

MIGUELÁÑEZ PONE EN MARCHA LA CAMPAÑA “JELLYPACK SOLIDARIO”

- Donará a la Fundación Theodora 0.10 € por cada “jellypack” vendido hasta el 6 de enero.
- Desde la web www.sonrisasdulces.com pretende concienciar a la población sobre la realidad de los niños hospitalizados y conseguir su implicación en la campaña.

21 de octubre de 2010.- Migueláñez, empresa española líder en el sector de los dulces y la confitería, ha presentado una campaña solidaria para llevar sonrisas a niños hospitalizados. Desde hoy y hasta el 6 de enero de 2011 pondrá a la venta el “**jellypack solidario**”, similar a los tradicionales *jellypacks* de la marca pero con la particularidad de que **0,10 € de su importe se destinarán a la Fundación Theodora**, que trabaja desde hace 10 años en España organizando y sufragando las visitas de los Doctores Sonrisa (artistas profesionales) a los pequeños y sus familiares.

En línea con el compromiso de Migueláñez por ofrecer al consumidor productos cada vez más saludables, el “jellypack solidario” contiene 200 gramos de la línea de caramelos blandos o *jellies* de mejor calidad del mercado: sin colorantes artificiales, con el 10 % de concentrado de zumo de fruta, sin grasa y sin gluten, lo que la convierte además en un producto apto para celíacos.

El producto “solidario” se distingue porque en su etiquetado aparecen claramente destacadas las palabras “Jellypack solidario”, los logotipos de Migueláñez y de la Fundación Theodora y la cifra “0.10 €” en color naranja y tamaño grande. Entre las seis variedades de caramelos blandos ofertados se encuentran los típicos “corazones”, “ositos” o “besos”.

La venta directa del “jellypack solidario” es uno de los pilares en los que se apoya la campaña solidaria puesta en marcha por Migueláñez. Durante el tiempo en que estará a la venta (hasta el 6 de enero de 2011) la empresa prevé al menos igualar el número de unidades vendidas en el mismo período de 2009, alrededor de 400.000.

Sensibilizar a la sociedad, objetivo fundamental.

La campaña solidaria se complementa con un spot que pretende sensibilizar a la sociedad sobre la situación de los niños enfermos y solicitar su colaboración para divulgar la iniciativa entre la mayor cantidad de gente posible. El spot se podrá ver en Internet, en la web www.sonrisasdulces.com, y se podrá acceder a él desde múltiples canales: correo electrónico, redes sociales (Facebook, Twitter) plataformas de vídeo online, etc. Cuantas más personas visiten la web, vean el spot y lo reenvíen, mayor será el importe de la donación de Migueláñez a la Fundación Theodora al concluir la campaña solidaria.



“Al margen de comprometernos a destinar 0,10 céntimos del importe de cada jellypack, nos parece fundamental que la gente participe, entre en www.sonrisasdulces.com, se acerque a la realidad de los niños enfermos, compruebe que todos podemos echar una mano y comparta con sus amigos, conocidos, colegas, etc. esta experiencia solidaria”, comentó Mario Migueláñez, director general de Migueláñez. “Queremos alcanzar un mínimo de 300.000 clicks, cada uno de los cuales tendrá un valor de 0,05 céntimos”.

La Fundación Theodora trabaja desde hace 10 años para aliviar el sufrimiento de los niños hospitalizados a través de la risa. Para ello, organiza y sufraga las visitas de los Doctores Sonrisa, artistas profesionales, a los niños hospitalizados. Este trabajo no tiene coste alguno para los hospitales, si no que se sufraga con la colaboración de patrocinadores y empresas colaboradoras. *“Por ello- señaló Javier Tejero, director de la Fundación Theodora- iniciativas como ésta son imprescindibles, más aún cuando no sólo se colabora económicamente, si no que se pretende sensibilizar a la sociedad sobre la realidad de los niños hospitalizados. En este sentido, os animamos a todos a visitar la página web www.sonrisasdulces.com. Entre todos podemos aportar nuestro granito de arena para hacer que el día a día de los pequeños pacientes y sus familiares sea más agradable”*

ACERCA DE MIGUELÁÑEZ “GENTE DULCE”.

Migueláñez es la compañía española líder en el sector de los dulces y la confitería, y actualmente comercializa una gama de productos entre los que se encuentran jellies, chocolates y bombones, caramelos o juguetes. Más recientemente, el Grupo Migueláñez también ha comenzado a comercializar frutos secos y salados bajo la marca Picotadas. Para más información www.miguelanez.com También puedes seguirnos en Facebook Golosinas Migueláñez y Twitter @miguelanez

Para más información, imágenes o entrevistas:

Cristina Bazal / María Fernández

T. 91 577 5715. M. 620 993 414.

comunicacion@miguelanez.com

comunicacion2@miguelanez.com

ACERCA DE FUNDACIÓN THEODORA, SONRISAS PARA NIÑOS HOSPITALIZADOS

El objetivo de la Fundación Theodora es humanizar la estancia hospitalaria de los niños, niñas y adolescentes a través de la risa. Para ello organizan y sufragán las visitas de los Doctores Sonrisa, artistas profesionales formados por la fundación, a los niños ingresados en los 20 hospitales en los que trabaja. Actualmente, 26 Doctores Sonrisa de la Fundación Theodora visitan a más de 50.000 niños al año.

Para más información, imágenes o entrevistas:

Eva M^a Gómez Arribas

T. 91 400 92 07

eva.gomez@theodora.org