



**FASSINO: L'HO TROVATA ALL'AUTOGRILL**  
La dolce storia con la sua cagnolina

**1 EURO**



Presse Index  
Diretta da Sandra Mayer

programmi TV fino all'8 maggio

**IL DINOSAURO BUONO che viveva in Italia**  
**DA STACCARE**



suo unico colpo di testa



**ELISABETTA**  
fuggì dal Palazzo con un bel soldato



**ARTRICARDIA** Fate da soli i primi soccorsi

dopo il successo di Hillary



La moglie



L'ex amante

**IN CASA CLINTON TORNA L'INCUBO di Monica Lewinsky**



**SI CONFESSA IAGO GARCIA VINCITORE DI "BALLANDO CON LE STELLE"**

**Grazie a Milly Carlucci, io e Samanta Togni ci amavamo per due minuti**







Dipiù (ITA)

Paese: it

Pagina: 160

Readership: 2318000

Diffusione: 534115

Tipo media: Settimanale



► 09 Maggio 2016 - 60018

# NEWS

## DALLE AZIENDE

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

### Patate: fonte di potassio, perfette per il benessere

Un'alimentazione attenta e diversificata in base al proprio stile di vita è fondamentale per il raggiungimento di un benessere ottimale. Da questo punto di vista, un alimento importante per l'organismo è il potassio, sale minerale che agisce sul metabolismo, regola la pressione sanguigna attraverso l'eliminazione del sodio, e favorisce la contrazione muscolare perché coinvolto nei



processi di trasmissione dell'impulso nervoso. Il potassio contribuisce inoltre al corretto funzionamento della digestione e dei movimenti intestinali, evitando fastidi come gonfiore e acidità. È molto importante, quindi, seguire una dieta ricca di questo sale minerale, in modo da evitare la perdita di potassio nell'organismo. La patata è sicuramente un alimento ricco di potassio: una porzione da 200 gr. di patate ne garantisce un apporto pari al 57% del VNR (Valore Nutritivo di Riferimento giornaliero di un adulto medio), dato importante considerando che le patate si consumano cotte e che di solito la cottura tende a diminuire il valore nutritivo. Anche per questo motivo, le patate si attestano come un prezioso tubero dall'elevato valore nutritivo: fonte primaria di carboidrati, ma con ridotto apporto calorico, sono inoltre ricche di vitamine e sali minerali, preziosi per il corretto funzionamento dell'organismo e il benessere quotidiano. Selenella è la patata 100% italiana fonte naturale di selenio, carboidrati, vitamine e sali minerali, tra cui il potassio, perfetta per il benessere.

### NATURALINE

Dall'incontro fra natura, scienza e cosmesi, fiorisce la bellezza green. In esclusiva nei punti vendita Conad, arriva Naturaline, la linea di cosmesi low cost, totalmente naturale, frutto della più avanzata ricerca cosmetica svizzera. I prodotti sono a base di componenti vegetali purissimi, molti dei quali provenienti da agricoltura biologica, e oli essenziali naturali. Sono dermatologicamente testati, privi di coloranti, profumi sintetici e garantiti ECOCERT. Linea Corpo Per una pausa rilassante e rivitalizzante, prova i Gel doccia Naturaline. La Crema Fluida Corpo, arricchita con Menta e Bambù, ristabilisce l'equilibrio idrolipidico e la naturale elasticità dell'epidermide, mentre il Burro Corpo, con prezioso Olio di Argan e Guaiava, nutre e rigenera le pelli secche. La formula nutriente della Crema Mani, con Olio di Mandorle, e la Crema Piedi, con Burro di Karité, donano naturale idratazione e morbidezza alla pelle.



### IL CASUAL CHIC DI RONNIE KAY NUOVO PIANO DI SVILUPPO DEL BRAND

La generazione "digital native" cresce, e Ronnie Kay, si evolve. A quattro anni dal suo debutto, il marchio di kidswear Ronnie Kay, nato per esaudire i desideri della "gang smart", la tribù della digital generation cresce, e cambia pelle. Pronto a seguire le nuove tendenze e aspirazioni del suo pubblico di riferimento e di allargare i propri orizzonti distributivi, Ronnie Kay dalla prossima stagione diventerà protagonista di un nuovo progetto del Gruppo Fratelli Casillo. "L'obiettivo della nuova strategia aziendale", dice il Signor Carlo Casillo A.d. del Gruppo, "è quello di creare un prodotto adatto ad un pubblico più internazionale, appetibile all'intero mercato europeo, attraverso un percorso stilistico che prevede



una collezione dal look più raffinato, pulito e formale che noi amiamo definire CASUAL-CHIC. Tale cambiamento, ci permetterà di intraprendere un nuovo percorso distributivo che ci posizionerà nel segmento così detto premium, e ci darà l'accesso ai più importanti department store europei e d'oltre oceano. Allo scopo di sostenere il progetto l'azienda si avvarrà della consulenza congiunta di due professionisti del settore quali il dottor Carlo Canelli e il dottor Salvatore Napolitano per la divisione commerciale, portatori di nuovi stimoli e idee, atte ad realizzare il nuovo piano di sviluppo del brand. Questo sono le premesse per il nuovo corso del marchio che tornerà ad esporre a Firenze in una "due-giorni" di happening e show per la presentazione al mercato della rinnovata Ronnie Kay. Il cambiamento sarà sostenuto da una strategia di comunicazione che prevede campagne pubblicitarie rivolte al consumatore finale e agli operatori del settore, sia su carta stampata che su affissioni e sul web.

### Al via la campagna informativa "Lenti a Contatto: dai libertà alla tua vista" promossa da Assottica Gruppo Contattologia

Il 21 marzo, in 1.000 centri ottici in Italia ho avuto inizio la campagna informativa "Lenti a Contatto: dai libertà alla tua vista" rivolta ai potenziali portatori, promossa da Assottica Gruppo Contattologia. Scegliere di utilizzare le lenti a contatto è semplice, ma non banale. Per il portatore il supporto del contattologo è importante per individuare il tipo di lenti, acquisire familiarità con le manovre di applicazione e rimozione, conoscere le regole di manutenzione ed essere seguito nel tempo.



Contact Hero, il supereroe/mascotte della campagna, guiderà e accompagnerà il pubblico alla scoperta del mondo delle lenti a contatto. Tipologia delle lenti disponibili, che oggi sono in grado di correggere tutti i difetti visivi, la loro durata, tanti consigli utili sul loro utilizzo, e cosa è importante sapere per la loro corretta gestione sono alcuni degli argomenti toccati. È possibile ricevere il materiale informativo della campagna recandosi in uno dei centri ottici il cui elenco è consultabile su [www.assottica.it](http://www.assottica.it). La campagna è promossa su web con 3 cartoni, con protagonista Contact Hero, che propogano, in chiave ironica e divertente, situazioni in cui le lenti a contatto rappresentano un reale vantaggio per i portatori (i video sono visibili sul sito [www.assottica.it](http://www.assottica.it)).