

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE
POUR DIFFUSION IMMÉDIATE**

**Danone annonce la toute première campagne mondiale d'Activia,
en partenariat avec la célèbre vedette internationale Shakira,
sous le thème « Dare to feel good »**

Boucherville (Québec), 12 mars 2014 — Activia, la plus grande marque de la gamme de produits laitiers de Danone, s'apprête à lancer sa toute première campagne de marketing mondiale dans le cadre d'un repositionnement visant à renforcer son image encourageant un mode de vie sain. La nouvelle campagne « Dare to feel good » de la marque de yogourt s'articule autour d'un partenariat avec la star d'origine colombienne Shakira.

Incluant de la publicité télé, numérique, imprimée, extérieure et en magasin, ainsi que des activités de relations publiques, ce partenariat mondial – dont le coup d'envoi sera donné le 16 mars prochain par la diffusion d'un nouveau message télé dans 50 pays – donnera vie à l'initiative d'Activia « Se sentir bien, ça commence à l'intérieur ». Ce nouveau concept créatif s'inspire de la danse pour faire sourire votre ventre.

Tournée à Barcelone, la nouvelle pub télé présente Shakira dans une forêt imaginaire, entourée d'une poussière d'étoiles dorées et dansant pour exprimer son bien-être intérieur. « Je crois que la clé du bien-être personnel est de prendre soin de sa santé et la danse est l'une des façons d'exprimer cette synergie entre le bien-être intérieur et extérieur. », soutient Shakira.

La nouvelle chanson de Shakira, « Dare (La La La) » – incluse sur son tout nouvel album éponyme, dont le lancement est prévu le 25 mars 2014 – sert de bande-son à la pub télé. L'équipe de production du message, conçu par Vinizius Young & Rubicam Barcelone, comptait notamment le directeur artistique oscarisé Eugenio Caballero et le directeur photo primé Javier Aguirresarobe.

À propos du partenariat, Shakira affirme : « J'ai collaboré à la nouvelle pub télé d'Activia, en partie, car je crois profondément que prendre soin de soi nous aide à nous libérer et à extérioriser notre bien-être intérieur. » L'initiative comprend à la fois un lancement mondial et un format adapté localement, permettant aux différents marchés de communiquer leurs propres particularités et innovations.

La campagne s'appuie sur un volet numérique, fondé sur la nouvelle plateforme URL mondiale www.activia.com, qui abritera du contenu exclusif incluant des séquences inédites dans les coulisses du tournage de la pub télé. Le site a été conçu pour propager les bénéfices d'un ventre heureux à travers du contenu payé, acquis et appartenant à Activia.

Toute la campagne est soutenue par un programme de relations publiques de grande envergure incluant des relations avec les médias, de l'engagement social ainsi que des événements et de l'échantillonnage.



Luca Casaura, vice-président du marketing mondial d'Activia pour Danone, soutient : « Cette campagne orchestrée à l'échelle mondiale représente non seulement une première pour Activia, mais aussi pour Danone. Il s'agit de la plus vaste initiative multi-marchés et de la plus sophistiquée jamais réalisée pour l'entreprise et nous sommes fiers d'avoir comme ambassadrice officielle l'une des vedettes de la pop les plus célèbres au monde. Personne ne peut mieux illustrer l'importance du bien-être intérieur que Shakira. En tant qu'interprète de renommée mondiale, elle illustre parfaitement comment se sentir bien de l'intérieur est essentiel pour s'exprimer. »

Pour obtenir plus d'informations sur la campagne, incluant du contenu exclusif tel les séquences inédites tournées en coulisse [*disponible pour le public le 14 mars*] et le message télé [*le 16 mars*], ainsi qu'une chance de gagner des prix exclusifs célébrant le partenariat avec Shakira et le lancement de son nouvel album, visitez le www.activia.com [*dès le 16 mars*].

-30-

À propos de SHAKIRA

Au cours de sa carrière, l'auteure-compositrice colombienne Shakira a vendu plus de 60 millions de disques dans le monde et a remporté de nombreuses récompenses, notamment deux prix Grammy, huit Latin Grammy, quatre World Music Awards, trois American Music Awards et cinq Billboard Music Awards. Elle est la seule artiste sud-américaine à avoir atteint le sommet du classement aux États-Unis, et dont quatre titres font partie des 20 plus grands succès de la dernière décennie. À 18 ans, elle a créé la fondation Pies Descalzos (Pieds nus) qui procure actuellement de l'éducation et de la nourriture à plus de six mille enfants pauvres en Colombie et s'apprête à apporter son aide dans d'autres pays, notamment grâce à des projets lancés récemment en Haïti et en Afrique du Sud. En octobre 2011, Shakira a été nommée, par le président Obama, membre de la Commission consultative sur l'excellence en matière d'éducation pour les Hispaniques. Shakira a agi comme *coach* lors de la 4^e saison de l'émission de télé-réalité « The Voice » sur le réseau NBC, un populaire concours de chant pour découvrir la plus belle voix de la population. Elle sera de retour à l'émission pour la 6^e saison. Shakira sortira son nouvel album le 25 mars.

À propos d'Activia

Présent dans plus de 70 pays sur les 5 continents, Activia est la plus grande marque de produits laitiers frais, lancée par Danone. Activia contient une combinaison exclusive de cultures, incluant la fameuse souche de probiotiques BL Regularis qui lui donne son goût unique. Le yogourt probiotique Activia est issu de plus de 20 ans de recherche. Activia de Danone contient 1 milliard de Bifidobacterium lactis par portion de 100 g, un probiotique contribuant à la santé de la flore intestinale.

À propos de Danone

Danone Inc. au Canada est membre du Groupe Danone, l'un des chefs de file de l'industrie agroalimentaire mondiale. Confectionnant et offrant des produits de première qualité qui combinent bon goût et ingrédients sains, Danone est aujourd'hui le plus important producteur canadien de yogourts et autres produits laitiers frais. La mission de Danone est d'apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre. Au-delà de nos activités commerciales, nous sommes convaincus que la consommation d'un yogourt par jour est synonyme de santé pour tous. Rappelons que Danone demeure fidèle à son approche scientifique et croit fermement aux bienfaits de ses yogourts.

Pour plus d'information, visitez le www.danone.ca ou le www.facebook.com/danonecanada.



Pour plus d'informations ou pour obtenir une entrevue avec Pauline Varga, vice-présidente marketing de Danone Canada veuillez contacter :

Anne-Marie Viens

(514) 691-3872

aviens@enzymefh.com

