

CERCHI UNA CASA? UN UFFICIO? UNA CASA VACANZA? LAVORO? AUTO? O ALTRO? VUOI PUBBLICIZZARE UN AVVENIMENTO? CLICCA SUBITO QUI E INSERISCI GRATIS I TUOI ANNUNCI SU MARKETPRESS

GIOVEDÌ

PAGINA 1 PAGINA 2 PAGINA 3 PAGINA 4 PAGINA 5 PAGINA 6 MODA E TENDENZE ALIMENTAZIONE

Come aprire la tua agenzia?
 "Scopri cosa devi sapere quando apri la Tua agenzia di assicurazioni..."

Notiziario Marketpress di Giovedì 16 Giugno 2011

REGIONE SICILIA: IL PATTO DELLA SPREMITA DI LOMBARDO E CALDEROLI PER LE ARANCE ROSSE

Roma - Il patto della spremuta, l'ha chiamato con tono gioviale, il ministro per la Semplificazione Roberto Calderoli. Il presidente della Regione Siciliana, Raffaele Lombardo, infatti, ha donato ieri, a Roma, al ministro, la spremiagrumi della Oranfresh. Una macchina "made in Sicily" per spremute di arance

DANONE SCEGLIE L'UMBRIA COME MODELLO DI VITA SANA

Per tutto il mese di giugno in circa 600 punti vendita della Grande Distribuzione italiana un'operazione nazionale nata dalla sinergia tra Danone e il Consorzio Umbriabenessere. Vitasnella mette in palio 50 soggiorni benessere in Umbria. Da sempre impegnata nella nutrizione e nell'alimentazione con benefici salutistici, Danone, leader mondiale nella produzione e commercializzazione di yogurt e altri prodotti lattieri freschi (Actimel, Activia, Danacol, Danaos, Danette, Danito e Vitasnella, Danone), di nutrizione infantile (Mellin) e di nutrizione clinica (Nutricia S.p.a.), ha scelto di legarsi alla regione Umbria, e in particolare alle strutture del consorzio Umbriabenessere, per una operazione nazionale che promuova il benessere psicofisico in tutte le sue declinazioni: alimentazione sana, ambiente e paesaggio, intrattenimenti e attività motorie in mezzo alla natura, relax, gli ingredienti principali del cosiddetto "stile Umbria". La prima grande azione promozionale, nata dalla partnership tra la multinazionale francese e il primo consorzio umbro dedicato al benessere, è legata ai marchi Vitasnella e Licya e si svolgerà fino al 30 giugno in oltre 600 punti di vendita della Gdo (Grande Distribuzione Organizzata). La scelta di Danone rappresenta un grande riconoscimento per Umbriabenessere, il consorzio umbro dedicato al benessere, che è nato nel 2007 con la caratteristica innovativa del "club di prodotto" con l'obiettivo di promuovere sui mercati nazionali ed internazionali un'offerta integrata che punti sul plus benessere combinato con il concetto di buon vivere. Non soltanto benessere dei trattamenti estetici e termali, quindi, ma cultura alimentare di qualità e un ambiente naturale altamente godibile e rasserenante.

DANONE SCEGLIE L'UMBRIA COME MODELLO DI VITA SANA Per tutto il mese di giugno in circa 600 punti vendita della Grande Distribuzione italiana un'operazione nazionale nata dalla sinergia tra Danone e il Consorzio Umbriabenessere. Vitasnella mette in palio 50 soggiorni benessere in Umbria. Da sempre impegnata nella nutrizione e nell'alimentazione con benefici salutistici, Danone, leader mondiale nella produzione e commercializzazione di yogurt e altri prodotti lattieri freschi (Actimel, Activia, Danacol, Danaos, Danette, Danito e Vitasnella, Danone), di nutrizione infantile (Mellin) e di nutrizione clinica (Nutricia S.p.a.), ha scelto di legarsi alla regione Umbria, e in particolare alle strutture del consorzio Umbriabenessere, per una operazione nazionale che promuova il benessere psicofisico in tutte le sue declinazioni: alimentazione sana, ambiente e paesaggio, intrattenimenti e attività motorie in mezzo alla natura, relax, gli ingredienti principali del cosiddetto "stile Umbria". La prima grande azione promozionale, nata dalla partnership tra la multinazionale francese e il primo consorzio umbro dedicato al benessere, è legata ai marchi Vitasnella e Licya e si svolgerà fino al 30 giugno in oltre 600 punti di vendita della Gdo (Grande Distribuzione Organizzata). La scelta di Danone rappresenta un grande riconoscimento per Umbriabenessere, il consorzio umbro dedicato al benessere, che è nato nel 2007 con la caratteristica innovativa del "club di prodotto" con l'obiettivo di promuovere sui mercati nazionali ed internazionali un'offerta integrata che punti sul plus benessere combinato con il concetto di buon vivere. Non soltanto benessere dei trattamenti estetici e termali, quindi, ma cultura alimentare di qualità e un ambiente naturale altamente godibile e rasserenante.