

## Acciones de Miele

Desde hace tres años y con la colaboración de Miele la Fundación Síndrome de Down de Madrid (FSDM) desarrolla el Programa Domus, que consiste en ayudar a que jóvenes con discapacidad intelectual puedan llevar una vida autónoma. En concreto, Miele equipa con sus electrodomésticos el Centro de Programas y Servicios y los pisos de los que dispone la fundación.



Por otro lado, bajo la premisa "¿Cómo combinarías unas setas, una lubina y unas alcachofas?" Miele y Cosmopolitan TV han iniciado un concurso que premia las recetas más imaginativas. Paco Roncero y Dani García, dos jurados de renombre galardonados ambos con Estrella Michelin, han sido los encargados de elegir las seis mejores recetas. Éstas han resultado ganadoras de un exclusivo curso de cocina impartido por Paco Roncero en el Taller Innova del Casino de Madrid, que está equipado con exclusivos electrodomésticos Miele. Asimismo, todos los participantes recibirán un recetario "Repostería y Asados. El placer de cocinar con Miele". Por último, otra de las acciones de la compañía son los talleres culinarios organizados para este primer cuatrimestre por Miele Gallery y que están orientados a los amantes de la gastronomía que quieran conocer a fondo los secretos de la cocina. Cada taller está dirigido por un chef experto y en él mostrará las diferentes técnicas culinarias en la preparación de alimentos utilizando los electrodomésticos Miele.

## "Campaña de instalación gratis" de York



La marca de aire acondicionado York, englobada en el portfolio de la multinacional Johnson Controls, inicia su tradicional "Campaña de instalación gratis" que en esta ocasión comprende sus modelos DBO/M - 627 - BG (2.250 fg), bomba de calor; y DBO/M - 635 - BG (3.000 fg), bomba de calor. Entre otras prestaciones ambos modelos utilizan gas refrigerante ecológico R-410 y son clase A en eficiencia energética. De esta forma, la campaña, que abarca los meses de febrero y marzo y que se llevará a cabo exclusivamente en el canal retail, tiene como objetivo colaborar en la desestacionalización del mercado y hacer llegar al usuario final un producto correcto al precio adecuado.

## Los nuevos hornos pirolíticos Balay se limpian solos

Con el fin de aumentar las ventas de sus nuevos hornos pirolíticos, Balay ha puesto en marcha una nueva y potente campaña de comunicación. La acción en televisión se ve reforzada con una importante presencia en revistas semanales y por una campaña de exterior en marquesinas con las principales ciudades españolas, que transmite de forma alegre y llena de ritmo la principal ventaja de este producto: "Los nuevos hornos pirolíticos Balay, se limpian solos". Como complemento, la compañía ha puesto en marcha una promoción para el usuario final con la que por la compra de cada horno pirolítico Balay regala una exclusiva selección de moldes de silicona para hornear.

## Junkers regala hasta 30 euros por cada caldera

Junkers ha puesto en marcha una nueva promoción para las empresas instaladoras afiliadas a su programa de fidelización Junkers plus. La campaña, que estará en vigor hasta el 30 de abril, consiste en premiar a la empresa instaladora por la compra de cada caldera convencional Junkers con 15 euros y con 30 euros por la compra de cada una de condensación. La mecánica es muy sencilla, sólo se debe enviar la factura por fax al número indicado en las bases de la promoción y en pocos días se recibirá un abono en la tarjeta Visa Junkers plus con el importe correspondiente, para que lo gaste en cualquier establecimiento que acepte dicha tarjeta. El club Junkers plus ofrece diversas ventajas a sus socios, como descuentos en piezas y recambios, así como en viajes, hoteles, alquiler de coches, etc. Más información en [www.junkers.es](http://www.junkers.es).



## Energy Sistem promociona sus libros electrónicos



Energy Sistem lanzó en marzo una nueva campaña publicitaria en la que los libros electrónicos han sido los protagonistas. Así, la firma ha emitido anuncios en las principales cadenas de televisión y patrocinios de programas. Además, ha estado presente en las mejores revistas de canal y público final. Por otro lado, recientemente concluyó la tercera edición del concurso Fama ¡A bailar! que emitía diariamente la cadena de televisión Cuatro. El ganador en la final, vista por 1,7 millones de espectadores, ha sido Jonathan, imagen de la campaña de la Serie 32 de Energy Sistem. Este bailarín, lleno de fuerza y con un punto de locura, aparece en el material promocional que la firma ha creado para promocionar sus reproductores MP4 Serie 32.

