

## La marca de yogures Danone baja sus precios para apoyar a las familias españolas en el arranque de año y asegurar el acceso a una alimentación saludable esencial

- La marca de yogures líder en nuestro país presenta su nueva campaña “Lo esencial es ayudarnos” con una promoción en sus yogures naturales y de sabores para ayudar a las familias españolas a afrontar la cuesta de este inicio de año.
- Con esta campaña, Danone Yogur regresa a sus orígenes y relanza el mítico jingle “Dame Danone, Quiero Danone” con el que se estrenó en televisión en 1968 en un nuevo anuncio protagonizado por empleados de la compañía acompañados por sus familias.
- Con más de 100 años alimentando a las familias españolas, Danone tiene el objetivo de ofrecer una alimentación saludable esencial al mayor número de personas.

**Barcelona, 6 de febrero de 2023.**-Se alarga la cuesta de enero para los hogares españoles y es que a la ya habitual resaca navideña se le suma este año también un contexto económico tenso con la inflación en alza. En este contexto, la marca de yogures Danone lanza la campaña “Lo esencial es ayudarnos” para apoyar a las familias españolas en este arranque de año, bajando el precio de sus yogures naturales y de sabores para asegurar así el acceso a una alimentación saludable esencial de la máxima calidad.

“Somos conscientes de que estamos en un momento complejo para la economía de muchos hogares y desde nuestra marca de yogures Danone queremos estar al lado de las familias como llevamos haciendo más de 100 años garantizando una alimentación saludable esencial cada día”, afirma Javier Pejito, vicepresidente de Marketing en Danone España. Con esta promoción, el paquete de cuatro yogures naturales y de sabores de la marca Danone está disponible por 1€\* y esta bajada de precios se aplica proporcionalmente al resto de formatos.

En este contexto de crisis económica, los españoles se han visto obligados a cambiar sus hábitos de consumo. Lo que a veces conlleva dejar de comprar ciertos productos, en detrimento de una alimentación saludable. “No podemos permitir que la inflación condicione la alimentación de las familias. Para ello, hemos bajado el precio de nuestros yogures de la marca Danone, tanto naturales como de sabores, a la vez que garantizamos mantener la misma calidad de siempre. Queremos asegurar el acceso a un alimento de gran aporte nutricional, como es incluir un yogur al día, clave para una alimentación saludable”, asegura Pejito.

La presión, la volatilidad y la incertidumbre afecta a todos. “Las familias se han tenido que apretar el cinturón y nosotros también para estar a su lado cuando más nos necesitan. Han sido muchos meses de trabajo para sacar adelante esta iniciativa, que ha necesitado de la implicación de muchas personas, tanto equipos internos como externos, con una colaboración muy estrecha con nuestros clientes, por ejemplo”, cuenta Pejito. Y es que, en este sentido, como defendía la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) hace unos meses, el gran consumo ha ajustado sus márgenes al estar repercutiendo en el precio final de venta al público menos de un tercio del incremento de costes de producción, que supera el 70% en algunos productos.



## NOTA DE PRENSA

---

### Lo esencial es ayudarnos

Con esta nueva campaña, la marca de yogures Danone baja sus precios y presenta un nuevo anuncio que lo hace todavía más especial al relanzar el mítico jingle con el que se estrenaba en televisión en 1968. *“Dame Danone, Quiero Danone”*, la canción que acompañó a toda una generación volverá a sonar de nuevo en la televisión.

Además, este nuevo anuncio está protagonizado íntegramente por Danoners, como les gusta identificarse a los empleados de la compañía, junto a sus familias que han querido dar vida a la campaña. “Un anuncio de familias para familias dónde volvemos a nuestros orígenes reivindicando lo esencial, lo que nos hace únicos y lo que nos ha unido a las familias: nuestro yogur de siempre”, explica Pejito.

### 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  
[communications.spain@danone.com](mailto:communications.spain@danone.com)

#### Para más información (Tinkle)

Eli Rey / Carla González  
+34 623 17 27 64/ +34 661 720 385  
[erey@tinkle.es](mailto:erey@tinkle.es) / [cgoliver@tinkle.es](mailto:cgoliver@tinkle.es)

Esta comunicación se le ha enviado a partir de los datos de contacto que Usted ha tenido la amabilidad de facilitarnos. Si desea cambiar su dirección de correo electrónico o no desea recibir nuestros mensajes informativos y puede indicarlo enviando un e-mail a [datos@tinkle.es](mailto:datos@tinkle.es) poniendo en el asunto “DAR DE BAJA”. Más información en <https://www.tinkle.es/legal-y-datos/>. Su petición será efectiva en un período máximo de un mes.

\*PVP Máximo Promocional