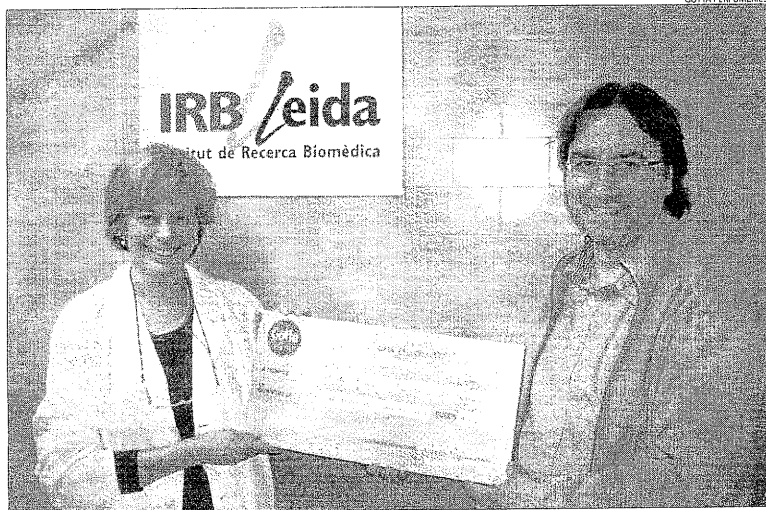


notícies d'empresa



La cadena va entregar els diners recaptats, consistents en un percentatge de les vendes del novembre.

CAMPANYA SOLIDÀRIA DE GOTTA PERFUMERIES

Gotta Perfumeries va fer entrega recentment a l'Institut de Recerca Biomèdica de Lleida d'una aportació econòmica corresponent a la campanya solidària que la firma de perfumeries va posar en marxa durant el passat mes de novembre.

Fruit de la iniciativa solidària, la cadena va aportar al centre un percentatge de les vendes en cremes de tractament

selectiu que es van portar a terme durant el mes de novembre. Els diners recaptats es van canalitzar cap a l'Institut mèdic amb l'objectiu de destinar-los a la investigació en la prevenció i lluita contra el càncer de pell.

A la imatge, el gerent de la cadena Gotta Perfumeries, Carles Caus, fa entrega del xec, per un import de 4.350 euros, a la

doctora Rosa Maria Martí, responsable de l'estudi sobre el càncer de pell.

A més de formalitzar la donació monetària, en el transcurs de l'acte es va procedir a firmar el conveni de col·laboració amb el doctor Xavier Matias Guiu, en qualitat de director científic de l'Institut de Recerca Biomèdica de la ciutat de Lleida.

HONDA VEN 12.000 AUTOMÒBILS A ESPANYA EL 2010

Honda Automòviles España ha tancat l'any 2010 amb unes vendes de 12.026 unitats, xifra que suposa que la marca manté una quota raonable al mercat espanyol de l'1,2%, amb una clara tendència ascendent.

Les vendes del 2010 han tingut com a principal protagonista l'Honda Civic, que quatre anys després del seu llançament continua liderant les matriculacions de la marca amb 4.000 unitats. Per la seua part, el CR-V consolida les seues vendes amb una xifra de 3.600 unitats i reforça la seua destacada posició en

el segment dels SUV mitjans. Però també s'ha de destacar el bon comportament de l'Honda Accord, que ha arribat gairebé a 3.000 unitats i continuarà creixent amb la recent incorporació de la versió dièsel de 180 CV.

Al marge de les xifres, amb el llançament del CR-Z el 2010, Honda ha consolidat la seua estratègia d'híbrids per a tothom i pretén reforçar-la encara més el 2011, quan l'arribada del Jazz Hybrid al maig converteixi Honda en una de les marques del mercat espanyol amb més models híbrids en la seua gamma.



El primer polar amb Gore-Tex reciclat

Especialment concebut per al senderisme, el nou polar Semnoz Light F ZIP de Lafuma destaca per ser el primer que està confeccionat amb Gore-Tex®, creat amb fil de polièster reciclat combinat amb Polartec® Win Pro® 100% polièster. Forma part d'una col·lecció de *trekking* que destil·la estil i sofisticació.

Vichy fa una cadena de la sort

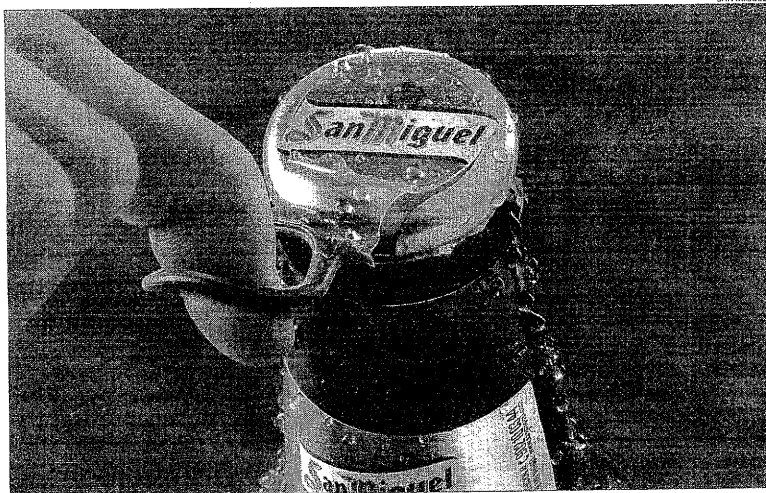
Vichy Catalan convida a sumar-se a la seua cadena de la sort. Només cal connectar-se a www.lasburbujasdelasuerte.com i brindar-hi. Cal pujar-se el vídeo i ajudar així a aconseguir la cadena més gran del món. Com demostren diversos estudis científics, beure aigua mineral natural és beure salut, cosa que aporta bona sort.

Les vendes 'on line' de NH creixen un 40%

Les vendes per Internet de NH Hoteles es van incrementar més d'un 40% durant l'exercici 2010, cosa que ha motivat que la companyia establixi la internacionalització i la gestió 2.0 com a bases de l'estratègia corporativa per al 2011. En aquest exercici, la companyia intentarà obrir-se camí a nous països com Panamà i Colòmbia.

Pugen les matriculacions de VW Audi

Volkswagen-Audi España SA (VAESA), l'empresa propietat del Grup Volkswagen, importadora dels vehicles de les marques Volkswagen, Audi, Škoda i Volkswagen Vehículos Comerciales, va vendre 145.108 vehicles a la Península i les Balears durant l'exercici passat, un 8,7% més que l'any anterior.



San Miguel llança un innovador sistema d'obertura fàcil

San Miguel ha llançat el Canal Alimentació, un innovador sistema d'obertura per a tots els seus formats de quart (*pack* de 6, *pack* de 12 i *pack* de 24 botelles de 25 cl): el tap d'obertura fàcil. Es tracta d'un innovador mecanisme que pretén facilitar el màxim possible l'obertura del producte. San Miguel ha mantingut una aposta constant per la innovació. Fa onze anys, va ser la primera companyia a llançar al mercat una cervesa amb 0,0% alcohol.