colibri Portugal reforçam parceria para regresso às aulas sustentável

10-09-2019



A Staples e a Colibri Portugal renovam, este ano, uma vez mais, a sua parceria com vista a sensibilizar estudantes e encarregados de educação para a forma como muitas pessoas ainda protegem os materiais escolares, promovendo a sustentabilidade e o consumo responsável e colaborativo através do serviço Colibri Cover System.

Este serviço resulta de uma parceria entre a Staples e a Colibri Portugal, que tem vindo a crescer e a melhorar o seu serviço desde 2010. Com um potencial de crescimento notório, a Staples tem-se tornado uma referência nacional em sistema de forra de cadernos, livros escolares e não escolares, protegendo cerca de 800 mil produtos ao longo do ano.

O serviço em causa é atualmente um dos mais procurados na Staples e revela-se bastante prático e rápido, funcionando como uma "segunda pele" dos manuais escolares. A marca proporciona ainda garantia às capas para os livros e cadernos, durante todo o ano escolar.

O Colibri Cover System tem-se revelado um sucesso e estimando-se que cerca de 50% a 60% dos livros reutilizados já foram ou serão forrados com este sistema. Quanto a manuais novos, os números ascendem a cerca de dois milhões.

---



## Mundo pais & filhos

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

---

# Todos os miúdos vão querer os brinquedos novos que chegaram ao Lidl

09-09-2019



Há blocos, puzzles e jogos didáticos de madeira, um tapete que se pode pintar e muito mais. tudo a partir de 3,99€.

A cadeia alemã de supermercados Lidl é conhecida por várias coisas: pelos seus snacks saudáveis, pelos cremes premiados, frutas biológicas, pelo gira discos viral que só surge muito raramente - e pelos brinquedos, sobretudo de madeira, que provocam uma correria de pais, tios e avós às lojas.

Se é um desses pais, tios ou avós, saiba que desde dia 9 de setembro, há mais brinquedos de madeira nos supermercados da marca. E outros: tapetes de aprendizagem, moldes para pintar, quadros mágicos, LEGO e até auscultadores.

Há ainda móveis e caixas para arrumação, e isto tudo numa campanha onde os preços começam nos 3,99€. Os produtos ficam nas lojas mais uns dias mas são, como sempre, limitados à disponibilidade.



## Mundo pais & filhos

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

---

# Triumph instala pontos de reciclagem para roupa usada

24-09-2019



Mais de quatro mil pontos de venda da Triumph na Europa, incluindo as lojas em Portugal e alguns estabelecimentos aderentes, vão albergar o programa "Together We Recycle".

Desenvolvido em parceria com a Texaid, este programa desafia os consumidores a entregarem roupas usadas para reciclagem.

Os pontos de recolha vão estar nas lojas até ao final de Outubro e permitem a entrega de peças de qualquer marca. As roupas serão, depois, distribuídas em segunda mão por outras pessoas (50 a 65%), recicladas (30%) ou recicladas termicamente (5 a 15%).

O objectivo, explica a marca, é sensibilizar o público para um mundo mais sustentável. Quem entregar peças de roupa usada receberá um desconto para a compra de um novo soutien Triumph.

---



## Mundo pais & filhos

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

# tuc tuc | COZY BABIES

19-09-2019



A tuc tuc apresenta os seus novos sacos de bebé, há uma imensidão de modelos diferentes: com capuz, sem capuz, reversíveis, básicos ou com padrões, evolutivos, laváveis; estão divididos por diferentes coleções, que se complementam e combinam entre si.

De interiores suaves e aberturas standard para cintos de segurança, compatíveis com todos os carrinhos do mercado, estes sacos vão proteger o bebé do frio e mantê-lo confortável nos passeios de inverno.

Coleção disponível nas sete lojas da marca espalhadas de norte a sul do país e também em [tuctuc.pt](http://tuctuc.pt).

