

La compañía tiene como uno de sus objetivos avanzar hacia una sociedad tolerante, inclusiva y diversa, a través de su iniciativa #NutriendolaDiversidad.

## Danone rediseña sus campañas históricas para dar visibilidad a la diversidad de las familias y se suma a la celebración del Pride de Barcelona y Orgullo de Madrid

- En el marco de su compromiso “Nutriendo la diversidad”, Danone ha adaptado sus carteles antiguos más emblemáticos para dar visibilidad a todos los tipos de familia, con motivo del Mes del Orgullo LGTBIQ+.
- Por primera vez, la compañía participará en la Fiesta del Orgullo de Madrid y el Pride de Barcelona en el que contará con el espacio “Danone Family Pride”, donde las familias podrán disfrutar de actividades y talleres infantiles el 24 y 25 de junio.
- La agencia creativa Wunderman Thompson, el ilustrador barcelonés Adrià Marqués y el artista Daniel Belchi han adaptado siete campañas clásicas de Danone para representar la realidad social actual y su compromiso con todas las familias.
- **Imágenes y Carteles:** <https://we.tl/t-J3KIJQJom>



**Barcelona, 22 de junio de 2022.-** Si algo ha cambiado en estos 100 años en los que Danone lleva presente en los hogares españoles, son los tipos de familia. Como B Corp, Danone tiene como objetivo impulsar una sociedad tolerante e inclusiva. Un propósito que la compañía impulsa desde su iniciativa “Nutriendo la Diversidad”, en los que recoge seis compromisos con los que pretende avanzar todavía más en sus políticas de diversidad inclusiva, de la mano de sus empleados, colaboradores y proveedores.

Danone reivindica que las diferencias entre las personas son lo que nos enriquece y aspira a promover una visión social más igualitaria, respetuosa y justa que no deje a nadie atrás. Por eso, durante el mes del orgullo, visibilizará su compromiso con el colectivo LGTBIQ+ a través de diferentes iniciativas como el rediseño de sus carteles más icónicos, participando en las celebraciones previstas en Barcelona y Madrid.

### Visibilizando a TODAS las familias

Para dar visibilidad y promover la inclusión y la diversidad, Danone ha rediseñado sus carteles antiguos reflejando algunos tipos de familias que existen en la sociedad actual, reivindicando la diversidad desde el propio núcleo familiar. De la mano de la agencia creativa Wunderman

Thompson, el ilustrador barcelonés Adrià Marqués y el artista Daniel Belci, la empresa ha adaptado siete campañas clásicas de la marca para representar la realidad social actual.



“Tenemos un compromiso con todas las familias desde siempre y, por eso, la Diversidad Inclusiva es uno de los pilares de nuestra política corporativa. Ser una compañía B Corp nos impulsa a actuar como agentes de cambio social, y por eso queríamos ir un paso más allá en la promoción de estos valores, romper con los estereotipos y alimentar el amor y el respeto”, afirma Sara Castro, VP Recursos Humanos de Danone Iberia. “Los tiempos cambian, pero hay cosas que no, como el amor de una familia”, señala Castro.

### Danone Family Pride, la propuesta para disfrutar en familia del Mes del Orgullo

Además, por primera vez Danone estará presente como patrocinador en el evento Pride que se celebrará en Barcelona y colaborará en la Semana del Orgullo de Madrid, en las que impulsará una serie de actividades para disfrutar en familia.

Concretamente, en el Pride de Barcelona, contará con el espacio “Danone Family Pride”. Durante el viernes 24 y el sábado 25 de junio, en la zona de Avenida Reina María Cristina en Plaza España, se realizarán actividades para los más pequeños como, por ejemplo, estampado de camisetas con los dibujos de su familia, talleres con los vasos de cristal clásicos de Danone y marcas como Actimel, Danonino, entre otras, repartirán muestras de su producto. Asimismo, Alpro ofrecerá cafés con bebida vegetal a los más mayores que podrán disfrutar de una zona chill out donde relajarse.

Como compañía, tenemos el deber de promover una comunicación responsable e incluyente y el propósito que nuestras marcas actúen como agentes de cambio”, afirma Javier Pejito, VP de Marketing de Danone. “En Danone, llevamos más de 100 años acompañando a las familias y con esta campaña queremos rendirles homenaje. Por eso, hemos rediseñado nuestras campañas históricas para adaptarlos a la sociedad actual y representar la diversidad de las familias de hoy, transmitiendo los valores de Danone en favor de la diversidad, la inclusión y el respeto”, concluye

### Una apuesta sólida y reconocida con la diversidad

La apuesta por la diversidad se refleja también a nivel interno en los equipos de la compañía, conformados por más de 30 nacionalidades. En las oficinas centrales un 52% son mujeres, con paridad total en los niveles de management y dirección, en los que no hay brecha salarial y se promueve la diversidad en un sentido global.



Por todo ello, Danone ha sido reconocida durante tres años consecutivos en el Top30 de Empresas con mejores prácticas de Diversidad e Igualdad por Intrama. A este reconocimiento se une su presencia durante tres años consecutivos en el Gender Equality Index de Bloomberg (2019, 2020 y 2021) que premia la paridad de género y muy particularmente la presencia de talento femenino en los puestos directivos y ejecutivos. La compañía ha sido galardonada también en los Premios Innovación por su pertenencia al movimiento #HeForShe de la ONU.

#### Acerca de Danone

Danone es una compañía global líder en alimentación y bebidas, que opera en cuatro categorías que están centradas en la salud, en pleno crecimiento y que son tendencia: productos lácteos, alternativas vegetales, aguas y nutrición especializada. Con la misión de aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas posible, Danone tiene como objetivo promover hábitos de alimentación e hidratación más saludables y sostenibles, al tiempo que se compromete a generar un impacto positivo y tangible en materia nutricional, social y ambiental. Danone está enfocado en impulsar el crecimiento, la competitividad y la creación de valor a largo plazo para todos sus partners: consumidores, clientes, proveedores, accionistas y sus más de 100.000 empleados. Con productos presentes en más de 120 mercados, Danone alcanzó en 2021 una facturación de 24.200 millones de euros. En España, Danone da empleo a 2.000 trabajadores, tiene plantas de producción e instalaciones productivas en diferentes localizaciones de España y abastece anualmente a alrededor de 14 millones de hogares. En 2022, Danone Iberia se ha recertificado por tercera vez como la empresa B Corp de alimentación de mayor tamaño con mejor puntuación, por cumplir con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad. Para 2025, Danone aspira a convertirse en una de las primeras empresas multinacionales en obtener la certificación global B Corp™.



Para más información: [www.danoneespana.es](http://www.danoneespana.es); Twitter: [@danone\\_es](https://twitter.com/danone_es) ; Instagram: [danone.es](https://www.instagram.com/danone.es); LinkedIn: [Youtube](https://www.linkedin.com/company/danone).

#### Para más información

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

#### Para más información (Tinkle)

Elisabet Rey / Alejandra Ferrer  
Mobile: +34 662 213 536 / +34 673 225 700  
[erev@tinkle.es](mailto:erev@tinkle.es); [aferrer@tinkle.es](mailto:aferrer@tinkle.es)