

## Activia convierte el Blue Monday en el lunes con más flow del año con una sesión de flowyoga inmersivo



- “Con una barriga sana, hasta los lunes tienen más flow” es la acción con la que Activia quiere demostrar que una buena salud digestiva es el eje del bienestar físico y mental.
- Desde el 24 de enero hasta el 4 de abril, cada lunes se impartirán clases de flowyoga de la mano de las influencers Mimi Albero y Corina Randazzo en Barcelona, Madrid y a través de redes sociales.
- Con esta campaña, la marca nº1 en probióticos quiere acercarse a los jóvenes mostrando la importancia de la salud digestiva para sentirse bien y disfrutar de la vida al máximo.

**Barcelona, 17 de enero de 2021.-** El tercer lunes de enero es conocido como Blue Monday, el lunes más triste del año. Según los expertos, ello se debe a varias razones: la cuesta de enero, las pocas horas de sol, el frío y que es el inicio de la semana laboral, entre otras. Para dar a conocer el flowyoga y demostrar los beneficios que tiene para el bienestar físico y emocional, Activia organiza clases de flowyoga cada lunes, considerado por muchos el peor día de la semana, y lo hace empezando hoy, el lunes más triste del año con una sesión especial en Barcelona de flowyoga inmersivo, una experiencia envolvente de música y proyecciones 360º.

“Cuidar la barriga es indispensable para sentirse bien y disfrutar de la vida al máximo, y eso no entiende de edades. Desde Activia, queremos animar a los más jóvenes a que la cuiden realizando actividad física y siguiendo una alimentación saludable y rica en probióticos”, explica Magda Lluch, Brand Manager de Activia. “Introduciendo una práctica como el flowyoga a su vida, así como Activia, que contiene millones de probióticos que llegan vivos al interior, se sentirán con más flow que nunca”, concluye. Los probióticos son bacterias indispensables para cuidar de la salud digestiva, el epicentro del bienestar general.

El flowyoga es una práctica donde la respiración se sincroniza con los movimientos para optimizar los beneficios de cada postura ayudando a equilibrar cuerpo y mente, eliminar los excesos del fin de semana y empezar el día con energía extra y buenos propósitos. Desde el 24 de enero hasta el 4 de abril, la marca organizará clases de flowyoga de la mano de las influencer y profesora de yoga [Mimi Albero](#) y la influencer lifestyle [Corina Randazzo](#). Estas clases se retransmitirán a las 19 h desde sus perfiles personales.

“Es increíble que marcas como Activia se impliquen socialmente para dar a conocer y facilitar prácticas como el flowyoga que ayudan al bienestar holístico y, por lo tanto, a sentirse mejor”, explica Mimi Albero quien también es profesora de esta práctica. “Espero que, tras esta primera clase en el considerado lunes más triste del año, la gente pueda valorar sus múltiples beneficios y se animen y apunten a las clases que daremos Corina y yo”.

Además, el próximo mes de febrero la marca organizará una clase presencial en Madrid del que dará a conocer más detalles [en sus redes sociales](#).

## Una colaboración con Born Living Yoga

Para llevar a cabo la acción, Activia ha colaborado con la marca de moda deportiva de mujer Born Living Yoga. La firma de activewear, que también tiene como objetivo el bienestar, estará presente con sus conjuntos deportivos, mats y botellas térmicas durante las diversas clases online y eventos. Además, se llevarán a cabo sorteos con diferentes packs de producto de Born Living Yoga desde las redes sociales de Activia.

## Cuando tu barriga está sana todo tiene más flow.

Esta acción forma parte de la campaña “Con una barriga sana, todo tiene más flow” con la que Activia quiere acercarse a los jóvenes a través de insights más modernos y un tono y look&feel más fresco y colorido. La campaña cuenta con 5 spots y cuñas de radio, publicidad en el punto de venta y exterior y campaña digital en redes sociales. Esta campaña ha sido una colaboración de la agencia creativa VMLY&R y la agencia de Relaciones Públicas Tinkle, la agencia digital Onion Agency, la planificación de medios de Iprospect y Mediacom y la gestión de influencers de H2H.

## Los probióticos, un aliado para tener más Flow



El Kéfir de Activia es una receta con textura ligera y sabor suave que ayuda a cuidar la salud digestiva cada día. A diferencia de otros, contiene auténticas levaduras de kéfir, bífidos exclusivos de Danone y, como reza su eslogan, “no hay otro con más diversidad de probióticos”. En formato grande (420 g), está pensado para consumir en desayunos, meriendas o cenas al poder combinarlo con frutas, cereales, semillas, frutos secos...



La marca nº1 en probióticos también amplía su portafolio con Activia Avena-Nueces, un producto que consigue juntar los beneficios de los millones de probióticos naturales de Activia con dos superingredientes, la avena y las nueces. Con sello Nutri-Score B, esta receta nutritiva y sabrosa, también es fuente de fibra y proteínas.

## Ficha técnica

<b>Cliente</b>	<b>Danone</b>
<b>Marca</b>	Activia
<b>Título Campaña</b>	Cuando tu barriga está sana, todo tiene más flow.
<b>Contacto Cliente</b>	Magda Lluch, Anna Bou
<b>Agencia Creativa</b>	<b>VMLY&amp;R</b>
<b>Dirección Creativa Ejecutiva</b>	Manu Diez
<b>Equipo Creativo</b>	Margarita Maimo/Iratxe Cabodevilla
<b>Director de Servicios al Cliente</b>	Alberto Bel
<b>Equipo de Cuentas</b>	Vitoria Vidal/Isabel Robalo
<b>Planificación Estratégica</b>	Muntsa Dachs/ Alfredo Iturriaga
<b>Producir Audiovisual</b>	Lidia Vilar/Leandro Alem
<b>Agencia de Medios</b>	<b>Mediacom</b>
<b>Client Service Director</b>	Jesús Pérez
<b>Account Director</b>	Alfonso González
<b>Brand Manager</b>	Lucía Jones
<b>Agencia de SM y Community Management</b>	<b>Onion</b>
<b>Dirección Creativa</b>	Marta Jarpa
<b>Social Media Manager</b>	Sara Martínez
<b>Dirección de Arte</b>	Valentina Zuchiatti
<b>Agencia de Influencers</b>	<b>H2H</b>
<b>Dirección de cuentas</b>	Claudia González
<b>Equipo de cuentas</b>	Marta Silva
<b>Agencia de PR</b>	<b>Tinkle</b>
<b>Dirección de Cuentas</b>	Lorena Corfas
<b>Equipo de Cuentas</b>	Carla González, Nina López, Shemaila Butt
<b>Fotografía</b>	Víctor Crespo
<b>Equipo de proyección</b>	<b>Broomx Technologies</b>
<b>Equipo</b>	Ignasi Capellà / Robert Cornfield
<b>Productora</b>	<b>Garage</b>
<b>Realizador</b>	Ginesta Guindal
<b>Producir</b>	Oriol Uria / Eva Aparicio
<b>Director de Fotografía</b>	Miquel Prohens
<b>Estudio de sonido</b>	Oido
<b>Música</b>	What's is love
<b>Locución</b>	Eduarne Garcia, Silvia Abril, VO: Ivana Miño
<b>Postproducción</b>	Fake

### Sobre Activia

Presente en más de 70 países de los cinco continentes, Activia es la marca más vendida de Danone en el mundo. Nació en 1988 y fue la primera marca en España que incorporó lo que se conoce comúnmente como bifidus. Se trata de una leche fermentada que contiene los fermentos característicos del yogur, Lactobacillus bulgaricus y Streptococcus thermophilus, y, además, un fermento

exclusivo de Danone, Bifidobacterium lactis DN-173 010. Los productos de Activia cuentan con más de 20 años de investigación y experiencia. Actualmente, existen en España más de 50 variedades Activia englobados en las diferentes gamas de la marca.

## **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 tres líneas de negocio: productos lácteos y vegetales, nutrición especializada y aguas. 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 120 mercados, Danone alcanzó en 2020 una facturación de 23.620 millones euros. La empresa fue fundada en 1919 por Isaac Carasso en la ciudad de Barcelona. En España, Danone da empleo a 2.000 trabajadores, tiene plantas de producción e instalaciones productivas en ocho comunidades autónomas y abastece anualmente a más de 13,5 millones de hogares. La división de lácteos y productos de origen vegetal y la de aguas están certificadas como empresas B Corp por cumplir con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad. Para más información: [www.danoneespana.es](http://www.danoneespana.es)

### **Para más información**

Equipo Comunicación Danone  
[external.communications@danone.com](mailto:external.communications@danone.com)

### **Para más información (Tinkle)**

Carla González  
+34 661 720 385  
[cgoliver@tinkle.es](mailto:cgoliver@tinkle.es)