



Mundo pais & filhos

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

Compal inicia construção de duas escolas em Moçambique

08-08-2019



As vendas do néctar Compal Terra, lançado no âmbito da iniciativa 'Ajude-nos a Ajudar Moçambique', criada em parceria com a ONG Apoiar e a SIC Esperança, vão permitir reconstruir e equipar duas escolas em Moçambique. A marca iniciou a construção esta semana e prevê um benefício de 1541 crianças quando as escolas estiverem em pleno funcionamento.

Numa nota enviada às redações, a Compal diz que, "em Moçambique, o ano escolar começou em fevereiro e, após a devastação causada pelo furacão Idaí, as crianças da escola da Marcação já estão a utilizar as novas salas de aula, numa escola recém-construída, dando continuidade a um ano escolar com renovada esperança e normalidade. A Escola da Marcação é a primeira escola a ser reconstruída através do projeto Compal 'Ajude-nos a Ajudar Moçambique'".

Recorde-se que, no âmbito desta iniciativa, por cada embalagem de néctar Compal da Terra vendida, a marca Compal comparticipa com 1 euro para apoiar o projeto de reconstrução das escolas de Moçambique.

"A solidariedade dos portugueses está a ditar o sucesso deste projeto, que já conseguiu iniciar as obras de requalificação da Escola da Marcação. O teto antes sem proteção está agora coberto, as estruturas frágeis dos pavilhões foram reforçadas e as crianças podem voltar à sua rotina. Uma conquista para esta região que vê a normalidade do dia-a-dia regressar aos poucos", diz ainda a Compal.

A Compal diz ainda que as obras de reconstrução das escolas devem terminar em setembro.

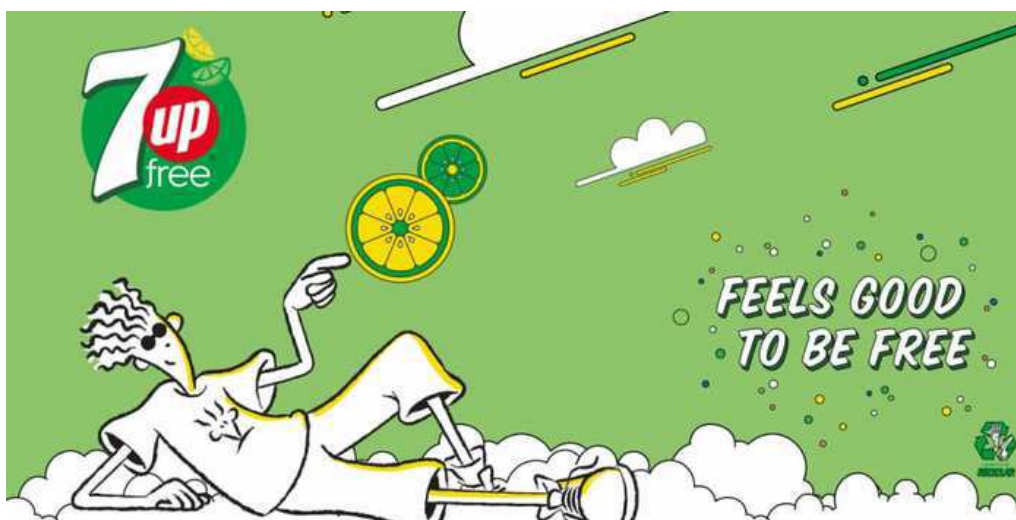


Mundo pais & filhos

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

Mascotes podem influenciar o sucesso de uma marca

26-08-2019



Já pensou na influência que mascotes como a Popota do Continente, o Fido Dido da 7Up ou o cão da Fidelidade têm? Segundo um estudo da System1, reportado pela Adweek, estas personagens fictícias contribuem positivamente para a eficácia das marcas a que estão associadas.

Tendo por base dados do mercado britânico de 2017 e 2018, o estudo revela que campanhas que incluam uma mascote apresentam uma probabilidade 37% superior de aumentar a sua quota de mercado. As campanhas com mascotes também têm uma probabilidade 27% maior de melhorar os ganhos por cliente, verificando-se ainda um aumento de 30% relativamente a lucros.

A System1 alerta, porém, que as mascotes poderão estar a morrer: o número de campanhas inscritas nos Effectiveness Awards do Institute of Practitioners in Advertising (Reino Unido) com mascotes caiu de 41% em 1992 para 12% em 2018. Nos EUA, o mesmo estudo indica que apenas 4% dos anúncios recorreram a mascotes no ano passado.







Mundo pais & filhos

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

Portugal aperta regras da publicidade para crianças

21-08-2019



Refrigerantes, bolachas, bolos e leite com chocolate são alguns dos produtos banidos da publicidade destinada a crianças com menos de 16 anos. A partir de Outubro, as marcas encontrarão novas restrições na publicidade a produtos prejudiciais para a saúde dos mais novos, de acordo com uma tabela publicada hoje em Diário da República.

Segundo a TSF, a tabela define o perfil nutricional dos alimentos e bebidas com publicidade dirigida a crianças, tendo por base as orientações da Organização Mundial de Saúde e a legislação europeia. Surge no seguimento da lei aprovada em Abril, segundo a qual a Direcção-Geral da Saúde deveria identificar os produtos com elevado valor energético, teor de sal, açúcar, ácidos gordos saturados e ácidos gordos "trans".

Maria João Gregório, directora do Programa Nacional para a Promoção da Alimentação Saudável (PNPAS), adianta que as categorias mais atingidas pelas novas restrições são também, provavelmente, as que mais publicitam. Citada pela mesma estação de rádio, ressalva que a medida diz respeito somente aos anúncios dirigidos a crianças.

Caso um chocolate ou barra energética tenha mais de 40 kcal, mais de cinco gramas de açúcar ou 1,5 gramas de ácidos gordos saturados por cada 100 gramas, será impedido de protagonizar anúncios em programas infantis, por exemplo. De fora ficam também os programas genéricos cuja

audiência seja superior a 25% de jovens com menos de 16 anos, os cartazes perto de escolas ou parques infantis, entre outros.

Mas, atenção, estes limites correspondem somente a estes produtos, tendo sido definidos valores diferentes para cada categoria de alimentos ou bebidas. Os iogurtes, por outro lado, apresentam valores limite mais elevados do que chocolates, bolachas ou bolos.
