

¿A qué sabe la salud? • Soluciones nutricionales frente al reto demográfico • La generación que cambiará las reglas
La revolución de los fermentos • Reactivar el campo • Un pacto urgente con el ecosistema • Redefiniendo «residuo»
Un paso al frente en la descarbonización • Una economía al servicio de las personas • COVID-19. Volver para ser otros

ALGO TIENE QUE CAMBIAR

ÚNETE A LA REVOLUCIÓN ALIMENTARIA



DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

Qué vas a encontrarte en estas páginas

Cuando empezábamos a elaborar este documento, el COVID-19 aún no había irrumpido en nuestras vidas. Nunca habríamos llegado a imaginar que este sería el paisaje que encontraría al salir de imprenta.

Hoy podemos decir sin un ápice de duda que no somos los mismos que entonces. Sin embargo, también podemos decir, con humildad pero con convicción, que teníamos la mirada puesta en la dirección correcta antes de que esta crisis alterase el mundo de forma demoledora.

Éramos y somos aún más conscientes del momento histórico en que vivimos y de la magnitud de los retos a los que nos enfrentamos. Por eso, más que nunca, necesitamos hacernos dos preguntas: para qué existimos y cómo debemos afrontar, contigo, esta década decisiva que traza la frontera entre 2020 y 2030.

La primera es algo más fácil de responder, y por eso le dedicamos un espacio limitado en la introducción: el propio origen de Danone explica por qué hoy somos lo que somos y lo que queremos seguir siendo.

La segunda se extiende a lo largo de este cuaderno, un recorrido por diez grandes asuntos que ya formaban parte del debate público antes del COVID-19 y que ahora se han repriorizado. Grandes desafíos que nos preocupan, y nos ocupan.

Todas las personas que aparecen en estas páginas forman parte de una revolución.

Agradecimiento especial a nuestras voces invitadas:

Cristina Gallach
Luis Moreno
Carmen Pellicer
Francisco Guarner
Juanjo Manzano
Juan Ignacio Vela

Carlos M. Gasol
Jordi Oliver
Silvana Centy
Pablo Sánchez
Andrés Conde
Joan Ribó



No podía ser de otra forma. Estas páginas han sido impresas en papel 100% reciclado.

ÍNDICE

«Ningún hombre es una isla»	4-5
Prólogo de Cristina Gallach	6-7
De dónde venimos y a dónde hemos llegado	8-13
¿A qué sabe la salud?	14-19
Soluciones nutricionales frente al reto demográfico	20-27
La generación que cambiará las reglas	28-33
La revolución de los fermentos	34-37
Reactivar el campo	38-46
Un pacto urgente con el ecosistema	46-49
Redifiniendo «residuo»	50-57
Un paso al frente en la descarbonización	58-61
Una economía al servicio de las personas	62-69
COVID-19. Volver para ser otros	70-77
Cierre de Joan Ribó	78

«NINGÚN HOMBRE ES UNA ISLA»



Paolo Tafuri,
Director General de
Danone Iberia



Patricia Oliva,
Directora General de Danone
Specialized Nutrition España



François-Xavier Lacroix,
Director General de Aguas
Danone España

El año 101 de Danone coincide con el año cero de una nueva era marcada por la incertidumbre. Y es que la **crisis sanitaria global detonada por el COVID-19** ha roto definitivamente todos nuestros esquemas como individuos y como sociedad, como parte de un todo mayor que nosotros mismos.

A esto se refería **John Donne** (1572-1631) con su «**no man is an island**» («**ningún hombre es una isla**»). «Si el mar se lleva una porción de tierra, toda Europa queda disminuida, como si fuera un promontorio, o la casa de uno de tus amigos, o la tuya propia», escribía el poeta inglés en ese poema universal que es *Las campanas doblan por ti*.

Formamos parte de un único planeta que se enfrenta a amenazas no conocidas hasta el momento. La comunidad científica lleva años advirtiéndolo de ello. Por eso, **nuestra visión One Planet. One Health nunca ha sido más relevante**. En primer lugar, es el marco que nos permite entender las interdependencias del mundo en el que vivimos y en el que desarrollamos nuestra actividad: todo y todos estamos vinculados con todo y con todos. El **glocalismo** («piensa globalmente, actúa localmente») es el nuevo globalismo.

En segundo lugar, nos sirve de brújula para seguir mejorando en nuestro principal objetivo como compañía: **aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas posible**, un fin que perseguimos desde cada una de las divisiones de Danone, todas ellas centradas en la salud.

Además, ser la **primera empresa de gran consumo con sello B Corp** certifica nuestro desempeño en términos sociales, ambientales, de transparencia y de responsabilidad, y nos empodera para seguir contribuyendo a resolver los retos que tenemos por delante, como **las brechas sociales y territoriales, la emergencia climática o la salud de los más vulnerables**. Porque cuidar de los que más queremos es también cuidar del mundo en el que vivimos.

Eso sí: no podemos hacerlo solos. De nuestra **capacidad de liderazgo, de escucha y de colaboración** dependerá el éxito o el fracaso a la hora de construir la sociedad que queremos y de conservar el planeta del que dependemos.

Empresas, gobiernos y ciudadanía estamos llamados a rediseñar las nuevas reglas del juego de la ya bautizada era post-coronavirus. **Urge situar en el centro de todas nuestras decisiones a las personas y al planeta**, con la vista puesta en el bien común para impedir que los males comunes determinen nuestro futuro y el de los que nos preceden.



El efecto del virus ha puesto en evidencia que las recetas del pasado no funcionan y que la respuesta de un solo actor es insuficiente

Ahora, más que nunca, Agenda 2030

Celebrar un centenario es un momento único. Para Danone, sin duda, este último año ha sido extraordinario. La empresa ha conmemorado su siglo de vida de la mejor manera posible: con nuevas ideas, proyectos y compromisos de superación a nivel global y local. En la **Cumbre contra el Cambio Climático** organizada por la ONU en 2019, el CEO de Danone, Emmanuel Faber, presentaba la iniciativa One Planet, integrada por diecinueve grandes compañías del sector de la alimentación. Un hito con profunda voluntad de transformación que ilustra el poder de las alianzas.

«Por cuestión de justicia, pero también de necesidad, tenemos que hacer de este nuevo contrato social global nuestra hoja ruta»

La historia nos ha demostrado que hemos dado pasos decisivos en los niveles de bienestar, de paz, de seguridad y de derechos cuando ha existido una voluntad compartida y colaborativa. Han sido momentos en los que el foco se ha puesto en lo

global, dignificando la condición humana, y en los que **el interés individual de las personas y países ha sido sustituido por el interés común** de no dejar a nadie atrás. Este es el espíritu con el que nació la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible en 2015.

En los complejos momentos actuales de sufrimiento humano, de crisis económica y social, causados por una pandemia de impacto descomunal en todo el mundo, está claro que necesitamos que los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas se conviertan en el nuevo marco de la acción global. El efecto del virus, que ha paralizado vidas y economías en todo el planeta, pone en evidencia que hay problemas que no entienden de fronteras ni de clases sociales, que las recetas del pasado no funcionan y que la respuesta de un solo actor es insuficiente. Más que nunca requerimos de una **acción multi-actor, coordinada, decidida y sin dubitaciones**. Es decir, una estrecha coordinación entre los poderes públicos y una profunda movilización del sector privado y de la sociedad civil. La innovación pasa por alianzas público-privadas sólidas y transparentes.

Por cuestión de justicia, pero también de necesidad, tenemos que hacer de este nuevo contrato social global nuestra hoja ruta. Necesitamos de instituciones fuertes, resilientes y preparadas, que cuenten con el apoyo de líderes en todos los sectores. **Danone es un caso ejemplar de liderazgo en el sector privado.** Estas alianzas público-privadas encuentran en los ODS las herramientas para mejorar la producción agraria y el sistema alimentario; el marco que nos permitirá acabar con el hambre, reducir la obesidad, mejorar la salud de la ciudadanía y, al mismo tiempo, que las explotaciones fortalezcan la fragilizada biodiversidad y reconduzcan los abusos en el sistema de producción de alimentos.

Seguir la Agenda 2030 **permitirá alinear el sistema financiero con las necesidades de un desarrollo sostenible**, movilizándolo, como nunca antes, unos recursos económicos públicos y privados para potenciar una transición ecológica justa, basada en la innovación y en la capacitación profesional. Como recalca Ursula von der Leyen, presidenta de la Comisión Europea, «podremos encontrar una vacuna para el coronavirus, pero no hay vacuna contra el cambio climático». Por eso, la protección del medio ambiente, la economía circular y el uso de energías renovables ha de ser el pilar de la nueva realidad. La recuperación que ambicionamos.

En el punto de inflexión en el que nos encontramos, la respuesta de cada empresa ante esta crisis le va a retratar ante la opinión pública. **Atrás quedó la idea de maximizar beneficios y cálculos puramente economicistas.** Al sector privado se le exige en estos momentos que dé un paso adelante y ocupe el papel activo y social que le corresponde. La pregunta ahora es: ¿cómo mejora la empresa la sociedad a la que sirve? No nos podemos contentar con un movimiento puntual. La sostenibilidad debe perfilarse como una estrategia corporativa propia.

El sector privado es un agente indispensable de cambio responsable de las condiciones y calidad del empleo de sus trabajadores, **verificando la sostenibilidad de toda la cadena de valor y sus proveedores**, y es una herramienta de inclusión a

través de la creación de empleo para los sectores más castigados de la sociedad. Las empresas, como motores de la innovación, son clave para afrontar estos retos del presente y del futuro, que vivimos con gran incertidumbre.



Carles Puyol, Muhammad Yunus, Cristina Gallach, Emmanuel Fabber y John Carlin en la final de la Danone Nations Cup 2019

En el último año, he tenido el honor de participar en la presentación de varias iniciativas sobre la apuesta de Danone en favor de la sostenibilidad, la defensa de la biodiversidad y la lucha en favor de la inclusión, todas ellas directamente ligadas a los ODS. Por eso solo puedo sumar mi felicitación a esta compañía, que **empezó su andadura en el Carrer dels Àngels de la ciudad de Barcelona** con el propósito aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas y que hoy materializa a través de su misión One Planet. One Health. Y añadir mis deseos de que cumpla muchos años más de historia y de compromiso.

Concluyo convencida de que nos adentramos en una nueva etapa. Muchos cambios que antes veíamos a largo plazo son ahora de urgente necesidad. Para llevarlos a cabo de la mejor forma y con el mejor resultado posible, **nuestra solución debe ser global, pasando por la responsabilidad de cada uno**. Es por eso que ahora, más que nunca, necesitamos liderazgo y empuje para hacer avanzar la Agenda 2030.

Cristina Gallach es secretaria de Estado de Asuntos Exteriores y para Iberoamérica y el Caribe y ex Alta Comisionada del Gobierno de España para la Agenda 2030, cargo que ocupó desde julio de 2018 a enero de 2020



DE DÓNDE
VENIMOS
Y A DÓNDE
HEMOS
LLEGADO



Así empezó todo

De los felices años 20 a los nuevos años 20, el mundo ha dado muchas vueltas. Cuando Isaac Carasso elaboraba el primer yogur Danone en su laboratorio barcelonés del Raval en 1919, aún no se había descubierto la penicilina, ni se había pisado la Luna, pocos imaginaban que podría haber una segunda guerra mundial después de haber vivido los estragos de la primera y menos aún que un virus se extendería por el mundo entero y alteraría de manera drástica nuestras vidas.

Carasso tenía una misión muy clara: contribuir a **mejorar la salud de los niños que sufrían malnutrición y problemas intestinales** en aquella época de escasez. Cien años dan para mucho, pero hay algo que siempre se ha mantenido intacto: **la misión de «aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas posible».**

Partiendo de ese simple pero firme propósito, Danone ha continuado innovando, anticipándose y satisfaciendo las necesidades de las personas, adaptándose a sus gustos y a los nuevos estilos de vida. De aquel alimento primigenio a base de **leche fresca y fermentos** que se vendía en las farmacias, el clásico yogur Danone, hemos construido una **amplia gama de alimentos y bebidas focalizados en la salud.**

Pero, como decíamos, hemos evolucionado al compás de los tiempos. Y, aunque la emergencia climática aún no ocupase muchos titulares ni estuviera contemplada en las agendas políticas, en Danone nos dimos cuenta de que no había salud posible si el planeta no la tenía. A través de **nuestra visión One Planet. One Health** (un planeta, una salud), nos esforzamos en impulsar, de la mano de los otros, la necesaria revolución alimentaria.

¿SABÍAS QUE...

«Danone» es el diminutivo con el que Isaac Carasso se refería a su hijo Daniel.

La gran familia Danone

Productos lácteos frescos y de origen vegetal

Inspiramos hábitos de alimentación saludables y sostenibles para las generaciones futuras.

Agua mineral natural

Promovemos hábitos de hidratación saludables, ofreciendo productos y experiencias en todos los lugares y momentos de consumo, de la forma más sostenible posible.

Nutrición especializada

Servimos a la vida, ofreciendo productos de alta calidad que cumplan con las necesidades nutricionales específicas de las personas más vulnerables.



Nuestra historia

1919 Isaac Carasso elabora el primer yogur Danone en su laboratorio barcelonés del Raval.

1923 Los médicos reconocen el yogur Danone como un alimento saludable que contribuye a mejorar los problemas intestinales, y se vende en farmacias y salas de consulta.

1927 Se inaugura la primera fábrica de Danone en la calle Córcega, en Barcelona.

1949 El tarro original de porcelana se sustituye por uno de cristal, más moderno, ligero e higiénico.

1972 Antoine Riboud, entonces presidente de Danone, impulsa un nuevo liderazgo: las empresas deben perseguir el progreso económico y social. Nace el doble proyecto de Danone.

1974 Font Vella entra a formar parte del Grupo. Su origen se remonta a 1898.

1993 Lanjarón entra a formar parte del Grupo. La marca tiene su origen en 1818.

1994 Se anuncia un nuevo logotipo de Danone: un niño observando una estrella.

* La hoja de ruta de la transformación



Los 9 Objetivos de Danone para 2030, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, incorporan nuestro modelo de negocio, de marca y de confianza.



“ Cada vez que comemos o bebemos, elegimos el mundo en el que queremos vivir ”

Emmanuel Faber

Empresa



Certificada

¿Qué es el movimiento B Corp?

Las empresas con la certificación B Corp van más allá del objetivo de generar ganancias económicas e innovan para maximizar su impacto positivo en los empleados, en las comunidades y en el medio ambiente. Tras un exigente proceso de evaluación, esta auditoría valida que dichas empresas alcanzan los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad.

- 2016: Certificación B Corp de la división de productos lácteos, siendo la primera compañía de gran consumo certificada B Corp en España.
- 2019: Certificación B Corp de la división de aguas, siendo la primera empresa del sector en certificarse en Europa.

1997 Franck Riboud, que sucede a su padre como presidente de Danone, vende el 60% del negocio para unificar todas sus marcas y productos haciendo hincapié en la salud.

2002 Danone abre su Centro de Investigación y Desarrollo en Palaiseau, al sur de París, que se convierte en una referencia en innovación en la industria.

2007 Danone adquiere Royal Numico, líder mundial en nutrición infantil y médica, con marcas como Nutricia, Almirón y Aptamil.

2009 Se crea el Fondo Ecosystem de Danone, dotado de 100 millones de euros para financiar proyectos co-creados entre filiales de Danone y entidades sociales locales.

2017 Danone adquiere WhiteWave (marca Alpro), líder mundial en productos de origen vegetal. Se convierte en la «empresa de interés común» más grande de Estados Unidos.

2018 * Se definen los Objetivos de Danone 2030, las metas a largo plazo de la compañía para responder a los desafíos y oportunidades de la revolución alimentaria.

2019 Todos los Danoners reciben una acción de la compañía, es decir, se convierten en accionistas.

2020 Danone se convierte en la primera empresa de interés público («entreprise a mission») en Francia.

Un vistazo a 2019

Centenario de Danone

Celebración del centenario de Danone en la ciudad de Barcelona, donde se creó el primer yogur en 1919.



Final mundial de la Danone Nations Cup

Celebración de la final mundial de la Danone Nations Cup en Barcelona, el mayor torneo de fútbol alevín del mundo.



Certificaciones B Corp

Aguas Danone España recibe la certificación B Corp, siendo la primera empresa del sector en obtener esta certificación en Europa, uniéndose así al negocio de lácteos ya certificado en 2016.

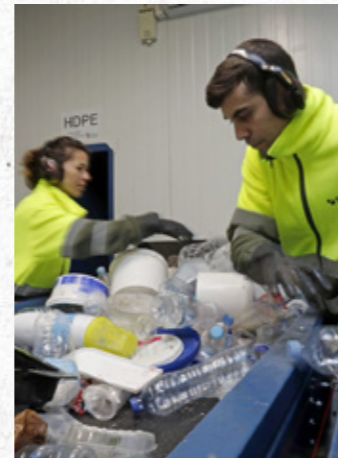


Lanjarón Circular Economy Summit

Aguas Danone celebra, en el Día Mundial del Medio Ambiente, un foro de debate sobre economía circular con diferentes actores clave del sector y con la participación de la vicepresidenta Teresa Ribera.

Inauguración de la primera planta ReNueva

En esta planta de selección de envases se da una segunda oportunidad a las botellas recuperadas de nuestros clientes y a personas en riesgo de exclusión.



25 aniversario del Instituto Danone

El Instituto Danone celebra un cuarto de siglo poniendo en valor la nutrición para una mejor salud.



Campaña «Soy espacio natural protegido»

Font Vella redefine su posicionamiento de marca y aboga por la protección de la naturaleza.



Compromiso 100% circular en 2025

Las marcas Lanjarón y Font Vella asumen el compromiso de que sus botellas estén hechas de plástico 100% reciclado en 2025.



Nace Danone Specialized Nutrition

Fruto de la integración de las unidades de negocio Numil Nutrición (Early Life Nutrition) y Nutricia (Advanced Medical Nutrition), nace Danone SN, una división más sólida y preparada para atender las necesidades nutricionales de las personas en las etapas clave de la vida.



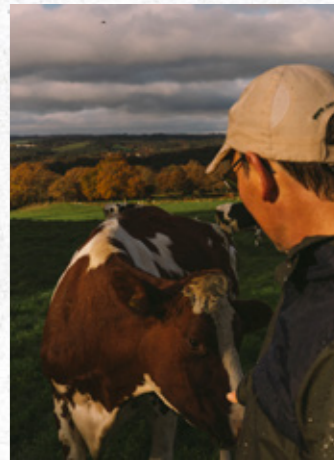
Compromiso carbono neutro

Aguas Danone España, en el marco de la COP25, asume el compromiso de acelerar la transición para ser cero emisiones netas en 2030, compromiso que se adelantó más tarde a 2025.



Certificación en bienestar animal

AENOR certifica el Protocolo de Bienestar Animal de Danone, elaborado junto con Compassion in World Farming (CIWF) y el Instituto de Investigación y Tecnologías Agroalimentarias (IRTA), además de cumplir con el Protocolo Welfare Quality.



Proyecto Fluye

Bajo el paraguas del movimiento Alimentando el Cambio, desarrollamos junto a la Fundación Trilema Fluye, un programa educativo dirigido a niños y niñas de 2 a 12 años que contempla la definición de una nueva competencia educativa basada en un concepto integral de salud (física, mental y emocional).



¿A QUÉ SABE LA SALUD?



Un planeta, una salud: conscientes de nuestra interdependencia

Las tendencias alimentarias actuales, sumadas al crecimiento de la población mundial (se estima que el número de habitantes de la Tierra rozará los 10.000 millones en 2050), **exacerbarán los riesgos para las personas y el planeta**. Se prevé que la carga mundial de las enfermedades no transmisibles empeorará y que los efectos de la producción de alimentos, las emisiones de gases de efecto invernadero, la contaminación por nitrógeno y fósforo, la pérdida de biodiversidad y el uso insostenible del agua y de la tierra reducirán la estabilidad del sistema terrestre.

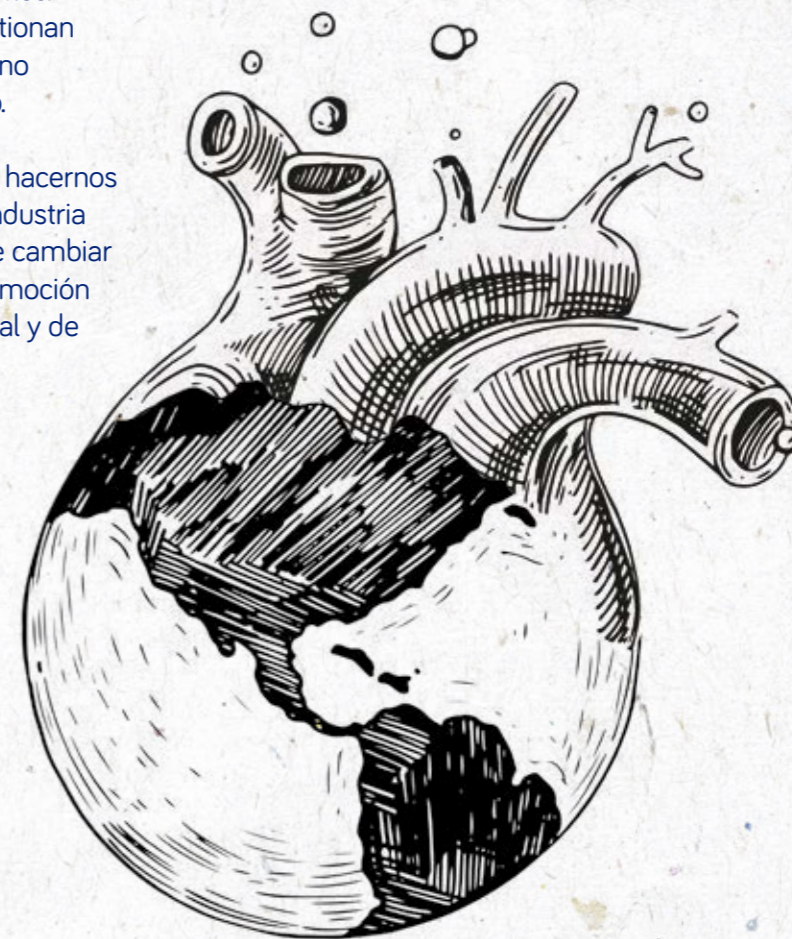
Para alimentar a una población que no para de crecer, deberemos adoptar un sistema de **agricultura regenerativa y sostenible**. Esto no solo disminuiría el número de casos relacionados con enfermedades cardíacas, diabetes o cáncer, sino que también propiciaría un **uso más sostenible de la tierra y reduciría las emisiones de carbono a la atmósfera**.

La **sostenibilidad del sistema alimentario** depende de la productividad agrícola, la diversidad en el suministro de alimentos, la asequibilidad de los alimentos para los consumidores y el uso de los recursos naturales para la agricultura.

Son tres las **vías principales hacia un sistema alimentario sostenible** que garantice una dieta saludable a una población creciente, al tiempo que preserve los recursos naturales:

- **Transformar nuestros hábitos alimentarios:** necesitamos comer más alimentos vegetales y, al mismo tiempo, seguir una dieta sana y equilibrada.
- **Reducir la pérdida y el desperdicio** de alimentos.
- **Cambiar la forma en que se producen** y gestionan los alimentos, en base a métodos de cultivo no intensivos y más respetuosos con el entorno.

Esa **interdependencia humanos-planeta** debe hacernos conscientes –a la sociedad en general y a la industria alimentaria en particular– de nuestro poder de cambiar las cosas, adoptando un papel activo en la promoción de hábitos saludables y en una producción local y de temporada.



EVOLUCIÓN DE NUESTRO PORFOLIO

En 1996, se inició un proceso de transformación del portafolio de productos, para dejar atrás aquellos que no estaban alineados con nuestra misión, y hoy en día tenemos tres divisiones de negocio enfocadas en la salud:



1. VEGGIE IS THE NEW BLACK: HACIA DIETAS MÁS VEGETALES

Cada vez son más las personas y las familias que apuestan por **dietas vegetarianas o flexitarianas** –basadas en alimentos de origen vegetal sin excluir los productos de origen animal– y que se preocupan por conocer el origen de los alimentos que consumen y cómo han llegado hasta sus platos.

Desde Danone **queremos dar respuesta a este movimiento y a las nuevas tendencias de alimentación.** Trabajamos todos los días para facilitar esta adopción positiva y flexible para más personas en todo el mundo a través de una amplia gama de productos lácteos y de origen vegetal:

La soja que utilizamos en nuestros productos:

- Proviene de cultivos responsables de Europa o Canadá.
- No proviene de áreas en riesgo de deforestación.
- No es transgénica (GMOs).



Desde Alpro ofrecemos una amplia e innovadora cartera de marcas locales y globales elaboradas con bases vegetales.



Hemos incorporado opciones vegetales a nuestras marcas tradicionales que forman parte del ADN de las innovaciones de productos.

2. YOGURES Y LECHE FERMENTADAS

Según datos de 2019, las ventas de Danone se distribuyen de la siguiente manera:



Innovación: reformulación de nuestros productos

Desde 2014 se han reformulado todas las marcas de yogures y leches fermentadas.

Entre 2014 y 2019, hemos reducido un 22% los azúcares añadidos (g/100g).

En 2019 y 2020 la innovación es una de las prioridades, dando respuesta a una preocupación por aspectos de salud, azúcares y naturalidad.



Ampliamos el territorio natural y promovemos su consumo en la población infantil: Danone kéfir, Yogur 1919, Yogur Danone Eco, Danone natural con licencia Forzen.



Lanzamos productos sin azúcares añadidos ni edulcorantes: Activia Zero & Doble de fruta, Activia Zero semillas, Danonino Eco Pouch.



Lanzamos productos con menos azúcar añadido: Actimel: más fruta, -40% azúcar; Danone para beber kids: -50% de azúcares que la media del mercado de yogur bebible.



Apostamos por recetas más sencillas: Danone Pastoreo: leche fresca de vacas que pastan en libertad, zumo de fruta, una cucharadita de azúcar de caña y zumo de limón.



Ampliamos el territorio proteína: en 2019 nació la gama YoPRO de lácteos altos en proteína de calidad enfocada a las personas deportistas.



El yogur es un alimento de **alta densidad nutricional**:

- Contiene altos niveles de proteínas y calcio, aportando pocas calorías.
- Contiene fósforo, magnesio y vitaminas del grupo B.
- Sus fermentos vivos ayudan a la digestión de su lactosa.
- Es un excelente vehículo para incorporar otros alimentos saludables: fruta, semillas o frutos secos.
- El yogur natural no contiene azúcares añadidos.

El yogur es un alimento que **puede consumirse a diario en el marco de las recomendaciones** de consumo máximo de azúcares de la OMS, pero si no le añades azúcar, ¡mucho mejor!

No todos los azúcares son iguales

Tipos de azúcares:

- **Azúcar intrínseco:** aquel naturalmente presente en algunos alimentos: fructosa (en la fruta) y lactosa (en la leche).
- **Azúcar añadido:** aquel que se añade a los alimentos para dar sabor dulce.

¿SABÍAS QUE...

Los yogures solo aportan el 6,6% del azúcar añadido en las dietas de los españoles.

El azúcar es necesario ya que aporta energía al organismo, pero el consumo excesivo de azúcares añadidos está relacionado con el sobrepeso, la obesidad y la diabetes.

La OMS recomienda que el consumo de azúcares añadidos sea menos del 10% de la ingesta calórica total diaria. Un aporte por debajo del 5% produciría beneficios adicionales para la salud.

Si se añade azúcar, mejor que sea en alimentos de alta calidad nutricional como el yogur.

3. NUTRICIÓN ESPECIALIZADA

Danone Specialized Nutrition cuenta con una gran cartera de productos enfocados a cubrir todas las etapas clave de la vida, desde los primeros años hasta la vejez, a través de soluciones nutricionales específicas, siempre **poniendo el foco en el crecimiento y envejecimiento saludable**:

- Productos de alimentación infantil para el crecimiento y desarrollo saludable del niño en las primeras etapas de la vida (de 0 a 36 meses).
- Opciones nutricionales para atender situaciones específicas de salud en las primeras etapas de la vida, como bebés prematuros o con alergia a la proteína de la leche de vaca, entre otros.
- Soluciones nutricionales específicas frente a condiciones del envejecimiento.
- Productos nutricionales para pacientes con enfermedades crónicas y graves como cáncer, Alzheimer o ictus, entre otras.

4. AGUA MINERAL NATURAL

Queremos inspirar hábitos de hidratación saludables ofreciendo nuestros productos en todos los momentos de consumo. El agua es la mejor forma de hidratarse.

Agua mineral natural

Representa el 96% del las ventas



Bebidas de sabores

Innovaciones hechas a base de agua mineral



Limonada

<3,5g/100 ml. de azúcar

Limonada Zero

Cero azúcares e ingredientes de origen 100% natural

Empresa



Certificada



Comunidad

Danone ha conseguido el sello B Corp porque tiene una misión social: «aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas posible».

VOZ INVITADA

Luis Moreno,

catedrático y coordinador del grupo GENUD (Growth, Exercise, Nutrition and Development). Facultad de Ciencias de la Universidad de Zaragoza. Investigador del CIBERobn. Presidente del Instituto Danone



La adecuada alimentación a lo largo del ciclo vital es decisiva para una buena salud. Disponer de alimentos con una baja densidad energética, pero un contenido elevado en nutrientes indispensables, especialmente vitaminas y minerales, garantiza un óptimo consumo.

Se debe asegurar también un balance adecuado entre la calidad nutricional del patrón alimentario y el menor impacto posible para el medio ambiente. Este campo precisa todavía de mucha investigación. Sin embargo, parece claro que el patrón de consumo, con predominio de alimentos de origen vegetal, acompañado de alimentos de origen animal que puedan garantizar el aporte de vitamina B12 y ácido fólico, hierro y calcio, entre otros, sería lo más conveniente.

En todo lo señalado anteriormente, el grupo Danone contribuye activamente, ejerciendo un reconocido liderazgo a nivel mundial.

SOLUCIONES NUTRICIONALES FRENTE AL RETO DEMOGRÁFICO

Al servicio de la vida

El mundo envejece, de forma desigual, pero a pasos agigantados: se estima que **el número de mayores de 80 años se habrá triplicado en 2050**. Europa es el continente que lidera este «invierno demográfico» y España, el tercer país del mundo con mayor esperanza de vida, por detrás de Suiza y Japón, según los últimos datos ofrecidos por la ONU. **La crisis de natalidad que vive nuestro país representa la otra cara de la moneda**: el número de nacimientos ha caído más de un 27 % en una década.

La actual realidad demográfica conecta profundamente con nuestro compromiso de servir a la vida, ofreciendo productos de alta calidad que cumplan con las **necesidades nutricionales específicas de las personas más vulnerables** y que requieren especial atención y cuidados: los mayores y los niños. Una aspiración que cobra más sentido si cabe ante el actual contexto del COVID-19.

Con el objetivo de seguir siendo un referente en nutrición para la salud y el bienestar, **en 2019 nació Danone Specialized Nutrition (SN)**, fruto de la integración de las unidades de negocio Numil Nutrición (Early Life Nutrition) y Nutricia (Advanced Medical Nutrition). Una nueva división que refuerza nuestra larga historia como pioneros en soluciones nutricionales en áreas que van desde el crecimiento en la vida temprana, la salud intestinal o la microbiota e inmunología hasta la neurociencia, la salud muscular y la movilidad.



BIENESTAR DESDE LA CUNA

La importancia de los primeros 1.000 días



Una alimentación óptima durante los primeros 1.000 días –que incluye los **270 días de embarazo y los 730 días de los dos primeros años de vida** del niño– es clave para garantizar la salud a lo largo de la vida:

- Afecta al desarrollo de los sistemas digestivos.
- Refuerza el sistema inmunológico.
- Determina los hábitos alimenticios saludables.
- Constituye un periodo estratégico en términos de prevención y salud pública.

Las conclusiones extraídas tanto de investigaciones de la OMS como de la Academia Americana de Pediatría fueron publicadas en un artículo de la revista *Nutrición Hospitalaria* con el apoyo del Instituto Danone. Puedes descargarlo aquí:

¿SABÍAS QUE...

Durante los 1.000 primeros días, el bebé crecerá más de tres veces su peso al nacer y el doble de su estatura, y su cerebro crecerá un gramo cada día.



Apoyo a la lactancia materna

La lactancia materna es el mejor alimento para un bebé al comienzo de su vida. Por eso estamos comprometidos a apoyar esta forma de alimentación y la comercialización responsable de la fórmula infantil.

- Llevamos **más de 40 años** investigando la leche materna.
- Somos la primera compañía en **no anunciar fórmulas infantiles** para niños de entre 0 y 6 meses.
- Los productos como el **fortificador de leche materna** están especialmente diseñados para apoyar la lactancia materna continua.

No todas las leches de continuación son iguales



Fruto de nuestros últimos descubrimientos científicos, nace una nueva generación de fórmulas: Almirón Profutura. Esta gama de leches de continuación cuenta con la fórmula más avanzada e innovadora de Almirón que ayuda al normal funcionamiento del sistema inmunitario de los bebés gracias a las vitaminas C y D. Es la única con fibras GOS/FOS (Galacto-oligosacáridos y Fructo-oligosacáridos) y 2 HMOs: 3'GL (3-Galactosil-lactosa) procedente de nuestro proceso único y 2'FL (2-Fucosil-lactosa). Además, no contiene aceite de palma.

Nutrición en bebés prematuros

Cada año nacen 15 millones de bebés antes de tiempo en el planeta, según la OMS. **En España nacen 28.000 bebés prematuros al año**, lo que supone uno de cada 13 alumbramientos, una de las tasas más altas de la Unión Europea.

Los bebés prematuros tienen **requisitos nutricionales muy diferentes** y la nutrición especializada puede ayudarlos a ponerse al día con el crecimiento que habría sucedido en el útero, así como a alcanzar el desarrollo funcional.

En nuestro centro de investigación Danone Nutricia Research **somos pioneros en descubrimientos nutricionales para prematuros desde 1951**, cuando desarrollamos nuestro primer producto dirigido a estos bebés.



Con ellos en los momentos más vulnerables

En Danone SN, a través de la nutrición médica especializada cubrimos distintas enfermedades, desde el nacimiento hasta la edad adulta.

Desarrollamos productos específicos destinados a ofrecer soluciones nutricionales para bebés con enfermedades o metabolopatías que se diagnostican al nacer:

- **Alergias a la proteína de leche de vaca**
- **Errores innatos en el metabolismo**
- **Fallo de medro (falta de crecimiento asociado a la enfermedad)**
- **Epilepsia refractaria**

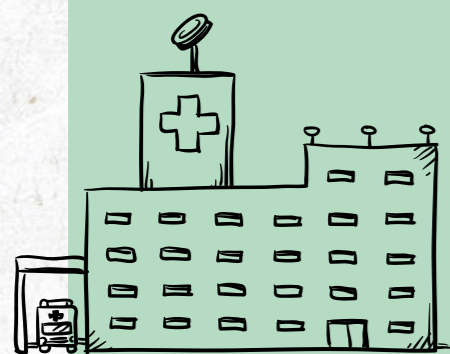


EN LA SALUD Y EN LA ENFERMEDAD

Para los jóvenes y adultos, la nutrición médica puede desempeñar un papel fundamental en la recuperación de la enfermedad. Las personas que luchan contra enfermedades o que viven con afecciones a largo plazo pueden tener poco apetito, perder peso y adolecer de problemas al tragar. Y una dieta convencional puede no proporcionar la cantidad o el tipo de nutrición necesaria para sus organismos.

En Danone Specialized Nutrition desarrollamos soluciones nutricionales para las siguientes patologías:

- Fragilidad física
- Desnutrición relacionada con la enfermedad
- Oncología
- Cirugía/cuidado crítico
- Disfagia/ictus
- Alzheimer/MCI
- Epilepsia



El **45%** de las personas mayores de 16 años padecen al menos una condición o patología crónica.

El coste potencialmente atribuible a la desnutrición hospitalaria en España sería de al menos **1.143 millones de euros**, según el Estudio Predyces .

Entre el **3 y el 35%** de los pacientes crónicos está en riesgo de desnutrición relacionada con la enfermedad.

La nutrición médica puede **contribuir a unos mejores resultados clínicos**. También proporciona a los pacientes productos con buen sabor, contribuyendo a su bienestar y calidad de vida.

Integrar la nutrición en las vías de atención de los pacientes quirúrgicos y garantizar que reciban apoyo nutricional en forma de suplementos orales como Fortimel **puede reducir la duración de su permanencia en el hospital** en aproximadamente dos días. Esto corresponde a una reducción del 13% en su estancia hospitalaria, lo que genera ahorros de alrededor del 10% de los costes totales de atención médica.



COVID-19. HACIA UN NUEVO MODELO EN LA ATENCIÓN A MAYORES

El COVID-19 representa el mayor reto de salud a escala global de los últimos cien años. Esta crisis ha puesto a prueba nuestro sistema sanitario y, entre otros desafíos estructurales, **ha puesto de manifiesto la relevancia que tiene el abordaje de la desnutrición relacionada con la enfermedad (DRE)** en el pronóstico y la recuperación de las personas enfermas, especialmente en aquellas de edad avanzada. Factores como la edad, las enfermedades acompañantes, el sistema inmune y probablemente el estado nutricional han jugado en contra del pronóstico de los mayores. Las primeras investigaciones nos muestran que:

- Hasta un 75% de estos pacientes presentaban **riesgo nutricional**.
- Un 27% ya cumplían criterios clínicos de **desnutrición** y muchos ya mostraron una gran astenia, anorexia y pérdida de peso en las semanas anteriores al ingreso.
- La **disfagia** afecta al 53,1% de los pacientes ingresados por COVID-19 (al 75% de los mayores de 75 años).

APOYO A LA COMUNIDAD MÉDICA Y CIENTÍFICA

Desde los años 80, Danone Specialized Nutrition ha jugado un rol activo en el desarrollo de la categoría, tanto a través de la innovación como a través de la **formación y de la divulgación de manuales, herramientas y guías técnicas**, entre otros, con el objetivo final de ayudar a los profesionales médicos a mejorar la calidad de vida de sus pacientes.

Colaboración en más de **35 proyectos** de investigación de la mano de hospitales públicos y privados de nuestro país.

Participación proactiva en la **formación en nutrición clínica** a médicos internos, residentes de geriatría, farmacia, oncología, neurología, enfermería, dietistas y nutricionistas, así como a equipos responsables de errores congénitos del metabolismo y a pediatras, gastropediatras y neonatólogos.



Cada año promovemos y patrocinamos más de **200 formaciones en nutrición** apoyando a más de **5.000 profesionales al año**.



Bajo el sello «**Talento en nutrición**», Danone Specialized Nutrition engloba un programa de actividades de **formación, investigación y divulgación** dirigidas a profesionales médicos de diversos ámbitos, que en su día a día trabajan con pacientes que necesitan de una nutrición clínica adaptada.

Colaboramos con asociaciones de pacientes con jornadas de formación para ayudarles a llevar bien su dieta e incidiendo sobre la importancia de una buena alimentación, concretamente y con especial énfasis en los pacientes metabólicos y con epilepsia. Realizamos también **campamentos de verano y carreras benéficas**.

Nutricia Profesionales es una plataforma orientada a profesionales médicos para poder ayudarles y apoyarles en la práctica clínica con servicios de interés, como cursos acreditados, congresos y simposios locales e internacionales, artículos científicos o materiales de apoyo, que están segmentados en diferentes áreas terapéuticas donde la nutrición médica juega un papel esencial.

El proyecto **The Chef's Council**, desarrollado junto con la Fundación Alícia, el Hospital de Mataró y la European Society for Swallowing Disorders (ESSD), es una iniciativa multidisciplinar donde un equipo de expertos trabaja en coordinación para lograr que las personas con disfagia puedan comer e hidratarse de una manera más placentera.



VOZ INVITADA

Juan Ignacio Vela Caudevilla, presidente de la Fundación Lares



Una de las grandes dificultades de la vida cotidiana para personas mayores y en situación de dependencia que viven en nuestras residencias es alcanzar una adecuada alimentación, y de manera muy especial la disfagia.

En Lares estamos muy satisfechos de la colaboración con Danone Specialized Nutrition. Ambas instituciones hemos sido capaces de encontrar una serie de sinergias de las que se benefician estas personas. Esto nos permite ofrecer a los y las profesionales de nuestras más de 1.100 residencias asesoramiento, formación y apoyo en este complejo asunto.

De este espíritu cooperativo solo pueden salir beneficios para el bienestar de las personas mayores y en situación de dependencia.

LA GENERACIÓN QUE CAMBIARÁ LAS REGLAS

Jaque a la obesidad infantil

La OMS ha definido el crecimiento de las tasas de obesidad como uno de los problemas de salud pública más preocupantes del siglo XXI. Actualmente, se estima que la obesidad infantil **afecta a unos 41 millones de niños** a nivel global. Y España está la cabeza de los países europeos: la prevalencia de sobrepeso y obesidad infantil en nuestro país es del 41,3%, según datos del Estudio Aladino, y alcanza hasta un 54,3 % en los menores que se encuentran en situación de vulnerabilidad, según datos de la Gasol Foundation.

Al sedentarismo y a la penetración de la comida rápida se suma la dificultad de las familias para preocuparse por el cuidado de la dieta, algo que requiere tiempo, conocimientos y planificación: encontrar hueco para cocinar e, incluso, hacer la compra, no es fácil cuando todos los miembros adultos de la familia trabajan también fuera de casa. ¿El resultado? Más productos preparados y procesados.

Se calcula que el **81% de los niños obesos serán adultos obesos**. No atajar el problema en la infancia puede desembocar en futuras **enfermedades asociadas** –cardiopatías, diabetes, artrosis, etc.– que a menudo no se manifiestan hasta la edad adulta.

Este escenario pone de manifiesto la urgencia e importancia de tomar medidas que contribuyan de forma eficiente a revertir esta situación. Nuestra misión es aportar salud a través de nuestros productos, pero también **promover hábitos saludables en las nuevas generaciones**. Queremos influir en ellas y en sus familias, empoderarlas para que reescriban las reglas hacia una alimentación más saludable y respetuosa con el planeta.

«¡Quiero ver el
plato limpio!»

No ayuda esa cultura de la sobrealimentación heredada de nuestros padres y abuelos.

«Si te comes todo,
habrá postre»

Ni la concepción de la comida como herramienta de premio o castigo.

ALIMENTANDO EL CAMBIO

Lanzamos esta iniciativa en 2018 con el objetivo de unir fuerzas con todas aquellas entidades públicas y/o privadas que quieran sumarse a un movimiento con acciones concretas para avanzar hacia una revolución de la alimentación desde la base. **Empoderando a las nuevas generaciones para convertirlos en agentes de cambio:** propiciando que tomen decisiones conscientes sobre su salud y poniendo a su alcance la información que necesitan para poder escoger por ellos mismos entre las opciones de alimentación más saludables y sostenibles.



Visita la página web de Alimentando el Cambio.



Para ello, actuamos en tres ámbitos:

1. Promoviendo la salud integral en las aulas



Con el proyecto Fluye buscamos **integrar la nutrición como parte del currículum escolar**, a través del desarrollo de competencias personales en el aula, de forma que el alumno aprenda a cuidarse para tener mejor salud y mayor bienestar personal.

Buscamos generar impacto a largo plazo en la mejora de la salud infantil a través del fomento de hábitos saludables en el colegio y en casa, y el trabajo de las competencias para estar sano y feliz.

Es una propuesta educativa dirigida a estudiantes de Infantil y Primaria, utilizando metodologías de aprendizaje basadas en proyectos y desafíos.

La Fundación Trilema ha diseñado **material complementario para los profesores, y una formación a las familias** de los niños adscritos al programa (con una app) para dar a conocer los hábitos y prácticas que aprenden en la escuela.

¿SABÍAS QUE...

Tanto la FAO como la OMS reconocen la relevancia de la educación nutricional en la escuela, pero, aun así, en España, saber cómo alimentarse no forma parte del currículo escolar.



Prueba piloto en el curso 2020/2021

23

colegios a nivel nacional

8

comunidades autónomas

+9.900

alumnos de 3 a 12 años

2. Fomentando una publicidad responsable

Utilizamos la comunicación dirigida a los más pequeños para crear un cambio en sus hábitos de alimentación, **limitando la publicidad destinada a niños menores de 12 años a aquellos productos que se adaptan mejor a sus necesidades nutricionales**, en línea con las prioridades de salud pública.

Para fomentar el consumo de agua entre los más pequeños, las marcas de aguas Font Vella y Lanjarón desarrollan formatos decorados con los personajes favoritos de los niños y niñas, para que beber agua se asocie con el juego y la diversión y mejorar así los índices de hidratación.



El agua es muy importante para el desarrollo físico y cognitivo de los más pequeños. Regula la temperatura corporal y forma parte de las secreciones que nos ayudan a hacer la digestión.



¿SABÍAS QUE...

La EFSA (Agencia Europea de Seguridad Alimentaria) recomienda que los niños de 2 a 3 años consuman unos cinco vasos y medio de agua al día. Para los peques de 4 a 8 años, seis vasos y medio. Para los niños de 9 a 13 años, unos ocho vasos y medio, y a partir de los 14, al menos dos litros de agua al día. Teniendo esto en cuenta y manteniendo una alimentación rica en frutas y verduras, conseguirás que tus hijos estén bien hidratados.



Gracias a estos formatos hemos llegado a **1,4 millones de hogares** en 2019

De 2018 a 2020 hemos conseguido **reducir 200 toneladas de azúcar** añadido cada año

(Kantar 2019, panel de hogares)

3. Acompañándote al súper

Para que el cambio que empieza en el colegio sea sostenible en el tiempo, es imprescindible involucrar a las familias, ayudándolas a realizar elecciones de comida y bebida más saludables. ¿Por dónde empezar?



Fijándonos en las etiquetas: el sistema Nutri-score, representativo y didáctico, ayuda a las familias en la toma de decisiones.



Apostando por el consumo de productos locales para disminuir la huella ambiental e impactar positivamente en la economía de la zona.



Escogiendo marcas comprometidas con la sostenibilidad y el medio ambiente. Tanto la división de yogures de Danone en España como su división de agua mineral cuentan con la certificación B Corp.

Nutri-score: inspirando decisiones de compra más saludables



+ Saludable -Saludable

Nutri-score es un sistema de etiquetado frontal basado en una sólida evidencia científica que **evalúa la calidad nutricional de los productos alimentarios**. Valora cada producto, desde el color verde (A) para los más saludables hasta el color rojo (E) para los considerados menos saludables. Nutri-score calcula puntos «negativos» (calorías, grasas saturadas, azúcar y sodio) frente a los «positivos» (frutas, verduras y frutos secos, así como fibra y proteína). **Es un sistema muy visual que facilita la comparación entre productos de una misma categoría.**

Desde septiembre de 2019 hemos comenzado a implantar el sistema de etiquetado Nutri-score en nuestros productos, empezando por aquellos dirigidos a niños y familias.

VOZ INVITADA

Carmen Pellicer, presidenta de la Fundación Trilema



Durante los últimos dos años hemos tenido la oportunidad de co-crear con Danone un proyecto pedagógico muy innovador y con vocación de impacto en todo el sistema educativo de nuestro país: el proyecto Fluye. Happy and Healthy Kids. Desde su inicio, hemos visto la oportunidad de enmarcar la práctica de hábitos saludables en una ambición mayor y más eficaz: un verdadero programa de Educación para la Salud Integral, que contemple las dimensiones físicas junto con las socioemocionales, el equilibrio personal y la sostenibilidad.

Nunca, cuando comenzamos nuestro trabajo, podríamos haber imaginado lo oportuno y relevante que en estos momentos iba a ser nuestra propuesta para todas las escuelas del mundo. Juntos, gracias a Danone, podemos decir que nos hemos adelantado al futuro.

escuelas DANONE



Por la integración social

17 escuelas
1.000 alumnos al año

A través del proyecto Escuelas Danone trabajamos por la integración social de niños y niñas de entre 6 y 12 años mediante la **educación en valores, el deporte y el fomento de hábitos de vida saludable.**

El proyecto se creó en 2004 de la mano de la Asociación de Deportistas por una Infancia Mejor.

Los alumnos asisten al programa de forma gratuita y realizan las siguientes actividades:

- Clases de educación en valores y hábitos saludables
- Clases de apoyo escolar
- Entrenamiento deportivo de fútbol y baloncesto
- Competiciones deportivas y campus de verano

El impacto del proyecto en los niños y niñas se mide anualmente a través de un test psicosocial, el comportamiento en el centro educativo y la monitorización de la asistencia a clases. Algunos resultados:

16,5% menos dietas de baja calidad
14,2% consume más fruta y verdura
3,3% menos obesidad infantil
14,4% mejora su actividad física

Empresa
B
Certificada



Comunidad

Danone ha obtenido el sello B Corp porque trabaja para impulsar el desarrollo social de la infancia, promoviendo valores y hábitos saludables entre los más de 1.000 niños de entornos desfavorecidos que participan en las Escuelas Danone.

LA REVOLUCIÓN DE LOS FERMENTOS

Innovación al servicio de las personas

Danone no se entendería sin innovación. La innovación es lo que permitió a **Isaac Carasso** en 1919 elaborar el primer yogur Danone y, también, lo que nos ha llevado a convertirnos en una de las principales compañías de alimentación del mundo. Con la vista siempre puesta en el consumidor, sus gustos y sus necesidades.

Nuestros procesos de investigación y desarrollo no solo han logrado **avances significativos en nuestros conocimientos sobre el yogur**, sino también en el cultivo de los ingredientes que lo componen: leche y fermentos.

Entre los más de 1.600 trabajadores de Danone dedicados a la investigación en 130 países, destaca la labor realizada en las **plantas de I+D+i de Madrid y Barcelona**, que suministran no solo a España, sino también a otras partes de Europa.



Nuestro compromiso es seguir liderando innovaciones pioneras y basadas en la ciencia. ¿Cómo?

1.

Ofreciendo alternativas **saludables**, con niveles de azúcar añadido muy por debajo a los estándares en el mercado.

2.

Renovando y mejorando el **perfil nutricional** sin que esto afecte al buen sabor.

3.

Acompañando a los pacientes con enfermedades graves o crónicas para ayudarlos en su recuperación **y apoyando a la comunidad médica** en su labor con aquellos que necesitan de una nutrición adaptada.

77 nuevas referencias se lanzaron en 2019

1/3 de nuestra gama de productos se renueva cada año

¿SABÍAS QUE...

En 1919, Isaac Carasso empezó a elaborar los primeros yogures Danone en Barcelona, inspirado en la investigación del inmunólogo y Premio Nobel de Medicina Elie Metchnikoff en el Instituto Pasteur sobre el papel de los fermentos en el intestino y la salud, y preocupado por la salud intestinal de los niños de la ciudad.

VIAJE A NUESTROS CENTROS DE INNOVACIÓN

Centro Internacional de Tecnología del Yogur (Madrid)

El único centro en el mundo con una planta piloto que permite optimizar la adaptación de los productos lácteos a las condiciones y procesos de producción industrial en cualquier parte del mundo.

Centro Isaac y Daniel Carasso (Barcelona)

Centro de investigación y desarrollo de productos, fermentos y *packaging* de Danone.

Nutricia Research (Utrecht, Países bajos)

Centro de investigación y desarrollo en nutrición infantil y médica con más de 120 años de experiencia.

Danone Research (Palaiseau, Francia)

Catalizador de innovación para todas nuestras marcas de productos lácteos y de aguas.

Shanghai

Singapur

Evian



Una vocación científica: promoviendo la investigación

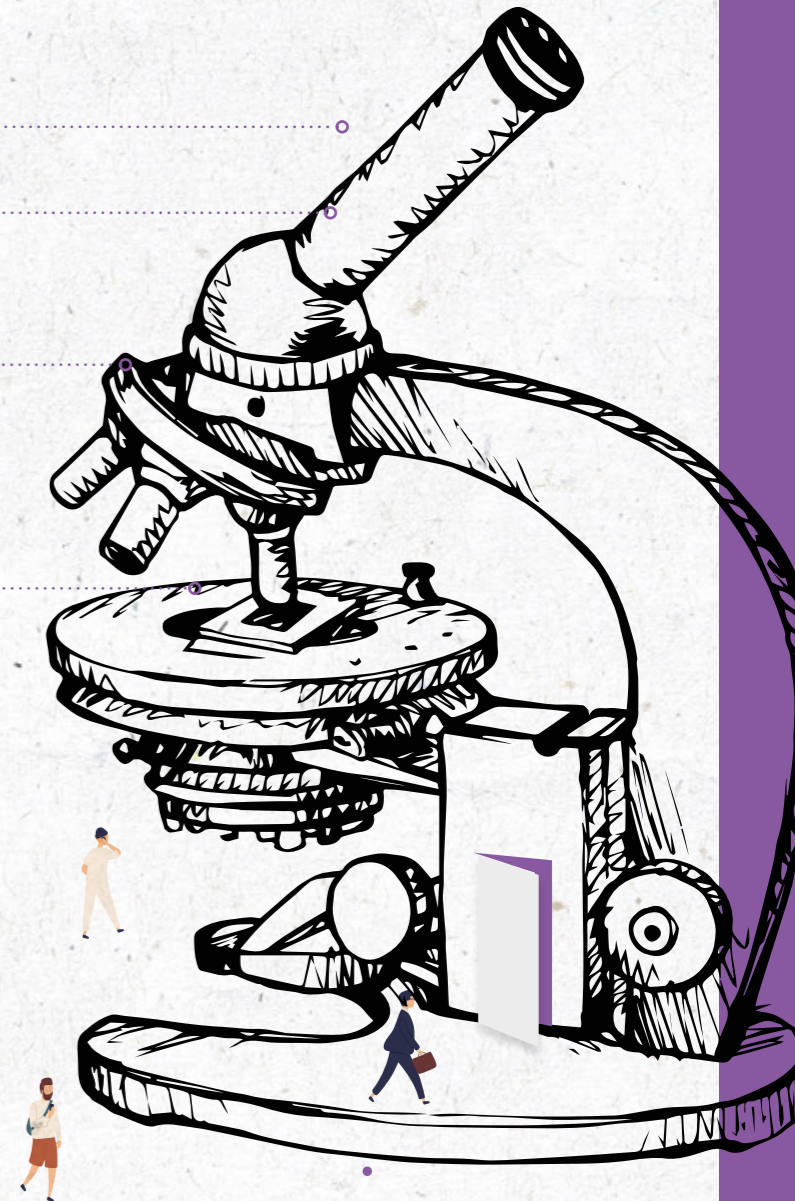


El Instituto Danone es una asociación científica sin ánimo de lucro, con vocación internacional e independiente. Creado en 1993, está presente en 19 países y cuenta con la participación de reconocidos especialistas en el campo de la nutrición y la salud, con la misión de:

- Promover la salud humana, prestando especial atención a los efectos beneficiosos del yogur.
- Animar y premiar la investigación nutricional.
- Fomentar el intercambio de conocimientos a través de conferencias, talleres, mesas redondas y publicación de materiales científicos.
- Fortalecer los vínculos entre la investigación y los organismos interesados en nutrición y salud mediante el desarrollo de sitios web, congresos sobre nutrición o la difusión en medios de comunicación.

Principales actividades:

- Concesión de becas y premios de investigación.
- Cursos de formación de verano en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- Realización de ciclos de conferencias en la Real Academia Nacional de Medicina.



Abrimos a la comunidad científica nuestra histórica colección de fermentos

Con motivo de nuestro centenario, abrimos el acceso para los científicos a la colección de 1.800 cepas de bacterias, con el objetivo de fomentar la investigación sobre el papel de los fermentos. Entre sus beneficios para la salud, cuidan el intestino, refuerzan la inmunidad o contribuyen a una mejor nutrición, pero también regeneran el suelo o mitigan las emisiones de metano de las vacas.



VOZ INVITADA

Francisco Guarner, digestólogo e investigador del Servicio de Patología Digestiva del Hospital Universitari Vall d'Hebron



La revolución de la microbiota inunda hoy todos los ámbitos de la fisiología y la medicina. Danone ha sido pionera en esta área tan poco reconocida hace unos años. Sus contribuciones en la promoción de la investigación y en la difusión de los nuevos conocimientos durante muchos años son ya hitos en la historia de las ciencias de la salud.

REACTIVAR EL CAMPO.

EL LUGAR DEL QUE NUNCA NOS FUIMOS



Relevo generacional: una fórmula frente a la despoblación

No podemos saber con certeza cuánto habría tardado la España vacía en romper las paredes insonorizadas que se alzaban entre el mundo rural y el urbano si el periodista y escritor **Sergio del Molino** no hubiera publicado su aplaudido ensayo *La España vacía: Viaje por un país que nunca fue* en 2016. Lo que sí sabemos es que los problemas del campo ya existían antes de que empezaran a poblar titulares a diario.

Se calcula que hay **más de 200 pueblos abandonados** en España y más de 1.800 en riesgo de extinción, lo que convierte a nuestro país en el más despoblado de Europa. Si bien los municipios rurales ocupan el 40% del territorio, representan alrededor del 3% de la población del país. **Cada año, el campo pierde 45.000 habitantes.**

La ganadería y la agricultura son, precisamente, la mejor receta para frenar este vaciamiento demográfico. En este sentido, apoyar a los ganaderos más jóvenes a gestionar sus explotaciones es fundamental. La España rural es tierra viva a la espera de recibir apoyo, inversiones y manos que la trabajen.

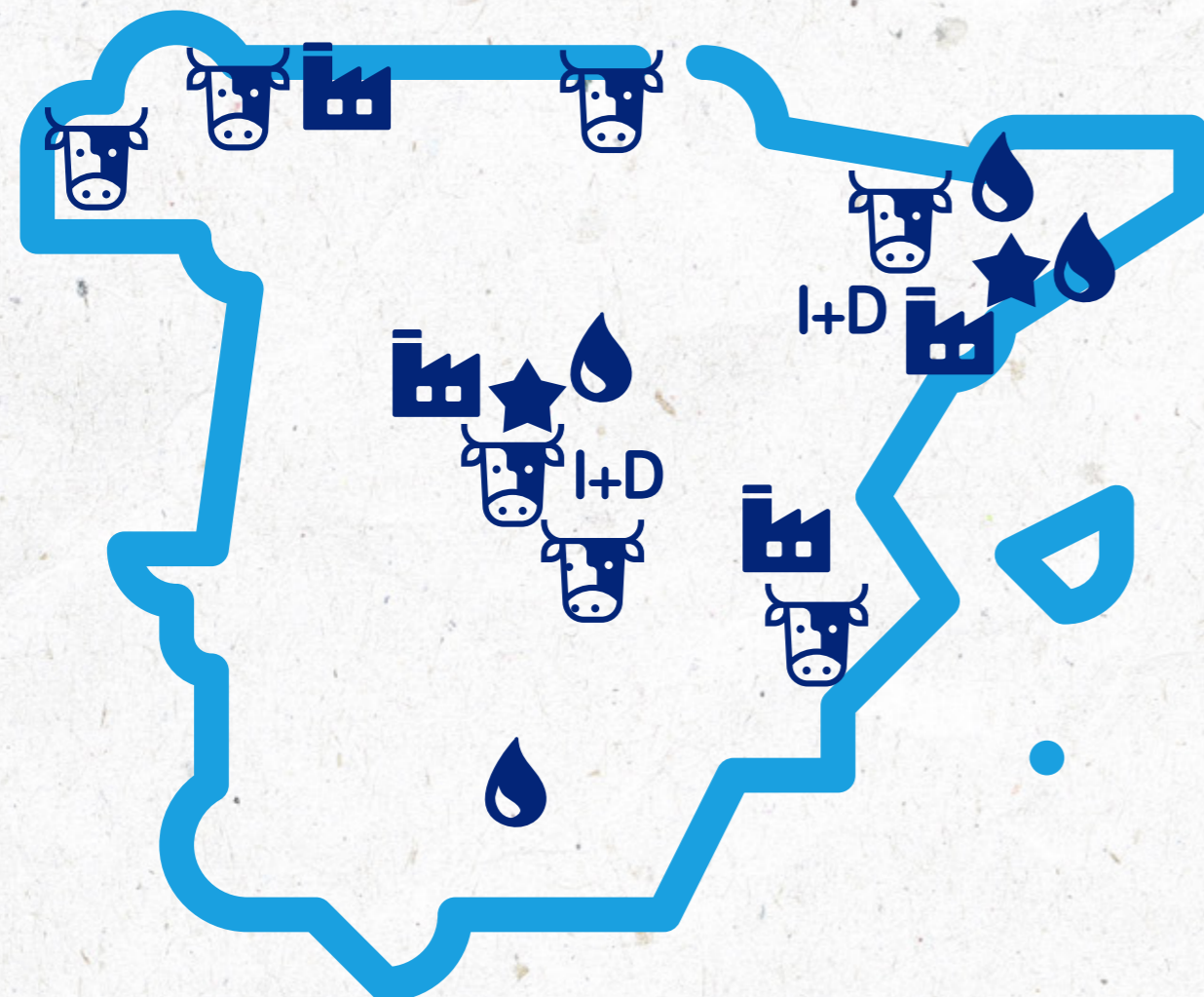
El origen local de Danone (Barcelona, 1919), así como el hecho de ofrecer productos directamente vinculados al campo y a la naturaleza como la leche o el agua, nos hace del todo conscientes del reto que tenemos por delante. Dejar que la España rural se apague conllevaría consecuencias sociales, demográficas, económicas y medioambientales que es necesario prevenir... por el bien de todos. ¿O es que los alimentos que llegan a nuestro plato brotan del asfalto?



¿DÓNDE ESTAMOS?

Nuestro modelo de proximidad

Cada día llegan a las fábricas de Danone aproximadamente un millón de litros de leche fresca de proximidad procedente de granjas familiares, y nuestras plantas envasadoras se encuentran en las localidades donde están situados los manantiales de agua mineral. La proximidad es un elemento central para asegurar la sostenibilidad y, por ello, es un eje fundamental del modelo de aprovisionamiento de la compañía.



I+D



Centro Carasso
(BARCELONA)

Centro Internacional
de Tecnología del
Yogur
(MADRID)

Trabajamos con
+200 GANADERÍAS
españolas, próximas a
nuestras fábricas y a
menos de 100 km de
distancia de de nuestros
centros de descarga,
en 8 comunidades
autónomas

Plantas de envasado:
Lanjarón
(GRANADA)

Sigüenza
(GUADALAJARA)
Sant Hilari Sacalm y Amer
(GIRONA)



Oficinas:
**BARCELONA,
MADRID Y
TENERIFE**



Plantas de
producción:

Tres Cantos
(MADRID)

Parets del Vallés
(CATALUÑA)

Salas
(ASTURIAS)

Aldaya
(COMUNIDAD
VALENCIANA)



Font Vella está presente siempre que se le necesita como aliado fiel y sensible del municipio.

María Jesús Merino - Alcaldesa de Sigüenza



Tres generaciones de salenses han vivido su vida junto a Danone; la memoria colectiva de Salas ya no concibe el concejo sin la fábrica.

Sergio Idalgo Alonso - Alcalde de Salas



Es una de las empresas que más empleo genera en nuestro municipio; representa la historia de nuestra localidad, siempre ligada con nosotros.

Eric Escobedo - Alcalde de Lanjarón



La relación entre Font Vella y Sant Hilari está ahora en un buen momento, en el que tenemos muchos proyectos y ambiciones conjuntas y complementarias.

Joan Ramon Veciana - Alcalde de Sant Hilari



COMPRO- METIDOS CON LA ESPAÑA VACÍA

Josep Maria Ruiz forma parte de la 4ª generación de una familia de ganaderos de Girona, conocida como Can Ribas, que apostó hace 13 años por trabajar con Danone.

Granjas familiares

Más de 200 granjas familiares con las que colabora Danone generan aproximadamente **1.000 empleos directos**, lo que contribuye a fijar población en el mundo rural y a luchar contra el fenómeno de la España vaciada.

Colaboramos con **segundas y terceras generaciones de ganaderos**, estableciendo relaciones de confianza y larga duración.

«Yo nací aquí y aquí me crié, con las historias de mi bisabuela y mi abuela sobre lo mucho que les costó comprar esta casa en plena Guerra civil, con mi abuelo arrancando nabos para las 50 vacas que teníamos entonces. Ver tanta ilusión y dedicación me creó la necesidad de seguir luchando por esto».



Conoce el día a día de Josep Maria



Donde nace el agua

Colaboramos con los ayuntamientos de las localidades en las que tenemos manantiales para la protección de los entornos naturales y para la **revitalización de las zonas** en las que operamos a través del empleo, un reto de primer orden si tenemos en cuenta la creciente despoblación en provincias como Guadalajara, cuyos pueblos han perdido el 20% de sus habitantes en 20 años.

¿SABÍAS QUE...

Lanjarón es el pueblo más longevo de España, de acuerdo con un informe de la OMS, que destaca su clima, su altitud y las propiedades de su agua como algunas de las razones por las que uno de cada cuatro vecinos de este municipio alpujarreño tiene más de 80 años.

Fundación Lanjarón

La Fundación Lanjarón, creada en 2002 e integrada por el Ayuntamiento de Lanjarón, Aguas Danone España y la Comunidad de Regantes de Lanjarón, tiene como objetivo la **preservación del recurso hídrico, el desarrollo sostenible y el desarrollo socioeconómico** de la zona.

A lo largo de estos años, el municipio se ha beneficiado de forma directa de la actividad de la Fundación, ya sea porque sus regantes han visto reparado y mantenido su sistema de acequias o bien porque sus habitantes han podido disfrutar de las mejoras en infraestructuras que se han realizado.

La ruta de las fuentes

Font Vella, en colaboración con los ayuntamientos de Sigüenza, Sant Hilari y la entidad Vertidos 0, ha habilitado dos **rutas en los espacios naturales de la zona para fomentar el conocimiento del entorno**, recuperando unos caminos conectados por fuentes centenarias con alto valor histórico y social y activando a su vez el turismo y la actividad lúdica en la zona.



Sigüenza
AYUNTAMIENTO DE SIGÜENZA



Visita a nuestra planta de Lanjarón del presidente de la Junta de Andalucía, junto al alcalde del municipio.



Sigüenza

VOZ INVITADA

Juanjo Manzano,
cofundador y director
ejecutivo de AlmaNatura



Siempre hemos buscado construir oportunidades para las personas autóctonas que, con diligencia, tesón y resiliencia ante las embestidas del mundo que nos ha tocado vivir, han permanecido fieles a su trabajo y con el orgullo de haber levantado un negocio rural y sostenible. El proyecto Relevo Generacional es una nueva oportunidad para seguir construyendo una sociedad rural empoderada y donde los hijos/as de muchos de los ganaderos puedan continuar el legado que sus padres construyeron con tanto esfuerzo.

«Construyamos una sociedad rural empoderada donde los hijos e hijas de los ganaderos puedan continuar el legado de sus padres»

La España vaciada necesita de la gente que aún no se ha marchado a grandes ciudades para seguir construyendo el mundo rural que necesitamos. Solo con modelos híbridos donde la economía digital, la economía circular y la ganadería tradicional conecten, aseguraremos

que el mundo rural de la próxima década siga evolucionando y ofreciendo el mejor producto que necesitamos para poder vivir. El mundo rural consigue el equilibrio natural que como seres humanos necesitamos y, sin las personas autóctonas, muchos de estos legados naturales habrían desaparecido hace décadas.

Muchas de nuestras comarcas y pueblos se ven abocados a la extinción precisamente por falta de relevo generacional. Sin un compromiso por la sostenibilidad de nuestros territorios y un cambio de paradigma en la forma de vida de nuestros jóvenes será realmente difícil mantener el gran valor etnográfico, natural, patrimonial y los valores del mundo rural. Por eso, ahora más que nunca, el proyecto de Relevo Generacional de Danone es la oportunidad para seguir construyendo humanidad y vida en nuestros pueblos.

De B Corp a
 B Corp

Empresa



Certificada



Comunidad

Danone se ha certificado como B Corp porque promueve la producción y el consumo local:

- Ofrece relaciones contractuales a largo plazo a los ganaderos, aportándoles seguridad y garantías (de media, más de 25 años).
- En Aguas Danone más del 80% del abastecimiento de materias primas es local.

UNA RELACIÓN DE CONFIANZA CON LA COMUNIDAD DE GANADEROS

En 2012 fuimos la **primera empresa en ofrecer relaciones contractuales a largo plazo**, que permiten a las granjas realizar inversiones a futuro, crecer y convertirse en granjas sostenibles.

El 50% de la leche que compramos la contratamos por 3-5 años y el otro 50%, por un año, cuando la media del sector es de seis meses.

Fomentamos el relevo generacional

Además, estamos comprometidos con el **relevo generacional** y, por ello, apoyamos a los ganaderos más jóvenes en la gestión de sus explotaciones, asegurando su viabilidad y evitando así que el mundo rural desaparezca.

Nuestra ambición es que, en 2025, **más del 90% del volumen de leche** venga de granjas con relevo generacional, llevando a cabo las siguientes acciones:

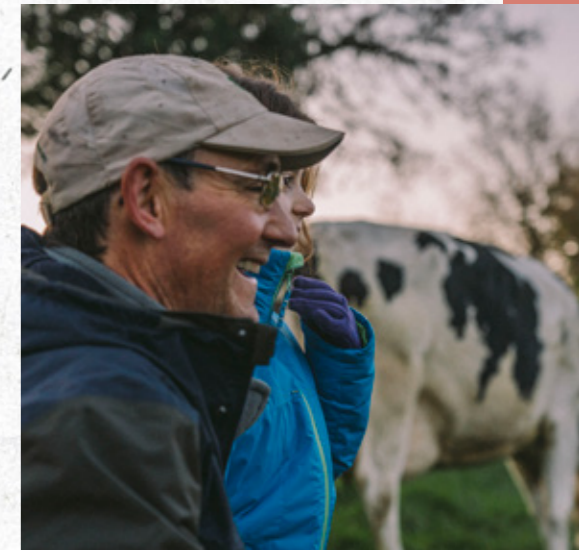
- Fomentar y favorecer el proceso del relevo en las granjas.
- Formar y apoyar técnicamente a los ganaderos jóvenes.
- Ofrecer seguridad contractual con contratos a largo plazo.

Un merecido reconocimiento

Con el objetivo de reconocer el trabajo de la comunidad de ganaderos, cada año celebramos los Encuentros Ganaderos y hacemos entrega de los **Premios Ganaderos** en distintas categorías, con el fin de mantener altos niveles de calidad y sostenibilidad y potenciar el producto de proximidad y el desarrollo de las economías locales.

Las categorías de los premios son las siguientes:

- Mejor ganadero del año: se tienen en cuenta aspectos de calidad y seguridad alimentaria, bienestar animal y reducción de huella de CO₂.
- Premio Joven Ganadero.



UN PACTO URGENTE CON EL ECOSISTEMA

Protegiendo nuestra biodiversidad

Una biodiversidad rica **permite la correcta regulación de la calidad del aire y del clima, la purificación de las aguas**, el control de la erosión y de los desastres naturales y la polinización, al mismo tiempo que nos provee de alimentos, medicamentos, materias primas y energía. Es decir, es un elemento fundamental en la lucha contra el cambio climático y el mantenimiento de la vida.

Sin embargo, alrededor de **un millón de especies** de animales y plantas se encuentran **en peligro de extinción** y cada año **desaparecen 13 millones de hectáreas de bosque**. Un deterioro que impacta directamente sobre nuestras economías, la seguridad alimentaria y nuestra salud.

La pérdida de biodiversidad es la **punta del iceberg de una crisis global**, asociada con un modelo de producción, distribución y consumo insostenible. Proteger y conservar nuestros ecosistemas es el único camino para garantizar nuestra propia supervivencia.

En línea con lo establecido en el **ODS 15**, «gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación y detener e invertir la degradación de las tierras y la pérdida de biodiversidad» es un desafío de primer orden.



PROTECCIÓN DE LOS ESPACIOS NATURALES



En 2019, con la marca Font Vella creamos la iniciativa **Soy espacio natural protegido** para desarrollar acciones locales de preservación de la biodiversidad única de los entornos naturales donde están situados nuestros manantiales.

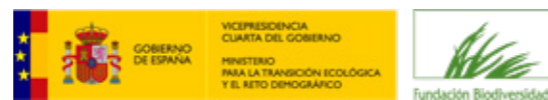
En el marco de esta iniciativa hemos establecido convenios de colaboración con los ayuntamientos de las localidades donde se encuentran los manantiales y entidades medioambientales para asegurar la protección de los mismos.



Realizamos las siguientes acciones:

- Diagnóstico de los ecosistemas de esas áreas con fines de protección.
- Actuaciones de conservación para fomentar la preservación de especies autóctonas.
- Actuaciones dirigidas a minimizar o eliminar la presencia de especies invasoras.
- Habilitación de zonas para la reintroducción de anfibios y aves.
- Trabajos de concienciación y sensibilización con los agentes locales.
- Jornadas de sensibilización medioambiental con trabajadores de las plantas, familiares y vecinos de la zona, enfocadas en temas de reciclaje, limpieza y conocimiento de la fauna y flora del entorno.

VOZ INVITADA



Desde la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico apoyamos todas aquellas iniciativas que ayudan a lograr la transformación necesaria para una sociedad verdaderamente sostenible. Todos los pasos, por muy pequeños que sean, son válidos. Creemos que las empresas, con su acción decidida y progresiva, pueden ser también motor de la imprescindible transición ecológica de la sociedad.

Danone se adhirió en 2018 a la Iniciativa Española Empresa y Biodiversidad con el compromiso de seguir avanzando en una relación sostenible con el ecosistema a través de diferentes actividades que se realizan desde el grupo. Los logros y avances en este sentido se detallan en nuestro último informe de actividad, donde se ponen en valor las mejores prácticas empresariales en relación con la biodiversidad.

ASEGURAMOS EL BIENESTAR ANIMAL



El 100% de las ganaderías con las que colaboramos son evaluadas en bienestar animal anualmente para determinar planes de acción de mejora.



En 2019, hemos obtenido la Certificación del Esquema propio de Bienestar Animal Danone por **AENOR**.



Adicionalmente, cumplimos con los requisitos del esquema de certificación basado en el referencial europeo **Welfare Quality®** de Bienestar Animal, muy por encima de los estándares del sector. La evaluación se hace en base a cuatro principios: la buena alimentación, el buen alojamiento, el buen estado de salud y el comportamiento apropiado para las necesidades de la especie.

Tenemos nuestro propio protocolo de evaluación realizado con la colaboración de dos entidades externas: la organización internacional sin ánimo de lucro **Compassion In World Farming** e **IRTA** (el centro tecnológico nacional experto en agricultura) que engloba los siguientes derechos y necesidades de las vacas:



Derecho a no pasar hambre ni sed

Se valora la condición corporal de los animales y la presencia suficiente de bebederos por patio.



Derecho a no sufrir dolor, lesiones ni enfermedades

Se exige uso de anestesia o analgesia en cualquier intervención que lo requiera.



Derecho a no pasar ni miedo ni angustia

Entre otros, se hace un test que mide el miedo de los animales al hombre como indicador de si sufren maltrato.



Derecho a no sufrir incomodidades o malestar

Se colocan ventiladores y aspersores para minimizar el estrés por calor y se garantizan una superficie mínima por animal y espacios aireados y con sombra.



Derecho a actuar según su comportamiento natural

Esto implica tener:

- Respeto hacia los patrones normales del comportamiento específico de cada especie.
- Una vida razonable en armonía con su entorno, proporcionándoles espacio suficiente, instalaciones adecuadas y la compañía de la propia especie animal.

Empresa



Certificada



Medio ambiente

Agua Danone ha conseguido el sello B Corp porque promueve la conservación de los ecosistemas naturales, analizando diariamente el estado de sus manantiales.

REDEFINIENDO «RESIDUO»

'R', la letra que lo cambia todo

La transición hacia la economía circular implica un **cambio profundo de nuestro modelo de desarrollo**: pasar de la fórmula basada en «extraer, producir, consumir y tirar» a otra que entiende los residuos como recursos con valor y que está en sintonía con el planeta.

La **Estrategia Española de Economía Circular** recientemente aprobada por el Gobierno –que pretende reducir en un 30% el consumo de materiales, mejorar un 10% la eficiencia en el uso del agua y recortar un 15% la generación de residuos respecto a los niveles de hace una década, entre otros objetivos– contribuye de forma decisiva a acelerar este abandono progresivo de la economía lineal.

¿SABÍAS QUE...

La economía circular es una oportunidad valorada en tres billones de dólares para la economía global. Para 2030, podría generar de 1,2 a 3 millones de puestos de trabajo solamente en Europa.

La industria, y en concreto **el sector alimentario, está llamado a implicarse de lleno en este desafío**. Tenemos la responsabilidad de ayudar a preservar y proteger los recursos del planeta, y el enfoque que adoptemos en lo que concierne al envasado jugará un importante papel.

Los envases deben ser capaces de mantenerse en el sistema el mayor tiempo posible. Y para ello solo hay una solución: la que hace converger el **ecodiseño** con el **uso responsable** y con un correcto **reciclaje**.

El valioso papel de los envases

El objetivo de cualquier envase no es otro que el de proteger el producto a lo largo de toda la cadena de suministro, **impidiendo que este no se vea alterado por factores ambientales externos**, como pueden ser la luz, los gases o la humedad, y garantizando la calidad y seguridad alimentarias.

El envasado, por tanto, nos permite ofrecer productos y bebidas nutritivas y de alta calidad en todas las partes del país. Gracias a los envases se consigue, además, **prevenir y reducir el desperdicio de comida**.

El plástico, para un gran número de productos, representa una muy buena opción de material de envasado, por su versatilidad, ligereza, flexibilidad, adaptabilidad y resistencia. Contribuye a:

- Mantener la higiene y seguridad alimentarias.
- Preservar los alimentos frescos.
- Facilitar el consumo.
- Facilitar el transporte y almacenamiento.

La clave, de nuevo, está en producir los envases de forma sostenible, consumirlos de forma responsable y garantizar una buena gestión de los mismos.



OBJETIVO CIRCULARIDAD: NUESTRA POLÍTICA DE ENVASADO

En noviembre de 2016 publicamos nuestra Política de envasado, que recoge nuestra ambición de ofrecer productos nutritivos y de alta calidad en envases que sean 100% circulares.

Para poder materializar esta ambición, trabajamos en los siguientes objetivos:



Utilizar envases 100% reutilizables, reciclables o compostables en 2025.



Optimizar el uso de los materiales y desarrollar nuevos modelos de entrega.



Garantizar la correcta gestión de nuestros envases construyendo sistemas de recogida y reciclaje eficientes, efectivos e inclusivos.



Utilizar nuestras marcas para educar al consumidor sobre su importante papel en la economía circular.



Aumentar la cantidad de material reciclado utilizado en nuestros envases.



Invertir en el desarrollo y uso de materiales renovables.



Descubre nuestra política de envasado.



“ VOCES INVITADAS

Dr. Carles M. Gasol y Dr. Jordi Oliver, socios fundadores de Inèdit

La acumulación de plásticos en el medio natural, el calentamiento global y la destrucción de la biodiversidad evidencian los límites ambientales del planeta y urgen la aplicación de estrategias empresariales como el desarrollo de cadenas de abastecimiento sostenibles, el ecodiseño de los sistemas de envasado o el establecimiento de planes y estrategias para calcular, reducir y compensar la huella de carbono de los productos y las organizaciones. Todo ello, sumado a la demanda de unos consumidores cada vez más conscientes y exigentes, el importante empuje legislativo y el creciente peso de los riesgos ambientales sobre el negocio, reafirman el acierto de aquellas empresas que, como Danone, ya se encontraban de forma voluntaria en la senda hacia una transición circular.



Proyecto ReNueva: creando segundas oportunidades a través del reciclaje



Este proyecto nace con el objetivo de **recuperar aquellos envases puestos en el mercado** en el canal de consumo de fuera del hogar (hoteles, restaurantes, etc.) para darles una segunda vida, **reincorporándolos a la cadena de valor de Aguas Danone en forma de plástico reciclado** en sus botellas, a la vez que busca el empoderamiento y la **inclusión en el mercado laboral** de personas en riesgo de exclusión social o con alguna discapacidad.

Planta de selección de envases

En mayo de 2019 **se inauguró la primera planta de selección** de envases en la localidad de Montcada i Reixac (Barcelona), donde se reciben los residuos gestionados por la Fundación Trinijove, fruto de su servicio de gestión de residuos ofrecido a diferentes clientes. Los operarios de la planta seleccionan los diferentes materiales, **separando cuidadosamente los envases de plástico PET que luego se enviarán al reciclador que proveerá a la compañía de PET reciclado.**



Escuela de recicladores

El proyecto cuenta también con una Escuela de recicladores, en la que participan personas en riesgo de exclusión social que se forman en materia de gestión de residuos.

Una vez formadas, son contratadas como operarios en la planta de selección del proyecto y en otras empresas del sector.



4 · 63 · 43

ediciones de la escuela

personas formadas

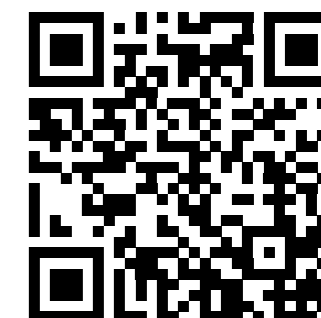
trabajos creados

Descubre el proyecto de la mano de Violeta, una de las beneficiarias.



Movimiento de sensibilización

Llevamos a cabo diferentes acciones de **sensibilización y educación ciudadana sobre la importancia del reciclaje y la lucha contra el abandono de residuos.** Un movimiento que hacemos extensible a todos aquellos eventos que organizamos o en los que estamos presentes para promover la importancia del reciclaje y dar a conocer el proyecto.



DE BOTELLA A BOTELLA

¿CÓMO CERRAR EL CÍRCULO?



Hoy, el **100%** de los materiales usados en nuestras botellas son reciclables.

.....



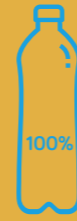
Nuestro portfolio de aguas tiene un **20%** de plástico PET reciclado.

.....



En 2019 reducimos en **270 toneladas** el uso de plástico PET.

.....



Compromiso 2025: plástico **100%** reciclado.



2009 Sacamos al mercado la primera botella con plástico PET reciclado.

2020 Lanzamos la garrafa de 6,25 l. en 50% rPET. Tendremos formatos de 75 cl. y 50 cl. en 100%.

2025 Compromiso plástico 100% reciclado en todas nuestras botellas.

¿SABÍAS QUE...

El plástico utilizado en nuestras botellas (PET) es el único material que al reciclarse (rPET) puede volver a utilizarse para envasar producto alimentario.

Nuestros envases reutilizables

Ofrecemos al sector hostelero sus botellas en vidrio retornable, valiéndose del sistema de logística inversa.



Botella 100% hecha de otras botellas.



1982 Somos los primeros en cambiar nuestro plástico por un plástico 100% reciclable (PET).

2018 Lanzamos la primera botella con 100% plástico reciclado de Lanjarón Red, destinando el 100% de los beneficios a la limpieza de espacios naturales.

Toda nuestra gama tiene como mínimo un 25% de plástico reciclado:

- 2020**
- Formato 50 cl. y 75 cl. en 100% plástico reciclado.
 - Botella 1,25 l. 100% rPET, carbon neutral y con tapón adherido para facilitar el reciclaje.
 - Garrafa 50% plástico reciclado.

2021 Compromiso plástico 100% reciclado en todas nuestras botellas.



Nuestro formato 1,25 l. con 100% rPET es un producto carbon neutral.

ALIANZAS CIRCULARES

Danone forma parte de la NaturALL Bottle Alliance, un consorcio de investigación creado en 2017 y formado por **Danone, Nestlé Waters, PepsiCo** y la empresa de desarrollo de materiales de origen biológico **Origin Materials** para acelerar el desarrollo de soluciones de envasado innovadoras hechas con recursos 100% sostenibles y renovables, utilizando materias primas de biomasa, como cartón y aserrín. La tecnología explorada representa un avance científico para el sector, y el objetivo es ponerla a disposición de toda la industria.



¿SABÍAS QUE...

- Es preferible reciclar los envases con su tapón. Fuente: Ecoembes
- Con una correcta gestión de los residuos se crearían más de 400.000 empleos, unidos a los 72.000 millones de euros de ahorro. Fuente: Ecoembes
- El reciclaje de materiales en el mundo supone actualmente una reducción de 700 millones de toneladas de CO₂ anuales. Fuente: Bureau of International Recycling (BIR)

Empresa

Certificada



Medio ambiente

Danone y Aguas Danone se han certificado como B Corp porque buscan mejorar su impacto ambiental. Desde 2015, han reducido un 17% sus emisiones de CO₂.

PROYECTANDO EL ENVASE DEL FUTURO

En el diseño o concepción de nuestros envases, nos basamos en la investigación y el desarrollo en los siguientes ejes de actuación que nos permitan alcanzar los compromisos de nuestra política de envasado:



Oikos tricapa: material PET con un 30% de rPET

Reutilizar

Sustituiremos los potes de PS por otros materiales que permitan la reciclabilidad en práctica y a escala, y la introducción de materiales circulares y reciclados, garantizando la segunda vida de nuestros envases.

Rediseñar

Integramos en la fase de diseño de los envases las «Design for Recyclability guidelines», para asegurar que el envase en su totalidad permita una correcta fase de selección y posterior reciclado.

Reciclar

Estamos trabajando junto con toda la industria de fabricantes de yogur y Ecoembes para mejorar la reciclabilidad de nuestros envases y conseguir de forma conjunta la transformación del sector.

Reducir

Trabajamos por eliminar elementos plásticos innecesarios, como es el caso de las cucharas, donde sustituiremos el plástico por madera para dar respuesta a la nueva Directiva de Plásticos de un solo uso de la Unión Europea.

El consumidor es una pieza clave en la economía circular, debido a la importancia de una gestión responsable de nuestros envases una vez se convierten en residuos. Por ello trabajamos para hacer pedagogía a través de nuestros packs y transmitir esta corresponsabilidad.

UN PASO AL FRENTE EN LA DESCAR- BONIZACIÓN

No hay plan(eta) B...

El último informe del Panel Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) se mostraba tajante: **es imprescindible cambiar nuestro modelo alimentario para frenar la emergencia climática.**

La agricultura y la ganadería son responsables del 24% de las emisiones de gases de efecto invernadero a nivel mundial. Además, el 80% de la deforestación mundial está relacionada con la expansión de la agricultura extensiva, destinada, en su mayoría, a alimentar a animales para el consumo humano.

«Si no pasamos a la acción, el mundo corre el riesgo de no cumplir con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** y el **Acuerdo de París**, y las próximas generaciones heredarán un planeta que ha sido severamente degradado», concluye el estudio *Alimentos en el Antropoceno. Dietas saludables a partir de sistemas alimentarios sostenibles*, publicado por la Comisión EAT-Lancet.

Más allá de reducir los efectos negativos de su actividad, el sector alimentario puede y debe formar parte de la solución: tiene la particularidad de ser el **único capaz de ejercer de sumidero de CO₂ a través del suelo.**

Un círculo virtuoso en el cual la producción sostenible de alimentos puede ayudar a proteger y restaurar la salud de nuestro planeta, **generando entornos saludables que, a su vez, permitan producir alimentos saludables.**

Todos los actores de la industria alimentaria debemos ser conscientes de que, para desarrollar nuestro trabajo, **dependemos de la naturaleza, del campo y de los agricultores y ganaderos.** Y también del impacto que el cambio climático tiene sobre los ciclos naturales, que desempeñan un papel crucial para el sistema alimentario. No podemos quedarnos de brazos cruzados.

OBJETIVO DESCARBONIZACIÓN

En nuestra contribución a la lucha global que supone el cambio climático, trabajamos por reducir nuestra huella de carbono en todo nuestro ámbito de responsabilidad. Este es nuestro objetivo de reducción:



Para cumplir con este objetivo, actuamos en toda la cadena de valor, conjuntamente con nuestro ecosistema de agricultores y ganaderos, proveedores, clientes y comunidades locales. ¿Cómo lo hacemos?

Calculando

Calculamos nuestra huella de carbono, un proceso que nos permite focalizar los esfuerzos en la reducción y compensación de emisiones. Para ello utilizamos la plataforma Greentrack, una herramienta creada por la consultora UL para medir y monitorear las emisiones de carbono de Danone basada en la metodología internacionalmente reconocida del GHG protocol.

Reduciendo

Impulsando la sostenibilidad en nuestras granjas

Nuestro objetivo es reducir las emisiones de CO₂ de las granjas con las que colaboramos entre 2017 y 2021 en un 15%, una cantidad equivalente a 48.000 viajes en avión ida y vuelta de París a Nueva York. A principios de 2019, alcanzamos una reducción del 9%.

Aplicando ecodiseño en nuestros envases

El 80% del impacto medioambiental de un producto se define en su fase de diseño. Por eso seguimos trabajando por hacer nuestros envases cada vez más sostenibles y circulares.

Descarbonizando la logística

En la división de aguas nos sumamos a la iniciativa Lean & Green, con el compromiso de reducir su huella de CO₂ en logística en un 20% (base 2018). Las palancas para conseguirlo son:

- Utilización de camiones a gas.
- Talleres de eco-conducción.
- Proyectos de eficiencia logística en nuestras rutas.

Tanto en la división de lácteos como en la de aguas confiamos en el modelo de economía circular de nuestro *partner* logístico Chep (proveedor de palés), con el que hemos eliminado millones de kilómetros de transporte en vacío por carretera, y hemos reducido las emisiones de CO₂, el consumo de madera y la generación de residuos.

Utilizando el 100% de la electricidad de origen renovable en todas nuestras plantas y sedes

QUÉ HEMOS
CONSEGUIDO

AGUAS

-17,5%
emisiones*

LÁCTEOS

-17,3%
emisiones*

*Entre 2015 y 2019

Promoviendo la agricultura regenerativa

Trabajamos con las granjas colaboradoras para desarrollar modelos de agricultura regenerativos, competitivos, inclusivos y resilientes, con el objetivo de implementar prácticas que combatan el cambio climático, la pérdida de biodiversidad, protejan los suelos, se preocupen por el bienestar animal y la escasez de agua y faciliten en su conjunto la continuidad de los ganaderos.

- **Protección de los suelos, el recurso del agua y la biodiversidad:** contamos con herramientas para calcular la huella de CO₂ del 100% de las ganaderías para implementar planes de acción adecuados, como la gestión y aprovechamiento del estiércol, la optimización del alimento, el manejo del rebaño, la labranza reducida y los cultivos de cobertura.

Ejemplo de acción: aprovechamiento del estiércol y los purines por parte de las ganaderías para abonar sus propios campos de cultivo, fomentando así la economía circular.

- **Empoderamiento de una nueva generación de ganaderos:** estabilidad y relaciones a largo plazo son las claves de nuestra colaboración con las granjas familiares, que de media superan los 25 años.
- **Promoción del bienestar de los animales:** el 100% de la leche proviene de granjas evaluadas en bienestar animal que superan las evaluaciones anuales y tienen en marcha acciones de mejora continua.



«La justicia climática y social son urgentes ahora». Lee la entrevista a Emmanuel Faber en *El País*.

VOZ INVITADA

Silvana Centty, senior manager en Carbon Trust

Tenemos una larga relación con Danone que se remonta al año 2007, cuando Carbon Trust apoyó a la compañía en revisar que el enfoque de medición de huella de carbono para Aguas Danone cumpliera con el estándar de medición de huella de carbono de producto, PAS 2050. Queremos continuar fortaleciendo esta alianza y seguir apoyándoles en sus ambiciones de neutralidad de carbono para 2050. Danone nos demuestra que es posible para una empresa global fortalecer y adaptar sus procesos, enfoques e iniciativas para mitigar el cambio climático.



UNA ECONOMÍA AL SERVICIO DE LAS PERSONAS



¿Qué más señales necesitamos?

La **emergencia climática**, el aumento de las **desigualdades sociales**, los desafíos que plantea la **disrupción tecnológica** e, incluso, las nuevas **amenazas a la salud global** (como ejemplo más evidente y actual, la crisis del coronavirus) exigen respuestas diferentes para una realidad diferente.

En efecto, el COVID-19 ha confirmado lo que ya sabíamos: el verdadero desarrollo de un país es algo más que su PIB y no hay economía posible sin salud como no la habría sin biodiversidad. Es decir, la sostenibilidad ambiental y el bienestar social no pueden separarse. Forman parte de la misma ecuación y sin ellos no hay progreso.

No (solo) lo decimos nosotros. Lo dice el Foro de Davos, Larry Fink en su famosa carta de Blackrock, los CEO de la poderosa Business Roundtable, célebres economistas como Joseph Stiglitz o Thomas Piketty o el Green Deal europeo: el capitalismo del siglo XXI ha de ser **más humanista y transformador** si quiere salvarse de sus propios excesos.

En Danone creemos que no solo es posible otra forma de hacer negocios. Es obligado. **El éxito, hoy, radica en la capacidad de crear valor compartido**, hacia dentro y hacia fuera de la organización. El *business as usual* ya no es una opción.

¿SABÍAS QUE...

Poco después de la revolución del 68, Antoine Riboud pronunció un discurso en Marsella ante la CNPF (la patronal francesa entonces) alegando que las empresas debían tener un «doble proyecto» económico y social. El compromiso ideológico de Danone, que encarna hoy nuestra misión One Planet. One Health, se mantiene intacto.

De acuerdo con la **Declaración de Interdependencia de B Corp**, las empresas deben orientarse hacia la búsqueda del bien común, con el fin de generar beneficios para todas las partes interesadas y no solo para sus accionistas. En Danone trabajamos para ser uno de los catalizadores de esa transformación.

En Francia, Danone acaba de ser declarada primera «empresa de interés público» en base al marco legal del país vecino. Esta gran noticia nos enorgullece como compañía a nivel global y a nivel local y eleva la ambición de nuestro desempeño. No dejaremos de hacernos la misma pregunta cada día: **¿para qué existimos?**

CRECIENDO CON NUESTRA COMUNIDAD

Cada día, con nuestra actividad, llegamos a miles de personas. Por eso buscamos generar un valor inclusivo para el Ecosistema Danone, la gran comunidad que conforman nuestros empleados (los Danoners), los ganaderos, nuestros proveedores, las comunidades locales en las que operamos y nuestros clientes y consumidores.

Trabajamos por promover el crecimiento inclusivo y crear oportunidades para que todos los segmentos de la población compartan una mayor prosperidad.

Impulsando el crecimiento inclusivo a escala global



Emmanuel Faber junto al presidente francés Emmanuel Macron

En un contexto en el que las brechas de las desigualdades se ensanchan cada vez más, surge el movimiento **Business for Inclusive Growth (B4IG)**, una iniciativa global liderada por la OCDE que tiene como objetivo agrupar y fortalecer los esfuerzos de las empresas privadas para reducir las desigualdades vinculadas a las oportunidades, al género y al territorio, y crear mayores sinergias con los esfuerzos filantrópicos y dirigidos por los poderes públicos. **Queremos cambiar la forma en que se busca y mide el crecimiento.** Un total de 34 multinacionales líderes, entre ellas Danone, formamos parte de esta iniciativa. La plataforma está **presidida por Emmanuel Faber, CEO y presidente de Danone.**

Fondo Danone Ecosystem: un fondo global para impulsar la economía local



En 2009, después de que la Gran Recesión hubiera golpeado la economía mundial, el CEO de Danone en ese momento, Franck Riboud, anunció que era hora de que Danone hiciera una gran inversión en sus «ecosistemas» locales.

Desde entonces, el fondo se ha centrado en la co-creación de soluciones empresariales inclusivas para responder a los desafíos locales a través del empoderamiento profesional de las partes interesadas en la cadena de valor

En respuesta, los accionistas de Danone acordaron invertir **100 millones de euros de los beneficios que la compañía logró ese año.**

de Danone, manteniendo vivo el «proyecto social y económico dual» de la compañía iniciado por Antoine Riboud en 1972 y promoviendo la ambición articulada por Emmanuel Faber en 2017 de nutrir y proteger One Planet. One Health.

El Fondo ha reunido hasta la fecha a más de 55.000 personas de todo tipo de entornos geográficos y socioeconómicos para tratar de construir una economía más justa e inclusiva desde cero.

Mujeres supervivientes de violencia de género, promotoras de marca



En 2011 creamos la Escuela Ana Bella para el Empoderamiento de la Mujer. Un proyecto que tiene como objetivo **empoderar y reintegrar en la sociedad a mujeres supervivientes de violencia de género.**

Las mujeres pasan por un proceso de empoderamiento que consiste en formación profesional específica en ventas, **formación personal para la potenciación de sus habilidades** como mujeres victoriosas y agentes de cambio.

Desde el inicio del proyecto se ha ofrecido una oportunidad laboral como embajadora de marca Danone a cerca de **1.700** mujeres supervivientes.



El proyecto nació con el objetivo de generar un doble impacto, social y económico. Estos son los beneficios que ha aportado a la compañía:

Mejora del servicio

Tener un perfil de embajadora de marca más cercano al comprador.

Reducción del absentismo

Se ha reducido el absentismo en los puestos de embajadoras de marca (del 63% al inicio del proyecto al 2,07% en la actualidad).

Reducción de la rotación

Se ha reducido la rotación, que actualmente es de 11,36%, cuando la media del mercado es del 30%. De esta rotación, el 52% es positiva, es decir, son mujeres que dejan el puesto en Danone por un proyecto de vida o por encontrar otro trabajo.



PREMIOS

La Escuela Ana Bella ha sido reconocida como :

- Mejor Proyecto de Co Creación Europeo con impacto económico y social para la empresa, que se realizó en el Zermatt Summit en el año 2014 en Suiza.
- Mejor Proyecto para el Empoderamiento de la Mujer en 2015 por el Ecosystem Fund en París.
- Buena Práctica en la guía europea CARVE: Companies for Social Change en 2016 en Bruselas.
- Premio Innovación Social 2017 otorgado por La Caixa en 2018.

NUESTRAS DIFERENCIAS MARCARÁN LA DIFERENCIA

Tenemos el compromiso de crear y vivir en un entorno inclusivo y diverso, que impulsará nuestro crecimiento como empresa, como equipos, como miembros de comunidades y como individuos. **Valorar la diversidad es reconocer y respetar las diferencias y similitudes humanas.**



Conoce nuestra política de diversidad inclusiva.

1. Nuestro objetivo es asegurar que todos los empleados y solicitantes tengan las mismas oportunidades y que nuestra organización sea representativa de nuestros consumidores y la sociedad.
2. Nos comprometemos a fomentar un ambiente de trabajo inclusivo donde celebremos todo tipo de diversidad, **tanto visible como invisible**, que incluye edad, raza, género, nacionalidad, discapacidad, educación, religión, creencias, estilo de pensamiento, perspectivas y orientación sexual, entre otros.

Datos de diversidad de género en Danone España

Porcentaje de mujeres en Danone España

52% Mujeres **48%** Hombres

EN DANONE ESPAÑA NO TENEMOS BRECHA SALARIAL

Porcentaje de mujeres por división



* Datos a cierre 2019

49% Lácteos y bebidas vegetales

45% Aguas minerales naturales

64% Nutrición especializada

Porcentaje de mujeres por nivel



38% Director

40% Executive

51% Manager

57% Staff & Supervisor

Diversidad generacional

1. Tenemos programas de *mentoring* cruzados entre generaciones (*seniors con juniors*).
2. Programa específico para el *on-boarding* de jóvenes.
3. Todas las generaciones en edad de trabajar están representadas en Danone.
4. Tenemos una *app* para facilitar la formación y el apoyo cruzado entre empleados, también de diferentes generaciones.

Diversidad cultural y de nacionalidad:

- Hay **30 nacionalidades** diferentes trabajando en Danone España
- Más del **7%** de la plantilla es de nacionalidad no española

Promoviendo la natalidad

Con nuestra política parental apoyamos a todos los Danoners que deseen ser padres o madres y nos aseguramos que tener hijos no sea un hándicap para la carrera profesional.

Nos hemos convertido en el defensor temático del movimiento **HeForShe** de Naciones Unidas con una colaboración de tres años, para implementar una política parental de neutralidad de género en todas las ubicaciones de Danone en todo el mundo en 2020.

¿SABÍAS QUE...

Las organizaciones con mejores estrategias de inclusión de género incrementan hasta en un 15% sus opciones de obtener beneficios.

Estudio Diversity Matters, de McKinsey

53% % Danoners con hijos

80% % Danoners >33 años con hijos

86% % Directoras con hijos

1,8 Nº hijos promedio

140% Ratio natalidad vs España

100% Vuelven al trabajo

BANCO DE ALIMENTOS Y VOLUNTARIADO

Donación de alimentos



Llevamos colaborando con los bancos de alimentos desde que se creó el primero en **Barcelona en 1987**. En 2010 se rediseñó la forma de colaboración para empezar a trabajar con ellos **como si fueran un cliente más**, evitando así la irregularidad, los problemas de provisión de alimentos y la incertidumbre de los bancos a la hora de recibir donaciones.

Realizamos **donaciones semanales** que suman alrededor de 10 millones de unidades de producto al año, una colaboración que se ha reforzado con el COVID-19.

Además, organizamos cada año acciones de **voluntariado corporativo** entre nuestros empleados y sus familiares, durante la campaña de la Gran Recogida de Alimentos, con una gran acogida y participación.



El poder del voluntariado corporativo

Datos de 2019

12 acciones en las que hemos participado **703** voluntarios **2.480** horas



Talleres de lectura fácil

Acompañamiento a través de la lectura a personas mayores de residencias LARES.

11 residencias
9 localidades



Medio ambiente

Acciones de recogida de residuos, sensibilización medioambiental y rehabilitación de espacios naturales.

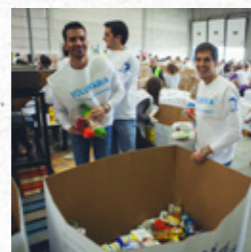
Sigüenza (Guadalajara), Sant Hilari (Girona) y Parque Natural de Collserola (Barcelona)



Escuelas Danone

4 acciones de promoción de hábitos saludables mediante el juego con los niños y niñas de nuestro programa de Escuelas Danone.

Barcelona, Valencia y Leganés



Gran recogida de alimentos

Acciones de recogida y clasificación de alimentos en la campaña La Gran Recogida de Alimentos.

Barcelona, Avilés y Madrid



Empresa



Certificada



Trabajadores

Danone y Aguas Danone han conseguido la certificación B Corp porque fomentan la inclusión y la igualdad de oportunidades: no hay brecha salarial y el 46% del comité de dirección son mujeres.



VOZ INVITADA

Pablo Sánchez, director ejecutivo de B Lab Spain

Hoy son muchos los jóvenes que ven con incertidumbre su futuro, familias que perciben un horizonte incierto, minorías que ven recortados o limitados sus derechos y oportunidades, y **un planeta que ya nos advierte de sus límites** y de los riesgos que incurrimos si no protegemos los ecosistemas naturales en los que basamos nuestra vida.

Estos desafíos globales van a resolverse única y exclusivamente si todos los actores sociales creamos **un modelo económico justo, inclusivo y regenerativo** para todas las personas y el planeta. Con este propósito trabaja el movimiento B Corp, impulsando un nuevo modelo empresarial que equilibre el beneficio económico con la preservación del bienestar de las personas, la humanidad y el planeta.

Tras más de 10 años desde su fundación, el movimiento B Corp se ha erigido como una de las alternativas más creíbles y escalables a nivel global para responder a estos desafíos desde una nueva perspectiva e identidad empresarial, que huye del culto al beneficio como única medida del éxito e integra la justicia social como propósito último de su razón de ser.

Más de 3.000 B Corps en más de 70 países están ya siendo protagonistas de esta nueva realidad emergente y están demostrando, hoy, como será el modelo empresarial del futuro. **Danone está siendo uno de los líderes de esta nueva visión empresarial.**

«Más de 3.000 B Corps en el mundo están demostrando, hoy, cómo será el modelo empresarial del futuro»

Su modelo de negocio orientado a aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas constituye el compromiso de la compañía desde sus orígenes. Pero incluso más valioso que su propio propósito es el liderazgo de Danone por impulsar esta nueva visión empresarial capaz de **dar respuesta a esta era de incertidumbre y vulnerabilidad**. Necesitamos muchas más empresas como Danone para recobrar la confianza social en la empresa y alimentar la esperanza por un mundo mejor.

COVID-19. VOLVER PARA SER OTROS

El año cero

Mientras se escriben estas líneas, **intentamos digerir, tanto a nivel individual como colectivo**, la tragedia humana que el COVID-19 ha dejado a su paso, y el mundo se prepara para hacer frente a una crisis que ni los economistas se ponen de acuerdo en catalogar.

Cómo salgamos, en todos los sentidos, de este trance dependerá en buena medida de las decisiones que tomemos hoy. Porque si bien, en palabras del economista Antón Costas, «no debemos caer en ese progresismo tonto de pensar que un evento dramático, por sí mismo, nos hace a todos mejores», aquellos que nos decimos «convencidos» debemos situarnos en la popa del barco y **forzar el giro de timón hacia esa nueva economía del propósito y Triple Balance** (económico, medioambiental y social).

Es tiempo de repensar, pero, sobre todo, es tiempo de actuar. De canalizar todos los aprendizajes y capacidades de cada uno -individuos, Gobiernos o empresas- hacia el interés común.

En este mundo incierto y cambiante, debemos ser capaces de adaptarnos a las «nuevas normalidades» -esta y las que puedan venir- para dar la mejor respuesta. De volver, en un viaje que nunca acaba, para ser otros.



ALIMENTAR POR AMOR



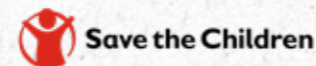
La situación de emergencia sanitaria ha provocado el cierre de centros de trabajo y escuelas en todo el país, **generando inseguridad entre la población en relación con sus necesidades de alimentación** más esenciales, entre otros aspectos. Familias vulnerables, hogares unifamiliares y niños que no tienen acceso a la educación o a las becas comedor son algunos de los colectivos más afectados.

Esta situación ha incrementado la necesidad de garantizar la salud física y mental **sin dejar a nadie atrás**. Por eso, nuestra misión de aportar salud a través de la alimentación al mayor número de personas nunca ha sido tan pertinente como ahora.

En tiempo récord, nos pusimos manos a la obra con equipos transversales para dar respuesta a los impactos de esta crisis, poniendo en marcha el Programa de Acción Social «Alimentar x Amor», que incluye **tres líneas de trabajo**: garantizar el suministro y la seguridad de los empleados de Danone y los integrantes de la cadena alimentaria, apoyar a los

colectivos vulnerables a través de donaciones y colaboraciones con entidades sociales y ofrecer soporte a las familias en diferentes ámbitos, desde la cobertura de las necesidades esenciales de alimentación e hidratación hasta la educación.

Danone en colaboración con:



Y otros muchos...

1. El doble objetivo de garantizar la seguridad y mantener el suministro

Desde que se iniciase la crisis sanitaria, **la seguridad y salud de nuestros empleados, clientes y colaboradores ha sido una prioridad para Danone**. Ganaderos, transportistas, trabajadores de las plantas, fuerza de ventas y profesionales técnicos han continuado cada día en sus puestos de trabajo para mantener activa la producción y el suministro.

Su esfuerzo ha permitido que los nuestros productos sigan llegando a diario a consumidores, pacientes y clientes en el marco de medidas excepcionales de confinamiento.



Empleados

Ofrecimos una **prima excepcional a nuestros empleados** en España que acudieron a diario a los centros de trabajo (fábricas y centros logísticos) en lo que duró el estado de alarma y el confinamiento.

A nivel global, la compañía asumió un compromiso con su plantilla en todo el mundo, garantizando el 100% de los salarios de sus 100.000 trabajadores hasta el mes de junio.

Clientes y proveedores

Donamos 300.000 botellas de agua de medio litro a través de la iniciativa **#fuerzabar** de Heineken, para apoyar a todos esos bares que han tenido que cerrar a consecuencia de la pandemia. Además, debido a la finalización forzada de la actividad de la red de **franquicias Yogurtería Danone**, aprobamos un primer paquete de medidas de choque destinadas a apoyar y acompañar a los franquiciados durante el periodo de emergencia, con el objetivo de reducir el impacto económico.

Ganaderos

Para asegurar que la comunidad de ganaderos podía continuar su actividad de forma segura, pusimos en marcha las siguientes acciones:

- Seguimiento diario sobre las posibles afectaciones de la crisis en sus granjas.
- Envío de recomendaciones preventivas.
- Garantía de recogida de toda la leche producida.
- Suministro de mascarillas equivalentes a las necesidades de cada granja para 7 semanas.
- Les facilitamos documentación que acreditaba que eran proveedores de un sector de actividad priorizada.

2. Ayudando a quien más lo necesita, de la mano de aquellos que nunca fallan cuando se les necesita

Desde el mes de marzo, pusimos en marcha una operativa de donaciones de producto extraordinaria para hacer llegar la ayuda a aquellos colectivos más afectados por la crisis:

- Personal sanitario de hospitales, residencias y hoteles medicalizados.
- Familias y personas en riesgo de exclusión.
- Niños y niñas con becas comedor que, tras el cierre de colegios, tenían más problemas de acceder a una alimentación saludable.



Descubre más en la web de Alimantar x Amor.



¿SABÍAS QUE...

Según cálculos de la Federación Española de Bancos de Alimentos, hasta 1,5 millones de personas podrían necesitar su ayuda en los próximos meses.

Las entidades y beneficiarios receptores de estas donaciones han sido:

Bancos de alimentos.

12 hoteles medicalizados.

Más de **70** residencias.

Más de **100** hospitales.

Los hospitales de campaña de IFEMA (Madrid) y Montjuic (Barcelona).

Más de **60** entidades sociales, oenegés, comedores sociales y Ayuntamientos, entre las que se encuentran Cruz Roja, Cáritas, Foodforheroes y HealthWarriors.

10.000 niños y niñas con becas comedor recibían yogures cada semana gracias a la colaboración con los clientes Serunion y Aramark.



Total donado por el programa Alimantar x Amor:

Cerca de **3** millones de yogures

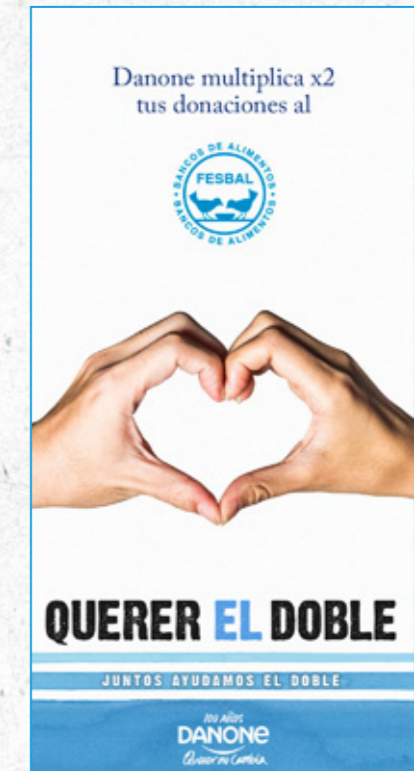
Más de **480.000** litros de agua

Cerca de **19.000** unidades de producto de alimentación infantil y médica

Impulsando la participación ciudadana

Hemos puesto en marcha «Querer el doble», una iniciativa para **fomentar donativos a través de la plataforma de crowdfunding GoFundMe**. Las ayudas se canalizan a través de la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL) para asegurar que productos de primera necesidad como pasta, arroz, conservas y legumbres llegan a todos los hogares del territorio que lo puedan necesitar. Por cada euro donado, desde Danone aportábamos otro.

El total recaudado han sido más de **120.000 euros**.



VOZ INVITADA

Andrés Conde, director ejecutivo de Save the Children

En situaciones extraordinarias como la que estamos viviendo, es imprescindible la colaboración y contribución de todos y todas. La pandemia del COVID-19 está dejando una situación de vulnerabilidad en todos los ámbitos de la sociedad que requiere una intervención integral, así como saber articularla con eficacia y eficiencia. En este sentido, agradecemos enormemente a Danone su aportación para, juntos, lograr superar esta crisis.



3. Apoyando a las familias y facilitando el acceso a la educación

La crisis sanitaria provocada por el COVID-19 ha evidenciado que la educación para el cuidado integral de la salud de los niños es una asignatura pendiente en nuestro sistema de enseñanza. Prácticas de alimentación e hidratación positivas, así como el cuidado del bienestar emocional y el desarrollo mental de los niños, son clave para el desarrollo físico e intelectual infantil.

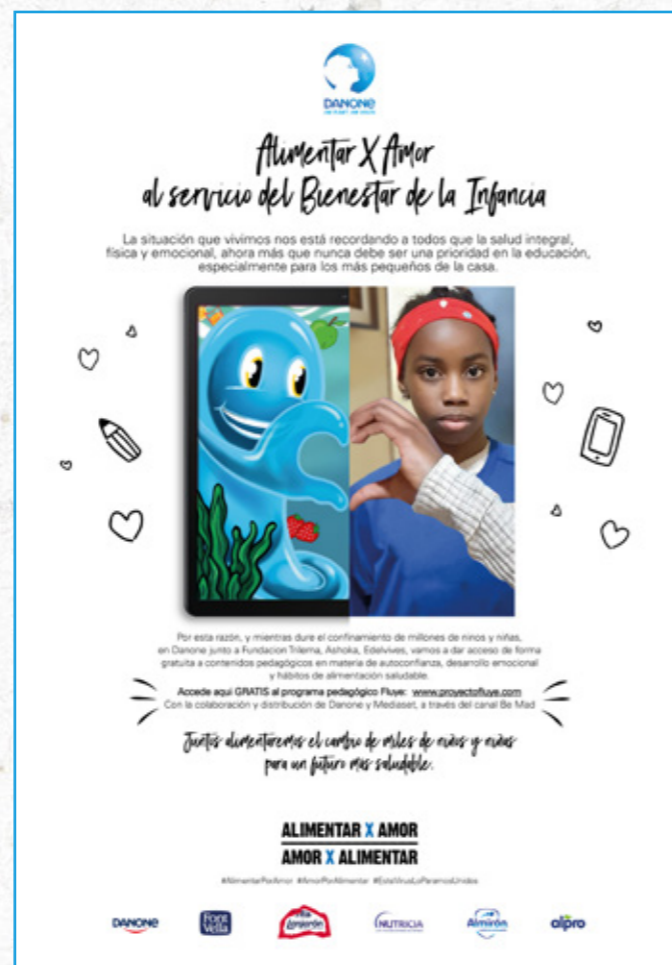
Haciendo accesible el programa Fluye

MEDIASET *españa.*

Además, en colaboración con Mediaset España, hemos puesto a disposición de todas las familias y de forma gratuita los contenidos del programa, gracias a la difusión de ocho capítulos de dibujos animados en el canal de televisión Be Mad y los soportes digitales de Mediaset España como Mitele.

El contenido está adaptado a cuatro etapas educativas, que abarcan desde infantil hasta el último ciclo de primaria y busca generar un impacto en la salud infantil a través del cambio en hábitos de alimentación e hidratación.

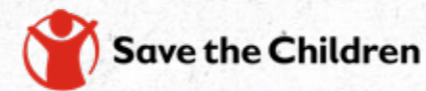
La Fundación Edelvives, CEU Universidad San Pablo, la Universidad de Zaragoza, el Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona y la UAM son algunos de los colaboradores que han participado en la elaboración del contenido pedagógico.



¿SABÍAS QUE...

El 44% de las familias con menor renta económica solo disponen de un dispositivo electrónico, mientras que el 61% de los hogares con mayores ingresos disponen de tres o más.

Aprender en casa



Junto a la Fundación Trilema y Save the Children, hemos desarrollado la iniciativa Aprender en casa, que busca asegurar el acceso a recursos educativos a todas las familias, sin importar su contexto socioeconómico y facilitándoles acceso a un programa educativo de salud integral.

Cerca de 6.000 niños y niñas en riesgo de exclusión social tendrán acceso a materiales educativos adaptados y a personal docente y especializado de acompañamiento. El programa se hizo extensivo también a los niños de las Escuelas Danone y a niños con metabopatías.



4. Impulsando la investigación clínica

PROGRAMA NUTRICOVER

Programa impulsado por Nutricia a nivel global para apoyar iniciativas de investigación clínica en 16 países de todo el mundo con una financiación por valor de un millón de euros, con el objetivo de adaptar el cuidado nutricional a las necesidades de los pacientes de COVID-19 dados de alta de la UCI.

1 millón
de euros donados

16
países

23
hospitales

500
pacientes por
SARS-CoV-2

3
proyectos de
investigación
independientes





Epílogo de Joan Ribó, alcalde de Valencia y presidente del Centro Mundial para la Alimentación Urbana Sostenible (CEMAS)

Compartir reflexiones sobre cualquiera de los diversos temas alrededor de la alimentación une a las personas. Es siempre enriquecedor dialogar sobre aquello que nos alimenta, porque innegablemente va unido a aquello que nos enriquece el alma. No hay cultura que no vincule el universo y el lenguaje de sus alimentos a su esencia ancestral. Sabores y olores que forman parte del patrimonio de un grupo humano y, por ende, de todo el mundo.

“La responsabilidad y la coherencia deben ser parte del ADN de toda acción empresarial, como lo deben ser de toda actuación pública”

Hace ahora algo más de cien años, un farmacéutico preocupado por una correcta alimentación consiguió una fórmula para la fermentación láctea que aportaba un alto valor nutricional y además resultó ser eficaz para algunas dolencias gástricas, especialmente para los niños. Ese farmacéutico, de origen sefardí, había sufrido junto a su familia la persecución a la que fue sometida su cultura y tuvo que huir de su lugar de origen. La fórmula se desarrolló en Barcelona y contribuyó a mejorar la salud de miles de niños en esa ciudad.

El afecto y el compromiso son conceptos que se transmiten de muchas formas. Pero a

través del alimento convierten la necesidad en virtud. Compartir nos hace más humanos, mejores personas y mejores ciudadanos. Hoy, un siglo después aquel primer fermento, esa fórmula ayuda a millones de niños y no tan niños a mejorar su dieta todos los días. Pero si hay algo que nos han enseñado este último siglo es que nadie es superior a nadie. Que nuestra casa común hay que cuidarla. Que la responsabilidad y la coherencia deben ser parte del ADN de toda acción empresarial, como lo deben ser de toda actuación pública. Que las alianzas público-privadas con el objetivo del bien común van a ser fundamentales si queremos un futuro en paz y en justo desarrollo de todas las personas.

Si algo nos ha enseñado este último siglo es que en el respeto y en la justicia reside la esencia del progreso, del verdadero progreso. Las alarmas surgen cada día con más intensidad. La pandemia del COVID-19 nos hace reflexionar, como otras crisis sociales, medioambientales, económicas y políticas, que no nos queda mucho margen de error.

Solo se puede construir un mundo en el que cabemos todos y en el que nadie debería abandonar su lugar de origen desde el respeto, el afecto y la justicia. Un mundo en el que las familias productoras y especialmente las mujeres se sientan orgullosas de su trabajo. Se sientan orgullosas de ser ciudadanas de un lugar repleto de recetas ancestrales, olores familiares y sabores que nos trasladan en pocos segundos los mejores pasajes de nuestra vida junto a nuestros seres queridos.

Y tú, ¿te unes a la revolución alimentaria?



Accede a:
www.algotienequecambiar.es



“ **Cada vez que comemos y bebemos, elegimos el mundo en el que queremos vivir** ”

Emmanuel Faber, CEO de Danone