



Mundo pais & filhos

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

A SPV recicla neste Natal

17-12-2019



"Recuperar o verdadeiro Natal e a tradição" é o mote da campanha natalícia da Sociedade Ponto Verde (SPV), que vai estar presente na rádio e nas plataformas digitais, até 25 de dezembro. A criatividade é da Winicio.

O objetivo é levar os portugueses a refletir sobre a importância dos pequenos gestos que devem ser mantidos ao longo de todo o ano, desde a união à reciclagem, e também alertar para a necessidade de evitar o desperdício de embalagens, apelando a um consumo mais consciente.

Para ajudar nesta missão, a SPV incentiva a que a prática dos 3R - reduzir, reutilizar e reciclar - não seja esquecida e que continue a ser utilizada. Como tal, apresenta cinco conselhos para serem aplicados nesta época do ano entre eles saborear o momento, simplificar e divertir-se em família.



Mundo pais & filhos

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

A Worten transforma o Natal

05-12-2019



E se este Natal, as crianças em vez de brinquedos novos pedissem telemóveis ou eletrodomésticos antigos? Este é o conceito da campanha da Worten, da autoria da Fuel, que comunica o programa de sustentabilidade "Worten Transforma". O objetivo é reciclar equipamentos antigos ao mesmo tempo que apoia instituições nacionais.

"Há presentes escondidos em tua casa que podem transformar o Natal de alguém" é a campanha multimeios, com divulgação em digital, TV, rádio, exterior, cinema, imprensa, folheto, online e também em ponto de venda até 31 de dezembro.

Nas suas mais de 190 lojas em Portugal, a Worten recebe os equipamentos elétricos e eletrónicos que os clientes já não usam ou que estão avariados, encaminhando-os para reciclagem, para, depois, poder doar novos equipamentos a instituições de solidariedade social de norte a sul do País.

"Este Natal, apelamos a todos os portugueses para que entreguem os equipamentos antigos que têm lá por casa, numa Worten perto de si, para que possamos recicla-los e, depois, doar novos equipamentos a instituições de solidariedade de norte a sul do País. Podem ser telemóveis antigos, torradeiras, televisores, etc. Todos temos em casa uma gaveta com carregadores velhos, por exemplo. Assim, é realmente muito fácil ajudar, não é?", pergunta a diretora de marketing da Worten, Inês Drummond Borges.

Este programa conta com a parceria da ERP Portugal, entidade responsável pela gestão dos resíduos elétricos e eletrónicos, e do Banco de Bens Doados da ENTRAJUDA, entidade que seleciona as instituições beneficiárias, ou seja, aquelas que irão receber os novos equipamentos oferecidos pela Worten.

Para a responsável de comunicação da ERP Portugal, Filipa Moita, "as campanhas de incentivo à entrega destes resíduos são sempre positivas, porque estimulam o comportamento nos consumidores e mobilizam para a ação, garantindo a sua valorização e reciclagem".





Mundo pais & filhos

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

Animals party Portugal

09-12-2019







Este é o mundo mágico dos toppers mais divertidos e coloridos à venda em Portugal online, handmade Portugal.

Deixe estes lindos toppers serem a estrela do próximo bolo de aniversário do seu filho/a ou até num casamento, porque não?

Estes fabulosos toppers são mundialmente famosos e usados em qualquer festa de aniversário, assim como em casamentos. São feitos com animais feitos à mão (marca Schleich), não havendo dois iguais. São usados animais não tóxicos de empresas respeitáveis, com pequenos detalhes na guarnição e acessórios que podem variar. Aceitam-se pedidos personalizados.

Nunca deverá ser deixado nas mãos de uma criança com menos de 3 anos de idade sem supervisão, pois as peças são pequenas e podem apresentar perigo de asfixia, tal como qualquer brinquedo que contenha peças pequenas.













Outros bonecos na página do facebook

Página facebook

Informações para o
email
sonhosdacristina7@gmail.c
om



Mundo pais & filhos

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

Campanha solidária da Hansaplast/Cruz Vermelha Portuguesa

14-12-2019

Parceiro:

Hansaplast

CRUZ VERMELHA PORTUGUESA

Este Natal, junte-se à **Hansaplast** e à **Cruz Vermelha Portuguesa** para fazer chegar um presente ao sapatinho de 3.000 famílias desfavorecidas.

AO COMPRAR PRODUTOS HANSAPLAST JÁ ESTÁ A AJUDAR!

Saiba mais aqui.

As famílias mais felizes não são necessariamente aquelas que têm mais, mas sim as que vivem com amor.

Cuidar é educar. Ouvir. Partilhar. E abraçar o que temos de mais importante.

Cuidar é tentar evitar as quedas, mas também perceber que, inevitavelmente, elas acontecem. Até porque cair faz parte da vida e cada queda é um incentivo à aprendizagem: as pessoas conhecem mais de si, dos seus limites, do mundo e dos desafios que as rodeiam e as esperam.

O Natal desperta nas famílias sentimentos que defendemos o ano inteiro e é como se já sentíssemos a magia no ar. Todos têm direito a sentir essa magia. Por isso, aquilo que de melhor podemos dar são... ações, gestos e amor em todas as formas.

Reunimos, com ajuda da
Hansaplast

e da
Cruz Vermelha Portuguesa

, sugestões para cuidarem - na forma mais abrangente que este verbo pode significar - daqueles que amam, nesta quadra e em todos os meses.



Ajudar

Este Natal, ajudar é um verbo imprescindível.

Ajudem a cuidar de quem mais precisa com um gesto simples que se traduz numa contribuição gigante! "Ajude-nos a ajudar" é uma ação solidária fruto de uma parceria entre a Hansaplast e a Cruz Vermelha Portuguesa, pensada com o intuito de contribuir para que 3.000 famílias de todo o país tenham acesso a produtos de primeiros socorros.

Na realidade é muito simples: ao comprar um produto da marca Hansaplast nesta quadra natalícia, em hipers e supermercados, estarão a contribuir para fazer chegar produtos de cuidado das feridas a famílias que precisam da nossa ajuda!

O mundo é um lugar melhor e mais seguro se todos aprendermos a ajudar o vizinho do lado. É um carrossel de amor, na verdade: ao cuidarem da vossa família ajudam a que outras famílias tenham também elas acesso a cuidados tão básicos como os cuidados de primeiros socorros. E esse é o verdadeiro espírito deste Natal.

Cuidar

Há da nossa infância uma música que fala de meninos que escorregam, caem no chão, e que no joelho ficam com dói-dói, no nariz um arranhão. Nesses momentos, cuidar também é essencial.

Feridas ligeiras e cortes podem e devem ser tratados com um beijinho milagroso, mas também com uma série de procedimentos básicos de pronto socorro.

Uma ferida limpa e devidamente desinfetada é o primeiro passo para uma cicatrização perfeita. Para evitar infecções, limpem a ferida da sujidade, bactérias e partículas visíveis.

O segundo passo é proteger a ferida da sujidade e das bactérias, para permitir uma cicatrização tranquila. Protejam a ferida com um penso para feridas Hansaplast.

A cicatrização é o terceiro passo do tratamento! É importante que a cicatrização de pequenas feridas superficiais seja feita com a ajuda de uma pomada, promovendo uma camada protetora respirável que impede a ferida de secar, criando um ambiente em meio húmido.

A pomada pode ser utilizada em qualquer fase do processo de cicatrização e em feridas abertas.

Com a Hansaplast, que ensina a cuidar das feridas em 3 passos, as feridas cicatrizam até 2 vezes mais rápido. É importante levar a sério a proteção e cicatrização da ferida para evitar infeções, cicatrizes e outras complicações.

Desta forma, vão ter a certeza de que fizeram o melhor para cuidar daqueles que vos são mais queridos!

Partilhar

Partilhar momentos, risos e gargalhadas. Aproveitar dezembro para passear com o frio que se torna mágico, ver as luzes de Natal ganhar vida, lanchar castanhas assadas compradas na rua. Ficar no sofá toda a tarde, abraçados pelo calor da manta e a conversar, ver filmes ou ler livros - juntos.

Partilhar é também dizer aos outros aquilo que guardamos dentro. Dividir felicidade e sentimentos bons custa pouco e vale por tudo. É essa a receita de uma quadra mágica: dar o que de melhor somos e temos. Contribuir para a causa solidária também é partilhar e, por isso, ajudem-nos a ajudar 3.000 famílias. Partilhem esta campanha e ajudem-nos a ajudar!



Mundo pais & filhos

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

Coca-Cola mostra o outro lado do Pai Natal

16-12-2019



A Coca-Cola sabe que todas as histórias têm dois lados e quis mostrar como o Pai Natal pode ser visto de formas muito diferentes. Pode ser o homem simpático que distribui presentes pelas crianças ou o estranho assustador, que acompanha todos os movimentos dos mais novos, sabe quem se portou bem ou mal e invade as suas casas.

E, caso seja visto desta forma, o que devemos nós fazer? Dar-lhe as boas-vindas com uma garrafa de Coca-Cola.

Na sua campanha de Natal para este ano, a marca desafia o público a colocar de lado aquilo que nos divide. O foco deve estar no que nos une: "O que partilhamos é mais forte", garante a Coca-Cola.

O filme que mostra a interpretação alternativa da história do Pai Natal faz parte da campanha da Coca-Cola no Reino Unido, a maior de sempre dedicada à quadra festiva, segundo aponta o site Marketing Week. Além do spot de vídeo, a insígnia está a apostar em activações digitais e experiências ao vivo e a cores, incluindo momentos de karaoke em Piccadilly Circus, Londres.

Coca-Cola Christmas 2019





Mundo pais & filhos

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

Compal e Science4You lançam kit de experiências Fábrica de Sumos

20-12-2019



A Sumol+Compal, em parceria com a Science4you, criou um brinquedo científico e educativo com o objetivo de dar a conhecer e a provar os sabores das diferentes frutas e sensibilizar para a importância do consumo diário de fruta e evitar o desperdício alimentar.

A Fábrica de Sumos Compal, um brinquedo científico baseado nos alicerces da importância da educação alimentar que dá a conhecer o percurso da fruta do pomar até ao copo de sumo, é composta por 11 experiências diferentes, possibilitando os mais novos a ficar a conhecer o processo de produção dos Sumos e Néctares Compal, fazendo a viagem desde o pomar.



Mundo pais & filhos

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

Cuidados para a pele com tendência atópica infantil

14-12-2019



Sabia que uma em cada cinco crianças tem dermatite atópica? Além disso, as restantes crianças sofrem, em algum momento da sua infância, irritações ou reações alérgicas pontuais manifestadas por vermelhidões, desconforto causados pelo frio e pelo vento, fricção das roupas, eczema devido ao uso da chupeta ou hipersensibilidade, entre outras causas.

Para o efeito, os Laboratórios Babé desenvolveram Atopic Prone Skin, uma linha de produtos dermocosméticos exclusivos de uso pediátrico, que respondem a todas as necessidades diárias e específicas de higiene, cuidados e

proteção infantil, especialmente para mimar a pele seca, muito seca, reactiva, irritada ou com tendência atópica dos mais pequenos da família.

Baseado num estudo com 400 farmacêuticos e 272 pediatras, esta nova gama abrange os fatores mais importantes para os profissionais de saúde: acalma a pele, alivia a comichão, nutre e repara a pele.

Como cuidar da pele dos mais pequenos? E se tiverem a pele atópica?

A

linha pediátrica dos Laboratórios Babé

tem produtos específicos para os cuidados diários da pele dos mais pequenos, contribuindo para reforçar a sua proteção natural. Formulados com o

Complexo Baby Care Babé

, combina extratos vegetais de Calendula, Mimosa e Aloé Vera. Nesta linha pediátrica encontramos também a

gama Atopic Skin

, que reforça a proteção natural da pele e ajuda a tratar a pele seca, irritada ou com tendência atópica.

Fórmulas muito seguras e transparentes

Produtos dermocosméticos de

qualidade

, uma vez que os Laboratórios Babé fazem uma seleção cuidadosa dos princípios ativos cuja

concentração em %

se comunica em cada produto, assim como as datas de validade, o pH e a lista de componentes completa. Resumidamente garantem uma

segurança absoluta do uso do produto

graças aos numerosos

testes hipoalergénicos, dermatológicos e pediátricos

que são realizados de acordo com os requisitos de cada um deles.



Mundo pais & filhos

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

Dar nova vida à roupa de criança

27-12-2019



Roupa e acessórios infantis unissexo, que podem passar de irmão para irmão, apesar do género e de geração em geração. É esta a proposta sustentável da Enzo & Eva.

Comprar roupa de bebé e criança não é propriamente a tarefa mais recompensante do mundo, no sentido em que nunca sabemos durante quanto tempo vai servir - nem tão-pouco o que lhe fazer depois. A Enzo & Eva é uma nova marca portuguesa de moda e acessórios, que pretende responder a estes problemas que todos os pais enfrentam. Em tons de preto e branco, as peças da marca são unissexo - podem passar de irmão para irmã, de primo para prima ou vice-versa -, desempenham mais do que uma função e adaptam-se ao crescimento das crianças.

A ideia de criar a Enzo & Eva

surgiu quando Rita Marques, a fundadora da marca, que baptizou com os nomes dos filhos, descobriu que ia ser mãe pela segunda vez. «Sempre tive a convicção de que o Enzo iria ser o meu primeiro e único filho e com a descoberta da chegada de um novo bebé, que ainda por cima era uma menina, os medos e inseguranças de mãe surgiram de imediato: além de ter que planear e reorganizar a minha vida pessoal e profissional novamente, não ia poder aproveitar as roupas do meu filho mais velho para a Eva, o que implicava um esforço financeiro ainda maior», recorda a empreendedora, de 38 anos, licenciada em Educação de Infância e Educação para o 1.º Ciclo do Ensino Básico. «Foi a partir daqui que decidi criar uma marca que oferecesse produtos ideais para famílias com mais do que uma criança, que fossem unissexo e pudessem passar de irmão para irmão», acrescenta.

A Enzo & Eva conta, neste momento, com três artigos: o Eyrie, que serve as funções de alcofa, mas que se transforma num ginásio/manta e que, mais tarde, pode ainda ser convertido numa tenda para brincadeiras; o Belly, um body sem molas que, devido ao seu comprimento, vai-se adaptado ao tamanho do bebé (até aos 24 meses ou 12 kg), mas também pode envolver o bebé com a técnica de swaddling ou ser utilizado como avental de amamentação; e a Nesting Braid, uma almofada em forma de trança, para apoio na amamentação ou para protecção no berço.

As peças são produzidas em Santo Tirso e estão disponíveis para venda no website e Instagram da Enzo & Eva. Além de promover a economia circular, a componente ecológica e sustentável da marca reflecte-se ainda na utilização de materiais orgânicos, tintas naturais e embalagens recicladas.



Mundo pais & filhos

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

Este Natal dê um toque especial aos seus presentes

16-12-2019



A época Natalícia já chegou e com ela a tradicional busca pela prenda perfeita. Os presentes são escolhidos com detalhe e a pensar nos entes queridos, e porque não dar-lhes um toque ainda mais especial e personalizado com as etiquetas My Nametags?

A atenção ao pormenor nas compras, ao papel de embrulho e etiquetas dos presentes tornam a My Nametags

um aliado natalício muito especial.

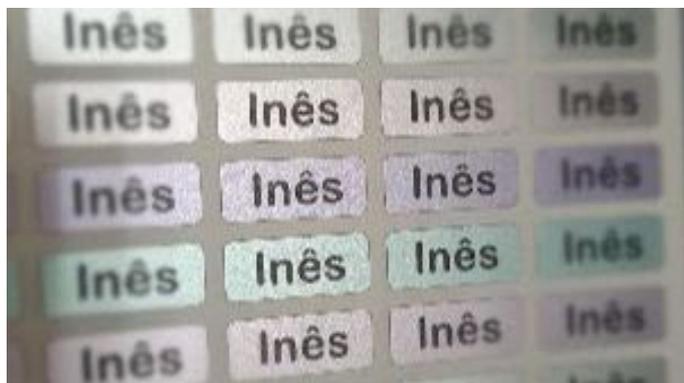
Personalizadas à medida de cada um, o fabricante líder no Reino Unido de etiquetas de fácil aplicação, dispõe de uma grande variedade de padrões festivos, incluindo os

novos mini-stickers metalizados

, a partir de 16,95€, prontos a colocar um sorriso em todas as crianças (e adultos!) na noite de Natal. As coloridas etiquetas aderem a qualquer tipo de superfície, desde caixas, papel de embrulho ou até mesmo sacos de oferta.

E, caso sobrem, pode aproveitar para identificar com estilo roupa, sapatos, material de economato e até a sua caneca preferida para que ninguém mais a use em casa ou no escritório!







Mundo pais & filhos

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

Este Natal, a McDonald's muda de nome para MacDonaldes

03-12-2019



"Alimenta a Magia" é o mote da campanha que levou a McDonald's até ao Talasnal. A cadeia de restauração rumou à aldeia na Serra da Lousã para filmar o anúncio de televisão através do qual deseja uma quadra feliz aos consumidores portugueses.

Sérgio Leal, director de Marketing e Comunicação McDonald's Portugal, sublinha que esta é a primeira campanha da marca no mercado português dedicada ao Natal. «Pretendemos criar uma comunicação ainda mais emocional e envolvente com os nossos consumidores, celebrando com eles o espírito festivo desta quadra», indica o responsável, sublinhando que a marca procurou reforçar a relevância local ao filmar numa das aldeias mais emblemáticas do País.

«Acolhemos, assim, carinhosamente o nome pelo qual somos chamados por muitos consumidores», acrescenta Sérgio Leal, desvendando já parte do enredo da campanha. No filme idealizado pela TBWA\ Lisboa e produzido pela Garage, um avô tenta agradar o neto ao criar na aldeia uma espécie de McDonald's, mas o nome que apresenta é outro: MacDonaldes.

A campanha, que conta ainda com consultoria da Pro(u)d, está presente em televisão, rádio e plataformas digitais. Envolve ainda o lançamento do Calendário de Natal McDonald's, composto por ofertas diárias e exclusivas para os clientes da marca. As ofertas podem ser conhecidas no site da McDonald's e na aplicação MLovers.



Mundo pais & filhos

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

Galp doa energia às Aldeias de Crianças de SOS

22-12-2019



A Galp e a Fundação Galp lançam a campanha internacional "Hoje é um bom dia para ajudar a sorrir", com o objetivo de tornar o Natal, das Aldeias de Crianças SOS, mais feliz. Na compra de um bolo rei ou bolo rainha, até dia 6 de janeiro, nas lojas Tangerina aderentes, a empresa vai doar um euro em energia à organização.

A campanha está a decorrer ainda em Espanha, Cabo Verde, Moçambique e Guiné Bissau - locais onde a Galp está presente -, e vai impactar 3.100 crianças e apoiar cerca de mil famílias. No País, 300 crianças serão apoiadas pela causa.

Em simultâneo, a missão das Aldeias de Crianças SOS - localizadas em Cascais, Vila Nova de Gaia, Guarda, Oeiras e Rio Maior - está a ser promovida através de postais de Natal e de uma publicidade nas redes sociais da energética.



Mundo pais & filhos

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

Limiano ajuda mais de 2900 famílias na 3.ª edição da “Hora do Natal”

19-12-2019



Com o Natal a chegar e porque o espírito natalício é também sinónimo de solidariedade,

Limiano

volta a dar vida à iniciativa

Hora do Natal

. Um projeto de responsabilidade social em que a marca dedica uma hora da sua produção de queijo a quem mais precisa. Ao longo das duas edições já realizadas, a marca tem vindo a demonstrar que, pequenos gestos podem mesmo fazer a diferença na vida de alguém.

"O melhor presente é estarmos presentes"

é o conceito da 3ª edição desta iniciativa que tem a missão de inspirar os portugueses a contribuírem também para uma boa causa, através da criação da sua própria Hora do Natal. Seja meia hora ou um dia inteiro, para um almoço ou jantar, o importante é estar presente, fazer parte da família e acima de tudo espalhar o espírito de partilha por todos.

Foi no dia

13 de dezembro

, entre as

11h00 e as 12h00

, que os colaboradores da marca Limiano

dedicaram uma hora inteira da produção do genuíno Limiano

, em prol de

22 instituições que apoiam famílias carenciadas

de norte a sul do país. O projeto foi uma vez mais um sucesso, alcançando uma produção de 6410 queijos, correspondendo a mais de 3600 kgs, que serão entregues a muitas famílias portuguesas, inseridas em instituições entre as quais, a Fundação do Gil, Coração da Cidade do Porto, Santa Casa da Misericórdia de Vale de Cambra, Banco Alimentar, entre outras.

"Acreditamos que fazer parte da família é cuidar de quem mais precisa. Por isso, uma vez mais a Família Limiano reuniu-se e marcou presença na nossa fábrica em Vale de Cambra e entregámos toda a nossa dedicação a um projeto interno que já é tão querido para todos nós. Desta forma podemos partilhar aquilo que melhor sabemos fazer: o nosso queijo, com quem mais precisa. Não podíamos estar mais satisfeitos e felizes com os resultados e esperamos que a nossa Hora do Natal sirva de inspiração para que mais famílias portuguesas possam dar o seu melhor, marcando presença em alguma iniciativa solidária ou simplesmente estar presente para que outras famílias tenham também um Natal mais feliz e especial",

comenta Liliana Parreira, Senior Brand Manager de Limiano.

Pode saber mais sobre esta iniciativa viste o site

limiano.pt

ou as plataformas digitais: Facebook e Instagram de Limiano.



Mundo pais & filhos

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

Lojas da Häagen-Dazs estão diferentes: mais clean e divertidas

19-12-2019



No início do ano a Häagen-Dazs mudou a imagem das suas embalagens e agora está a mudar a das suas lojas. Tal como nas embalagens, nesta remodelação a marca aposta num design mais cuidado e próximo dos mais jovens.

Os gelados mantêm-se o centro das atenções, mas toda a envolvente se tornou mais harmoniosa e agradável aos olhos dos Häagen-Dazs

lovers

. As paredes estão vestidas com quadros e frases inspiradoras, muito

instagramáveis

Das 13 lojas, três já passaram pela remodelação e adaptação à nova imagem: Cascais Shopping e Centro Comercial Vasco da Gama foram as primeiras e a do Centro Comercial Amoreiras, em Lisboa, é a mais recente. Para o início de 2020 estão previstos mais investimentos em remodelações das lojas existentes, em pelo menos duas lojas.

Nas lojas da Häagen-Dazs, para além dos mais de vinte sabores de gelados, é possível encontrar criações, pastelaria e bebidas com



Loja Vasco da Gama

muito gelado à mistura, numa carta que se adapta às estações do ano e que aposta sempre em novidades.



Mundo pais & filhos

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

McDonald's encontrou nova fonte de receita: merchandising

06-12-2019



T-shirts, cadernos e, até, elásticos para o cabelo. A McDonald's está a explorar uma nova fonte de receita além dos hambúrgueres e demais produtos alimentares. Segundo aponta a Bloomberg, a cadeia de restauração está a apostar no merchandising, tendo desenvolvido um conjunto de artigos em que a marca McDonald's aparece em destaque.

A agência noticiosa lembra que esta não é a primeira vez que a cadeia cria produtos de merchandising, tendo desenhado, por exemplo, chapéus-de-chuva que faziam lembrar pães com sementes de sésamo. Apesar de este artigo ter sido disponibilizado apenas numa convenção onde estavam presentes somente funcionários e fornecedores, o sucesso conquistado poderá ter sido suficiente para impulsionar esta área.

Colin Mitchell, senior VP of Global Marketing da McDonald's, admite que a marca não tem sabido aproveitar ao máximo a sua base de fãs. O «êxito tremendo» do merchandising apresentado na convenção de há dois anos demonstrou isso mesmo.

«Com a geração Instagram, as pessoas querem merchandising realmente distintivo», sublinha o mesmo responsável, acrescentando que os fãs da marca querem mostrar ao resto do mundo que são fãs. «Queremos que todas as pessoas que vistam as nossas peças sejam embaixadores da marca.»

O resultado desta epifania da McDonald's já está à vista: na loja online da marca nos Estados Unidos da América - bem como num restaurante em Chicago - já é possível comprar uma t-shirt da cor dos arcos da insígnia, por exemplo. Os preços dos produtos disponíveis começam nos 12 dólares (cerca de 10,80 euros) para um conjunto de pins e podem chegar aos 65 dólares (58,5 euros) para uma camisola natalícia.

«Sabemos que as pessoas vão pagar por isto e temos mais procura do que aquela a que conseguimos responder», acrescenta Colin Mitchell.



Mundo pais & filhos

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

Na Choco & Nut tudo é feito com Nutella, Kinder Bueno ou M&M's

14-12-2019



Este fim de semana já pode começar a preparar o palato para os doces que vai comer no Natal. A Choco & Nut inaugurou no sábado, 14 de dezembro, mais um café em Lisboa. Aqui tudo é preparado com Nutella, Kinder Bueno ou M&M's e muitos outros doces conhecidos. Falamos de pancakes, waffles, batidos, croissants ou churros.

A marca já tinha um espaço no Alto dos Moinhos, que abriu em setembro, e leva agora o conceito a mais uma zona da cidade. É agora no Parque das Nações que estão disponíveis todas as especialidades da Choco & Nut.

O menu é idêntico ao que já pode provar nas outras lojas do País, com destaque para as sugestões que juntam Nutella.

Há waffles com gelado, chantilly, M&M's (5,95€); pancakes com Oreo, chantilly e gelado (5,95€)

; mas também de Maltesers, Kinder Bueno ou After Eight (desde 5,50€); batidos com diferentes sabores (a partir de 2,60€); ou os crepes.

A Espetada Choco Nut é outra das sugestões. Chega para duas pessoas e é servido com um mix de waffles, pancakes, chocolate branco, Nutella, vários morangos (8,95€). Tem ainda os churritos, que podem ser pedidos em cinco ou dez unidades.

A Choco & Nut tem lojas em Faro, onde tudo começou em 2015, mas também em Olhão, Cacilhas, Évora, Odivelas e Portimão.





Mundo pais & filhos

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

Nova APP coloca Make-A-Wish à distância de um clique

19-12-2019



Acaba de ser lançada a primeira aplicação móvel da Make-A-Wish Portugal. O novo ponto de contacto da organização, que coloca a Make-A-Wish à distância de um clique, para que mais portugueses a conheçam e saibam a sua missão.

Para além de dar a conhecer a Fundação aos que não a conhecem, esta nova APP revela alguns dos desejos que já realizou. É igualmente, uma forma de dar a conhecer as iniciativas que tem em curso, nomeadamente, a campanha "Estrelas de Natal Make-A-Wish", composta por um conjunto de cinco estrelas, cujos donativos revertem a favor da concretização de desejos e que podem ser encomendadas diretamente na APP.

Depois de descarregarem a aplicação, os utilizadores são de imediato recebidos por uma mensagem de agradecimento, pois ao fazerem-no estão desde logo a contribuir com um donativo para a Make-A-Wish. Um contributo que pode ser reforçado dentro da própria aplicação, numa área criada para o efeito.

Atualmente, o nosso grande desafio é conseguir concretizar um desejo por dia, em Portugal. Estamos perto disso, já concretizamos um desejo a cada dois dias, mas, para atingirmos o nosso objetivo temos de nos dar a conhecer a mais pessoas, revelar o trabalho que fazemos e demonstrar o poder transformador da concretização de desejos. Assistimos a isso todos os dias, com as crianças com quem trabalhamos e com esta solução, acredito, vamos conseguir provocar mais sorrisos e melhorar a condição de mais crianças e famílias.

Mariana Carreira, Diretora Executiva da Make-A-Wish Portugal

A APP foi desenvolvida pela Bliss Applications e já está disponível para download na Google Play Store, a loja de aplicações para equipamentos com sistema Android. Em breve, estará também disponível para equipamentos com sistema iOS (Apple).

Com mais de

1340 desejos realizados desde 2007

, a Make-A-Wish Portugal pretende continuar a transformar vidas, um desejo de cada vez. Recorde-se que, para a organização, a realização de um desejo promove uma esperança sem limites e tem a capacidade de ser o ponto de viragem na forma como a criança e a família encaram a situação que estão a viver.

Para mais informações consulte o site
makeawish.pt



Mundo pais & filhos

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

Palhaços D'Opital procuram o Natal mais sorridente de sempre

27-12-2019



As redes sociais e o website institucional da organização são os meios escolhidos pela Palhaços D'Opital para promover a sua mais recente campanha. Os portugueses que passarem por estes canais terão oportunidade de contribuir para momentos mais felizes de seniores em ambiente hospitalar.

"Ofereça um sorriso" é o mote da campanha solidária, que tem como objectivo proporcionar o Natal mais sorridente de sempre. Em vigor até 6 de Janeiro, a campanha visa angariar mil donativos, que podem ser realizados através de transferência bancária. Feito o donativo, a organização compromete-se a agradecer publicamente o gesto nas redes sociais.

O valor total angariado terá como destino o financiamento do trabalho da Palhaços D'Opital, que desde 2013 faz companhia a seniores e adultos em ambiente hospitalar. «Somos um agente modificador nesta missão de valorização e dignificação do papel dos seniores na sociedade. Estamos a mudar a forma como olhamos e cuidamos das pessoas mais velhas e um sorriso faz toda a diferença. Neste Natal, queremos encher os nossos hospitais com milhões de sorrisos!», explica Jorge Rosado, Doutor Palhaço Risotto da associação.



Mundo pais & filhos

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

Pepsi Café está a chegar

15-12-2019



Tem o dobro da cafeína de uma lata normal de Pepsi e promete dar a energia necessária para ultrapassar aquela quebra típica do período pós-almoço. A nova Pepsi Café é a resposta da marca da PepsiCo a uma tendência que se tem vindo a acentuar: a procura por bebidas que acrescentem algo à vida dos consumidores.

Pepsi Café apresenta-se como uma combinação do sabor forte do café Arabica e da sensação de frescura da Pepsi. Tem lançamento marcado para Abril do próximo ano, no mercado norte-americano, sendo que deverá chegar em duas variedades - Original e Baunilha.

«Sabemos que os consumidores de hoje procuram produtos que respondam às suas necessidades de energia, indulgência e frescura para durante a tarde. Na Pepsi, conhecemos o potencial de misturar cola e café há anos e, depois de encontrarmos o equilíbrio perfeito, mal podemos esperar para apresentar Pepsi Café», conta Todd Kaplan, VP Marketing da Pepsi.

O mesmo responsável adianta que a novidade deverá agradar a fãs de cola mas também consumidores de café gelado ou pessoas que precisem de uma dose extra de cafeína.

Também esta semana a Nestlé anunciou o lançamento de uma água com cafeína e de uma linha de água funcionais, com minerais como zinco ou magnésio.



Mundo pais & filhos

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

Primeira loja Happy Socks em Portugal abre no Chiado

19-12-2019



Em plena época natalícia, a

Happy Socks

abre a primeira loja oficial em Portugal. No número 41 da rua Garret, as meias mais divertidas do mundo têm agora morada permanente em pleno coração de Lisboa.

Na

Happy Socks

do Chiado está atualmente em destaque na coleção

Naughty or Nice

, protagonizada por Macaulay Culkin, o eterno "Sozinho em Casa", com padrões natalícios e perfeitos para mostrar que as meias afinal não são aborrecidas! Na loja estão também as coleções mais emblemáticas da marca, como a coleção Pink Pattern, Beatles e Rolling Stones.

A magia da

Happy Socks

nasceu na Suécia, num dia cinzento de abril de 2008, com o principal propósito de espalhar felicidade ao tornar um essencial do dia a dia numa peça de design colorido, com alta qualidade, habilidade e criatividade. A marca abre assim a primeira loja em Portugal, trazendo mais cor e diversão à baixa de Lisboa.



Mundo pais & filhos

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

Sumol e a Telepizza vão de Interrail

21-12-2019



"Quem tem boca vai à Europa", com a Sumol e a Telepizza. Trata-se de um passatempo conjunto das marcas, no qual oferecem, quinzenalmente, um bilhete duplo para um Interrail, na Europa. Para comunicá-lo, criaram uma campanha que vai estar presente em mupis, digital e pontos de venda.

Até dia 2 de fevereiro, nas 132 lojas da Telepizza, na compra de uma pizza - média ou familiar - com uma garrafa de 1,5 litros de Sumol, os jovens entre os 16 e os 27 anos ficam habilitados a ganhar um dos oitos bilhetes duplos para um Interrail, na Europa.

Para participar, é também necessário fazer-se o registo no site e o upload de cada talão de compra, sendo que os prémios "serão ganhos por ranking de pontos - atribuídos por talões de compra". Cada vencedor recebe dois Interrail Global Jovem para sete dias de viagem, num mês, em 2.^a classe.
