

LA DANONE NATIONS CUP Y DECATHLON UNEN SUS FUERZAS PARA LOGRAR EL CAMBIO A TRAVÉS DEL DEPORTE

- Decathlon será el patrocinador oficial de la Final Mundial de la Danone Nations Cup, facilitando las equipaciones de su marca Kipsta para todos los equipos participantes.
- La Danone Nations Cup lanza la campaña #LacesForChange, que consistirá en la venta de cordones especiales en los canales de e-commerce de Decathlon de Francia y España - cuyos beneficios se destinarán al suministro de agua potable y segura a niños de colegios de la India.
- Además, durante la Final Mundial del torneo se llevarán a cabo una serie de activaciones que invitarán tanto a los jugadores como al público a practicar deporte y a aprender sobre la importancia de ser sostenible y cuidar de nuestro planeta



BARCELONA, 12 DE SEPTIEMBRE DE 2019 – La Danone Nations Cup, el mayor torneo del mundo de fútbol alevín, y Decathlon se asocian para llevar a cabo una serie de iniciativas dirigidas a promover que los pequeños practiquen deporte y a facilitar que todos los niños y niñas puedan jugar al fútbol. Iniciada en España durante el torneo nacional de 2019, esta asociación irá un paso más allá en la Final Mundial de la Danone Nations Cup que tendrá lugar en Barcelona el próximo 12 de octubre, en la que más de 700 pequeños futbolistas recibirán su equipación Kipsta antes de los partidos para representar a sus países.

Los consumidores de Francia y España también podrán participar y impulsar un cambio social positivo a través de la iniciativa «Laces For Change», capitalizada a través de la Danone Nations Cup y distribuida a través de las divisiones de Decathlon en Francia y España. Fomentar y permitir que las futuras generaciones practiquen deporte es un objetivo fundamental dentro del mandato de Danone Nations Cup y Decathlon.

LA DANONE NATIONS CUP Y DECATHLON - LOGRAR EL CAMBIO A TRAVÉS DEL DEPORTE

Durante la Final Mundial de este año se llevarán a cabo una serie de actividades dirigidas a informar sobre la importancia de practicar deporte, ser sostenible y cuidar nuestro entorno. Decathlon se encargará de dirigirlas en la Fan Zone establecida en el estadio del RCD Espanyol el 12 de octubre de 2019, en la que se recordará a todos los asistentes la importancia y los beneficios que tiene el reciclaje para nuestra sociedad

#LACESFORCHANGE – UNA INICIATIVA CONJUNTA PARA FACILITAR EL ACCESO AL AGUA

El hecho de que los niños dispongan de acceso a agua potable juega un papel esencial que determinará sus futuros. Aun así, actualmente, una de cada tres escuelas en todo el mundo no dispone de acceso a agua potable. La Danone Nations Cup y Decathlon creen en la importancia del acceso a agua potable y en garantizar que ningún niño se vea obligado a limitar su futuro por ello, es por eso que, las dos entidades han creado un catalizador conjunto: #LacesForChange.



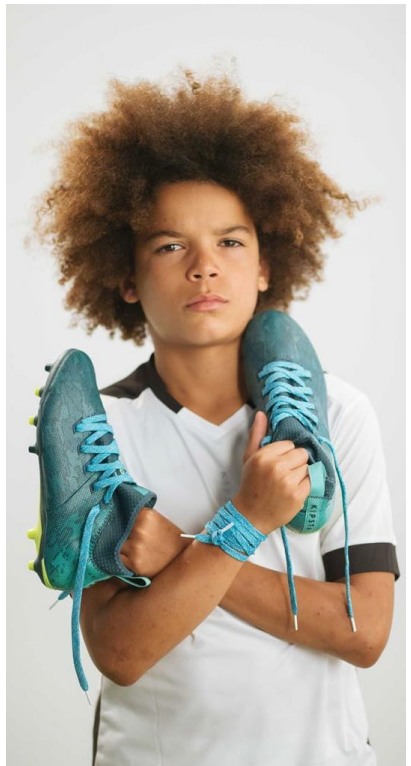
#LacesForChange estará a la venta a través de la página web de Decathlon a partir del 16 de septiembre en España y Francia. Cada compra de un par de cordones, fabricados con botellas de plástico recicladas, ofrecerá acceso a agua potable durante un año a un niño, que podrá proceder de escuelas de cualquier parte de la India. Watering Minds Foundation, cuya misión es ofrecer acceso a agua potable en escuelas de zonas con escasez hídrica, ha sido la encargada de facilitar esta iniciativa.

EDUCAR Y CREAR FUERA DEL TERRENO DE JUEGO

Durante la final mundial, Decathlon llevará a cabo divertidas activaciones, como diseñar los futuros balones de la Danone Nations Cup, enseñar cómo pueden fabricarse camisetas de fútbol a partir de residuos de envases y personalizar botas de fútbol en stands especializados, dirigidas a permitir tanto al público como a los jugadores que su creatividad brille.

« Estamos orgullosos de asociarnos con la Danone Nations Cup; una unión que nace de la pasión mutua que sentimos por hacer que el deporte sea más accesible para todos. En Decathlon creemos firmemente en el poder del deporte como catalizador de inclusión, el trabajo en equipo y la creación de vínculos entre culturas y comunidades. Más que el proveedor oficial de la competición, queremos ser un aliado real de este acontecimiento único, compartiendo sus valores de deportividad, espíritu de equipo y respeto a la vez que ayudamos a descubrir los mejores jugadores de fútbol del mañana.»

Emmanuel CASTIGLIONI
Director de Comunicación de Fútbol de Kipsta



FINAL MUNDIAL DONDE NACIÓ DANONE: BARCELONA

La Danone Nations Cup se ha llevado a cabo en 27 países y ha contado con la participación de una multitud de niñas y niños de entre 10 y 12 años. La doble edición especial de este año culminará con 56 equipos que se enfrentarán en la Final Mundial en Barcelona que se celebrará el 12 de octubre en el RCD STADIUM, estadio del RCD Espanyol. Juntos, la Danone Nations Cup y sus socios jugarán todo el año a fútbol, cambiando el juego y proporcionando un cambio social positivo a través de la acción.

TODA LA ACTUALIDAD DE LA DNC DISPONIBLE EN:

www.danonenationscup.es

facebook.com/DanoneNationsCupEspana youtube.com/danonenationscupes

instagram.com/danonenationscup_esp

PARA MÁS INFORMACIÓN

Christian Martinell / Sara Terradellas
External Communications, GS Iberia
Mobile +34 600 430 904 / +34 662 155 341
christian.martinell@danone.com
sara.terraddellas@danone.com

PARA MÁS INFORMACIÓN (TINKLE)

Oriol Luque
Mobile 600 433 941 / oluque@tinkle.es
Nora Zamora
Mobile 600 462 728 / nzamora@tinkle.es

PARA MÁS INFORMACIÓN (DECATHLON)

Magda Winiarczyk, Xavier Rivoire – media@decathlon.com
Más en www.decathlon.media & www.oneblueteam.com

DANONE NATIONS CUP – UNA EXPERIENCIA PARA CAMBIAR LA VIDA (www.danonenationscup.es)

La Danone Nations Cup se creó en el año 2000 y es considerada el torneo de fútbol más grande del mundo para niñas y niños de 10 a 12 años. Cada año, el torneo comienza en 27 países donde los niños compiten en las ediciones locales del torneo para tener la oportunidad de representar a su país en las finales mundiales en un estadio icónico. La Danone Nations Cup siempre ha sido mucho más que una simple competición de fútbol, permitiendo a los niños de todo el mundo descubrir nuevos lugares y culturas y promover valores como el respeto, el humanismo, el juego limpio y la apertura. Legendarias estrellas del fútbol apoyan la DNC como Carles Puyol o Zinedine Zidane, este último ha estado respaldando la competencia durante más de 15 años. La Danone Nations Cup reveló un nuevo objetivo en 2019: "Play Football, Change The Game". Con estas palabras, el DNC espera inspirar a la generación del mañana a ir más allá y convertirse en ciudadanos del mundo y catalizadores para un cambio social positivo.

ACERCA DE DANONE (www.danone.com)

Con la misión de aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas, Danone se encuentra entre los líderes mundiales de la industria de la alimentación y tiene cuatro líneas de negocio principales: productos lácteos y vegetales, nutrición infantil, aguas y nutrición médica. A través de su misión y de su compromiso con el progreso tanto empresarial como social, la compañía pretende construir un futuro más saludable, a través de una mejor salud, una mejor vida y un mundo mejor para todos sus partners: consumidores, clientes, proveedores, accionistas, sus más de 100.000 empleados y todas las comunidades con las que interactúa. Con productos presentes en más de 130 mercados, Danone alcanzó en 2018 una facturación de 24.700 millones euros. La empresa fue fundada en 1919 por Isaac Carasso en la ciudad de Barcelona, en la que se fabricó el primer yogur para consumo generalizado. En España, Danone da empleo a 2.000 trabajadores, tiene plantas de producción e instalaciones productivas en nueve Comunidades Autónomas y abastece diariamente a 40.000 comercios y más de 11 millones de consumidores. Desde 2016, la división de lácteos de Danone España está certificada como empresa B Corp por cumplir con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad y aspirar a usar el poder del negocio para resolver problemas sociales y ambientales.

ACERCA DECATHLON UNITED (www.oneblueteam.com)

United People of Decathlon

Algunos dicen que Decathlon es el líder mundial en el deporte, ya que ahora se encuentra en 55 países, en los cinco continentes, y emplea a 92 000 empleados.

Esa no es la forma en que las personas Decathlon, llamadas Decathlonians, se ven a sí mismas.

Ellos se consideran ambiciosos y aventureros en un mundo que evoluciona cada día.

Se hacen llamar compañeros de equipo con un chaleco azul reconocible en todo el mundo. Se centran en hacer que el deporte sea accesible para muchos, al concebir, crear, producir y distribuir productos y servicios deportivos innovadores a un precio asequible.

Creen en las acciones locales, ancladas en cada ciudad, distrito y vecindario, dirigidas por personas apasionadas como ellos mismos, pero que trabajan con sus socios locales, en cualquier lugar y en cualquier momento. También creen que el deporte puede cambiar el mundo al acercar a las personas, a mejorar la salud, a jugar en un mundo. También creen que Decathlon es único en su fuerza de voluntad para poner a su gente en el centro de todo.