

Danone lanza un nuevo lema corporativo: «One Planet. One Health» con un llamamiento a la “Revolución de la Alimentación”

- **Danone, uno de los líderes mundiales de la alimentación, lanza un nuevo lema corporativo que refleja su visión de que nuestra salud está vinculada y es interdependiente de la salud de nuestro planeta.**
- **«One Planet. One Health» es un llamamiento a todos los consumidores y a todos aquellos implicados en el ámbito de la alimentación, a tomar parte en la “Revolución de la Alimentación”, un movimiento cuya finalidad es fomentar la adopción de hábitos alimenticios más sostenibles y saludables.**

París, Francia — 26 de junio de 2017 — El logo renovado y el lema «One Planet. One Health», expresan la ambición de Danone de volver a conectar a las personas con la comida que consumen. Más humana en su naturaleza, la identidad de marca de la empresa transmite un nuevo optimismo, encarnando un cambio positivo sin abandonar el espíritu pionero que ha caracterizado a la empresa desde su creación. En 1972, así lo plasmaba en un discurso el primer presidente de Danone, Antoine Riboud: «Solo existe una tierra, solo vivimos una vez». Con esas palabras se iniciaba una nueva misión que aún perdura: Aportar salud por medio de nuestra empresa y su ecosistema a nuestro planeta y a generaciones de personas, tanto hoy como en el futuro.

El lema «One Planet. One Health» marca una nueva etapa en los esfuerzos de Danone para convertirse en un catalizador de la Revolución de la Alimentación y pretende animar a los consumidores y a todos los organismos implicados en el mundo de la alimentación a sumarse a este movimiento. La “Revolución de la Alimentación” se inspira en las personas a las que les importa de dónde viene lo que come: cómo se ha cultivado, cómo ha llegado a su plato y el impacto que tiene sobre su salud y la del planeta. Las empresas globales de alimentación y minoristas pueden desempeñar un papel esencial en esta revolución a través de una transformación de sus modelos empresariales, alejándose de los sistemas alimentarios estandarizados y dando un giro hacia nuevos modelos basados en dietas locales y fomentando modelos de abastecimiento locales.

Tal y como declaraba Emmanuel Faber, director general de Danone, «en Danone, creemos que cada vez que comemos y bebemos, podemos votar por el mundo que queremos. Es la esencia de la Revolución de la Alimentación, un movimiento que aboga por la adopción de medios más sostenibles y saludables de diseñar, producir y comercializar alimentos. Estamos convencidos de que unirse a este movimiento es la mejor manera de asegurar el éxito de nuestro negocio a largo plazo. Nos hemos comprometido a transformar de forma drástica nuestras actividades para darles un enfoque más local, cuidadoso con el medio ambiente, inclusivo y transparente, como requisitos fundamentales para alcanzar nuestro objetivo de un crecimiento rentable, fuerte y sostenible. Asumiendo nuestra responsabilidad como empresa alimentaria global y reconociendo que no somos perfectos y que aún queda mucho por hacer, hacemos un llamamiento a otros colaboradores de los ecosistemas de la agricultura y de la alimentación a sumarse a nuestros esfuerzos para lograr un futuro saludable. Asimismo, queremos invitar a los consumidores a tomar sus decisiones de consumo de manera consciente. Nuestro nuevo lema corporativo: «One Planet. One Health» es la expresión misma de nuestros esfuerzos y de nuestra ambición de liderar esta “Revolución de la Alimentación” junto con nuestros consumidores, clientes y los numerosos otros actores implicados».

La nueva identidad corporativa será presentada el 7 de julio de 2017 y adoptada por las diferentes marcas de Danone a partir de 2018.

Sobre Danone:

Danone, con su apuesta de aportar salud a través de los alimentos al mayor número de personas posible, es uno de los líderes mundiales de la alimentación, cuyo negocio se basa en cuatro líneas: Productos lácteos frescos y productos a base de plantas, Nutrición infantil, Aguas y Nutrición médica. Mediante su misión y su doble compromiso con el éxito empresarial y el progreso social, la finalidad de la empresa es construir un futuro más sano, gracias a una mejor salud, a una mejor vida y a un mundo mejor para todas las partes involucradas: sus 100.000 empleados, clientes, consumidores, proveedores, accionistas y todas las comunidades con las que interactúa. Presente en más de 130 mercados, las cifras de ventas de Danone han ascendido a más de 22.000 millones de euros en 2016. La cartera de marcas de Danone incluye tanto marcas internacionales (Activia, Actimel, Danette, Danonino, Danio, evian, Volvic, Nutrilon/Aptamil, Nutricia) como locales (Oikos, Prostokvashino, Aqua, Bonafont, Mizone, Blédina, Cow & Gate). Además de cotizar en el Euronext París y en el mercado OTCQX a través de un programa ADR (American Depositary Receipt), Danone está bien posicionado en los principales índices de sostenibilidad, incluidos el Dow Jones Sustainability Index, Vigeo, Ethibel Sustainability Index, MSCI Global Sustainability, MSCI Global SRI index y el FTSE4Good Index.

Para más información (Tinkle):

Lorena Corfas | lcorfas@tinkle.es | 630 043 239 |

Marta Moya | mmoya@tinkle.es | 600 43 39 41 |