

Más de 4.000 personas participan de las actividades relacionadas con el centenario de Danone en el Disseny Hub Barcelona

- **“The Love Behind Food”, el evento con el que Danone ha celebrado sus cien años en el Disseny Hub de Barcelona, se ha cerrado con más de 4.000 participantes, entre ellos 1.800 niños.**
- **Cuatro agencias (Food Republik, UnitElements, Mediacom y Onion) contribuyeron al éxito de la activación, que incluyó dos días de ponencias y debates, talleres para niños y una exposición sobre los primeros 100 años de la compañía.**

Barcelona, 18 de junio. – Danone ha celebrado su centenario con “The Love Behind Food”, una iniciativa de la que participaron más de 4.000 personas y que reunió a stakeholders y líderes de opinión como Andre Agassi, Carles Puyol o Carme Ruscalleda, junto a los principales directivos de la compañía. El eje de este evento, que tuvo lugar en el Disseny Hub de Barcelona, era el futuro de la alimentación, la salud y el planeta. Y, para llevarlo a la práctica, cuatro agencias trabajaron mano a mano, formando un equipo de más de 20 personas, a las que se sumaron más de 40 *Danoners*, tanto de la filial española como mundial.

“Para celebrar nuestro centenario quisimos proponer un evento que mirara hacia el futuro”, explica Cristina Kenz, Vicepresidenta de Marketing de la división de lácteos y productos de origen vegetal de Danone Iberia. “No queríamos centrarnos en la nostalgia sino en la visión hacia el futuro, ya que, aunque hayan pasado cien años, en Danone seguimos trabajando con el mismo espíritu y propósito que llevaron a Isaac Carasso a apostar por el yogur para ayudar a cuidar de la salud de las nuevas generaciones. Un evento tan ambicioso como “The Love behind food” no habría sido posible sin la implicación y el compromiso de las agencias y los equipos que nos han acompañado en esta aventura”, concluye Kenz.

Gracias a la colaboración con el Barcelona Centre de Disseny, Disseny Hub Barcelona fue el espacio elegido para la celebración de este aniversario. Isabel Roig, Directora General del BCD, señala que “ha sido un orgullo albergar la celebración del centenario de una compañía como Danone, colaborando en la organización de la exposición de The Love Behind Food”. La compañía y el BCD han suscrito recientemente un acuerdo de colaboración a través del cual Danone se ha incorporado como socio protector de la entidad. Roig considera que “este tipo de iniciativas fomentan unos valores muy positivos en la sociedad y, en especial, en las nuevas generaciones que compartimos plenamente. Esperamos seguir colaborando con Danone en iniciativas como estas.”



Cuatro agencias con un objetivo común

Food Republik, ha sido la agencia encargada del concepto y diseño de los 100 años Danone. “The Love Behind Food” ha contado con diferentes espacios y actividades enfocados a reimaginar la relación entre la alimentación y la cultura, la educación, la salud y la sostenibilidad. Todo ello a través de la organización de una serie de conferencias y actividades dedicadas a promover una alimentación más saludable y sostenible para las próximas generaciones. La agencia se ha encargado de diseñar el conjunto de espacios de “The Love Behind Food”, entre ellos, la exposición sobre los cien años de historia de la compañía; los *Labs*, talleres para más de 1.800 niños y niñas en los que han aprendido sobre el origen de los alimentos, el buen hábito de prepararse un desayuno saludable, y el valor de la circularidad, en colaboración con Marina; o “The Love Behind Food 2049”, una cápsula del tiempo una que Danone abrirá en el 2049 con la ilusión de saber si se han cumplido los deseos que han pedido al futuro los visitantes a estos 100 años Danone.

La agencia de eventos y comunicación Unit Elements ha organizado la logística de la celebración del centenario de Danone, incluyendo la gestión del alojamiento y los traslados de más de 230 asistentes, así como la coordinación del personal de apoyo en diferentes puntos clave como el aeropuerto, la estación de tren y los hoteles y la producción y coordinación de la rueda de prensa del evento a la que asistieron más de 50 periodistas locales e internacionales. Unit Elements ha sido también la artífice y gestora de la página web [The Love Behind Food](#), y se ha encargado del diseño y la gestión de la comunicación con los asistentes.

Mediacom ha tenido a su cargo la planificación de medios del evento del centenario y sus campañas asociadas, así como la negociación y seguimiento de los diferentes acuerdos de contenido. Con una cobertura generada de más del 93%, el centenario de Danone superó los 268 millones de impactos.

Desde el *Social War Room*, **la agencia Onion ha sido la responsable de la gestión de la estrategia digital y las redes sociales del evento,** junto a equipos especialmente designados de *Danoners* locales y de otras filiales. A través de las cuentas de Twitter e Instagram de Danone se fue dando visibilidad a todo el contenido que los debates y presentaciones generaban, alcanzando a más de 5,5 millones de usuarios y generando más de 91.000 interacciones.



Acerca de Danone

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 de The Love Behind Food

“The Love Behind Food”, es un evento con el que Danone quiere celebrar sus primeros 100 años. Los próximos 8 y 9 de mayo en Barcelona, ponentes nacionales e internacionales de primer nivel compartirán su visión sobre el futuro de la alimentación, la salud, la educación y la sostenibilidad, con el propósito de impulsar un diálogo inclusivo. Danone quiere contribuir a una revolución de la alimentación que ayude a que las nuevas generaciones crezcan más sanas. A partir del 9 de mayo, se iniciarán los Labs talleres para niños de entre 6 y 12 años para entender de manera lúdica cuál es el impacto de la alimentación en nuestro cuerpo y en el planeta. Los Labs se centrarán en 3 temáticas: el origen de los alimentos, el desayuno y la circularidad. El día 10 se inaugurará una exposición histórica que recorrerá los 100 de historia de la compañía. Desde sus orígenes en el barrio del Raval en 1919, hasta la actualidad. Todo ello acompañado de material gráfico inédito.

Para más información: <https://thelovebehindfood.com/>

Para más información

Christian Martinell / Marta Olmos
External Communications, GS Iberia
Mobile +34 600 430 904 / +34 682 746 613
christian.martinell@danone.com / marta.olmos@danone.com

Para más información (Tinkle)

Lorena Corfas / Alejandra Ferrer
Mobile +34 630 043 239 / +34 673 225 700
lcorfas@tinkle.es / aferrer@tinkle.es