

LA DANONE NATIONS CUP ET DÉCATHLON S'ASSOCIENT POUR INITIER LE CHANGEMENT PAR LE SPORT !

- Avec la marque Kipsta, Décathlon devient l'équipementier officiel de la finale mondiale de la Danone Nations Cup, en fournissant des tenues à toutes les équipes participantes.
- La Danone Nations Cup lance la campagne #LacesForChange et met en vente des lacets sur les sites e-commerce français et espagnol de Décathlon avec pour objectif de fournir de l'eau potable aux enfants scolarisés en Inde (1 paire de lacet achetée = 1 an d'accès à l'eau potable pour 1 enfant).
- Lors de la finale mondiale, un panel d'activités sportives novatrices mis en place par Décathlon encouragera les joueurs et les spectateurs à prendre conscience des enjeux du développement durable et de la protection de notre planète.



PARIS, LE 12 SEPTEMBRE 2019 – La Danone Nations Cup est fière de s'associer à Décathlon dans le cadre d'une série d'initiatives conjointes visant à encourager les enfants à faire du sport, à stimuler l'excellence sportive et à permettre aux filles et aux garçons de jouer au football. Lancé en Espagne lors du tournoi national de 2019, le partenariat franchira une nouvelle étape lors de la finale mondiale de la Danone Nations Cup à Barcelone, où plus de 700 jeunes filles et garçons seront équipés de tenues Kipsta pour représenter leur pays.

Les consommateurs français et espagnols pourront également participer et apporter des changements sociétaux positifs grâce à l'initiative "#LacesForChange", pilotée par la Danone Nations Cup et distribuée par Décathlon en France et en Espagne. Encourager et permettre aux générations futures de faire du sport est un objectif fondamental qui est au cœur des projets de la Danone Nations Cup et de Décathlon.

LA DANONE NATIONS CUP ET DÉCATHLON - CRÉER LE CHANGEMENT PAR LE SPORT

Lors de la finale mondiale de cette année qui se tient à Barcelone, une série d'activités aura lieu dans le but d'éduquer sur l'importance de la pratique du sport, du développement durable et du respect de notre environnement. Celles-ci seront animées par Décathlon dans la Fan Zone du Stade de l'Espanyol le 12 octobre 2019 où l'importance du recyclage et les bienfaits de l'exercice seront rappelés aux spectateurs.

#LACESFORCHANGE - UNE INITIATIVE CONJOINTE POUR ASSURER L'ACCÈS À L'EAU

L'accès des enfants à l'eau potable joue un rôle clé dans la construction de leur avenir. Pourtant, une école sur trois dans le monde n'a actuellement pas accès à l'eau potable. La Danone Nations Cup et Décathlon croient en l'importance de l'accès à l'eau potable et souhaitent œuvrer pour qu'aucun enfant ne limite son potentiel futur. L'initiative #LacesForChange a pour objectif de répondre à cet enjeu.



Les #LacesForChange seront en vente sur le site de Décathlon à partir du 16 septembre en Espagne et en France. Fabriquée à partir de bouteilles en plastique recyclées, chaque achat d'une paire de lacets permettra à un enfant d'avoir accès à de l'eau potable tout au long de l'année dans les écoles indiennes. Cette initiative est facilitée par Watering Minds dont la mission est d'assurer l'accès à l'eau potable dans les écoles des zones soumises à un stress hydrique.

ÉDUIQUER ET CRÉER EN DEHORS DU TERRAIN

Des activités ludiques et interactives organisées par Décathlon, telles que la conception des futurs ballons de la Danone Nations Cup, la fabrication de maillots de football à partir d'emballages recyclés et la personnalisation de chaussures de football, seront proposées aux joueurs et spectateurs de la finale mondiale pour leur permettre de mettre en valeur leur créativité.

« Nous sommes fiers de nous associer à la Danone Nations Cup, unis par notre passion et notre volonté de rendre le sport plus accessible à tous. Chez Décathlon, nous croyons vraiment au pouvoir du sport au service de l'inclusion, du travail d'équipe et de la création de ponts entre les cultures et les communautés. Plus que le fournisseur officiel de la compétition, nous souhaitons être un véritable partenaire de cet événement unique en partageant ses valeurs de fair-play, d'esprit d'équipe et de respect, pour faire découvrir les plus grands footballeurs de demain. »

Emmanuel CASTIGLIONI
Responsable Communication Football de Kipsta



UNE FINALE MONDIALE DANS LE BERCEAU DE DANONE : BARCELONE

La Danone Nations Cup a lieu dans 27 pays avec une multitude de filles et de garçons âgés de 10 à 12 ans. La double édition spéciale de cette année se clôturera avec 56 équipes qui se disputeront le titre de champion du monde à Barcelone, le 12 octobre prochain, au stade RCD Espanyol. Ensemble, la Danone Nations Cup et ses partenaires agiront tout au long de l'année en jouant au football, en changeant la donne et en œuvrant pour apporter des transformations sociales positives grâce au pouvoir du sport.

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONTACTEZ :

Danone Nations Cup

Yusuf Laroussi – danonenationscup@bcw-global.com

Plus d'informations sur notre [site web](#) et sur [Facebook](#), [Twitter](#), [YouTube](#) et [Instagram](#).

Décathlon

Magda Winiarczyk, Xavier Rivoire – media@decathlon.com

Plus d'informations sur www.decathlon.media & www.oneblueteam.com

A PROPOS DE LA DANONE NATIONS CUP – UNE EXPERIENCE QUI CHANGE LA VIE (www.danonenationscup.com)

La Danone Nations Cup est la plus grande compétition internationale de football pour les enfants de 10 à 12 ans, rendant hommage à de jeunes prodiges du football du monde entier depuis sa création en 2000. Chaque année, la Coupe débute dans 27 pays où les enfants s'affrontent lors des séries éliminatoires pour tenter de représenter leur pays à la finale mondiale dans un stade emblématique. La Danone Nations Cup a toujours été beaucoup plus qu'une simple compétition de football: elle permet aux enfants du monde entier de découvrir de nouveaux lieux et cultures et de promouvoir des valeurs telles que le respect, l'humanisme, le fair-play et l'ouverture. Les légendaires stars du football, Carles Puyol, soutiennent la Coupe, sur les traces de Zinédine Zidane, qui soutient la compétition depuis plus de 15 ans. Pour célébrer son héritage de longue date dans l'excellence du football, la Danone Nations Cup a dévoilé un objectif renouvelé en 2019: Play Football, Change the Game. Avec ces mots, la DNC espère inspirer la génération de demain à aller plus loin en tant que citoyens du monde et en tant que catalyseurs de changements sociétaux positifs.

A PROPOS DE DANONE (www.danone.com)

Avec pour mission d'apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre, Danone est l'un des leaders mondiaux dans le secteur alimentaire et se développe sur des catégories de produits tournées vers la santé et en forte croissance, à travers ses trois métiers : les Produits Laitiers et d'Origine Végétale, les Eaux et la Nutrition Spécialisée. Danone vise à inspirer des habitudes alimentaires et de consommation plus saines et plus durables, en ligne avec sa vision 'One Planet. One Health', qui reflète la conviction que la santé des hommes et celle de la planète sont étroitement liées. Pour faire de sa vision une réalité et créer de la valeur durable et rentable sur le long terme pour toutes ses parties prenantes, Danone a défini ses Objectifs 2030 : neuf objectifs alignés sur les Objectifs de développement durable définis par les Nations Unies pour 2030. Danone s'engage à agir de manière efficace, responsable et inclusive ; Danone respecte les critères les plus exigeants de son secteur, comme en témoigne son ambition de devenir l'une des premières multinationales certifiées B Corp™. Présente dans plus de 120 pays et comptant plus de 100 000 salariés, Danone a réalisé un chiffre d'affaires de 24,7 milliards d'euros en 2018. Le portefeuille de Danone est constitué de marques internationales (notamment Actimel, Activia, Alpro, Aptamil, Danette, Danio, Danonino, evian, Nutricia, Nutrilon, Volvic) ainsi que de marques locales et régionales fortes (comme AQUA, Blédina, Bonafont, Cow & Gate, Horizon, Mizone, Oikos, Prostokvashino, Silk, Vega).

A PROPOS DE DECATHLON UNITED (www.oneblueteam.com)

United People of Décathlon

Certains disent que Décathlon est le leader mondial du sport puisqu'il est maintenant présent dans 55 pays, sur les cinq continents et emploie 92 000 personnes.

Ce n'est pas ainsi que les gens de Décathlon - appelés décathloniens - se voient.

Ils se considèrent comme des outsiders qui aiment les challenges dans un monde qui évolue chaque jour.

Ils se nomment eux-mêmes « coéquipier »s avec un gilet bleu en commun et reconnaissable à travers le monde. Ils s'attachent à rendre le sport accessible au plus grand nombre, en concevant, créant, produisant et distribuant des produits et services sportifs innovants à un prix abordable.

Ils croient aux actions locales, ancrées dans chaque ville, quartier et voisinage, menées par des gens passionnés comme eux, mais qui travaillent avec leurs partenaires locaux, partout et à tout moment.

Ils croient aussi au sport et changent le monde en rapprochant les gens, en améliorant leur santé et en jouant dans la même équipe. Ils croient aussi que Décathlon est unique dans sa volonté de mettre ses employés au cœur de tout cela.



DANONE ONE PLANET. ONE HEALTH