

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

OIKOS^{MD}, yogourt officiel de la Ligue nationale de hockey^{MD} au Canada

Yogourt grec et hockey canadien : une première entente de trois ans

Boucherville, le 7 décembre 2017 — DanoneWave Canada est fière d'annoncer que sa populaire marque OIKOS^{MD} a été nommée yogourt officiel de la Ligue nationale de hockey^{MD} (LNH) au Canada dans le cadre d'une commandite de trois ans qui débutera au cours de la saison actuelle 2017-2018 de la LNH^{MD}.

La commandite s'inscrit dans la foulée de la récente participation d'OIKOS^{MD} à des événements sportifs de renom, comme le tournoi de la Coupe Rogers 2017 à Montréal, en renforçant son engagement envers sa clientèle de professionnels actifs. OIKOS^{MD} exploitera cette commandite dans le cadre d'une stratégie marketing et vente au détail intégrée qui fera découvrir aux amateurs de hockey la marque de yogourt grec la plus vendue au Canada dans de nouveaux environnements.

« La nomination d'OIKOS^{MD} comme yogourt officiel de la LNH^{MD} au Canada marie la collation rêvée au meilleur sport », a illustré Mélanie Robitaille, directrice marketing à DanoneWave Canada. « Cette commandite ouvre de toutes nouvelles portes pour OIKOS^{MD}, et nous comptons bien tirer parti de la notoriété de la LNH pour faire découvrir les collations saines à de nouveaux consommateurs, notamment des hommes, un public de plus en plus dans notre mire. Nous sommes ravis de collaborer avec la LNH pour tirer le meilleur de cette relation. »

« C'est avec beaucoup d'enthousiasme que nous accueillons OIKOS^{MD} dans la famille de la LNH », a déclaré Kyle McMann, vice-président du développement des affaires et des partenariats mondiaux de la ligue. « Reconnaissant l'importance de bien manger, la LNH est heureuse de sensibiliser les amateurs d'un océan à l'autre grâce à sa collaboration avec OIKOS^{MD} qui prendra son envol lors de la Classique 100 de la LNH^{MC} Banque Scotia la semaine prochaine. »

Le lancement de la commandite coïncidera avec celui de la nouvelle gamme OIKOS^{MD} Triple Zero, prévu pour février 2018. Contenant zéro gras, zéro édulcorant artificiel, zéro agent de conservation et 25 % moins de sucre, OIKOS^{MD} Triple Zero est la première gamme de produits de la marque à cibler principalement les hommes actifs. L'emblème de la LNH et la désignation de partenaire officiel seront bien en évidence sur tous les emballages d'OIKOS^{MD} Triple Zero et dans divers articles publicitaires associés.

Autres activations :

- Échantillonnage de produits et activations de la marque au match extérieur de la Classique 100 de la LNH^{MC} Banque Scotia opposant les Sénateurs^{MD} d'Ottawa aux Canadiens^{MD} de Montréal, le 16 décembre 2017 à 19 h (HE) au parc Lansdowne à Ottawa;
- Promotion phare de la marque « La collation gagnante » au printemps 2018, dont le grand prix consistera en un voyage pour assister à un match de la finale de la Coupe Stanley^{MC} 2018. L'image de marque officielle de la Coupe Stanley^{MC} figurera sur les produits OIKOS^{MD} et sur le matériel de point de vente pendant la promotion « La collation gagnante ».

De nouvelles activations seront annoncées tout au long de l'entente de trois ans.

Les produits OIKOS^{MD} sont vendus dans les grandes épiceries et les grandes surfaces partout au Canada. Pour en savoir plus, visiter OIKOS.ca.

Crédits :

Média : Carat

Relations publiques : DanoneWave Canada et le Cabinet de relations publiques NATIONAL

À propos de DanoneWave

DanoneWave est une unité d'affaires de Danone qui œuvre depuis ses sièges sociaux de White Plains, NY, Broomfield, CO, Boucherville, Québec, et Mississauga, Ontario. DanoneWave a été créée après que Danone ait acquis WhiteWave Foods, unissant ainsi des entreprises à forte croissance, toutes deux ayant des feuilles de route marquées par la même vocation et le même souci pour la santé. La mission de DanoneWave est d'apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre par une offre diversifiée de produits laitiers et d'origine végétale dans des catégories à forte croissance et en constante évolution. L'ambition de DanoneWave est de produire des aliments sains qui créent de la valeur économique et sociale et qui soutiennent les écosystèmes naturels par l'agriculture durable. Puisque chaque fois que nous mangeons et buvons, nous choisissons le monde dans lequel nous souhaitons vivre. Son portefeuille de marques en Amérique du Nord comprend Activia, Oikos, DanActive, Danone, Danino, Silk, So Delicious, Vega, Dannon, Earthbound Farm, Horizon, Wallaby, International Delight et bien d'autres encore. Pour plus d'information sur DanoneWave au Canada, visitez danone.ca, facebook.com/danonecanada ou [@DanoneCanada](https://twitter.com/DanoneCanada) sur [Twitter](https://twitter.com/DanoneCanada).

NHL, l'emblème NHL, LNH, l'emblème LNH, la marque sous forme de mots « Stanley Cup » et le dessin de la Coupe Stanley sont des marques de commerce déposées, et le logo et la marque sous forme de mots « la Classique 100 de la LNH » et la marque sous forme de mots « Coupe Stanley » sont des marques de commerce de la Ligue nationale de hockey. Les marques de la LNH et des équipes de la LNH appartiennent à la LNH et à ses équipes. © LNH 2017. Tous droits réservés.

-30-

Information :

Natacha Gouveia
DanoneWave Canada
450 655-7331, poste 7487
natacha.gouveia@danone.com