



presented by



PROGRAM JR. NBA YANG DIPERSEMBAHKAN OLEH FRISIAN FLAG HADIR DI INDONESIA UNTUK KETIGA KALINYA

– *Ekspansi Program Jr. NBA tahun ini jangkau lebih dari 200 sekolah di Surabaya, Bandung dan Jakarta* –

– *Pendaftaran online dilakukan melalui www.jrnba.asia/indonesia* –

JAKARTA, 19 Maret 2016 – Jr. NBA, sebuah program pembinaan global NBA yang bertujuan untuk memperkenalkan olahraga basket dan gaya hidup aktif bagi anak-anak, hadir di Indonesia untuk ketiga kalinya. Program Jr. NBA tahun ini akan memperluas jangkauannya ke lebih dari 200 sekolah di Indonesia dengan klinik basket di Surabaya, Bandung dan Jakarta. Frisian Flag, salah satu *brand* Royal FrieslandCampina, sekali lagi hadir sebagai mitra penyelenggara Jr. NBA di Indonesia.

Jr. NBA Indonesia yang dipersembahkan oleh Frisian Flag akan berlangsung hingga Agustus 2016 dan menjangkau lebih dari 5,000 anak laki-laki dan perempuan. Para peserta akan diberikan pelatihan tentang dasar-dasar permainan bola basket dan pentingnya nilai-nilai utama Jr. NBA, yaitu nilai *Sportsmanship* (sportivitas), *Teamwork* (kerjasama tim), a *Positive Attitude* (sikap positif), dan *Respect* (saling menghargai) atau disingkat menjadi S.T.A.R.

“Kami sangat bersemangat dan bangga untuk menyambut kembali program Jr. NBA yang menghadirkan beragam aktivitas untuk menginspirasi anak-anak Indonesia di tahun ketiganya,” jelas **Maurits Klavert**, Presiden Direktur Frisian Flag Indonesia. “Kami percaya bahwa program Jr. NBA Indonesia yang dipersembahkan oleh Frisian Flag adalah *platform* yang ideal untuk membawa pesan Drink.Move.BeStrong bagi anak-anak, dengan mengajarkan pentingnya berolahraga secara rutin sejak dini, ditambah dengan perpaduan asupan makanan yang sehat dan bernutrisi melalui konsumsi susu setiap hari. Melalui kerjasama dengan liga basket terdepan di dunia, kami akan terus mendorong anak-anak Indonesia untuk bergaya hidup sehat dan aktif, sekaligus memberikan pengalaman perjalanan NBA yang tak terlupakan ke luar negeri bagi peserta Jr. NBA yang terpilih.”

“Kami mendukung penuh berbagai aktivitas yang mendorong generasi muda Indonesia dan kami sangat bersemangat atas berlanjutnya program Jr. NBA Indonesia yang dipersembahkan oleh Frisian Flag,” ungkap **Imam Nahrawi**, Menteri Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. “Jr. NBA Indonesia yang dipersembahkan oleh Frisian Flag sejalan dengan visi kami untuk menciptakan atlet yang kompetitif dan berprestasi agar dapat mewakili Indonesia di taraf internasional dan kami berharap program ini dapat terus memotivasi generasi muda Indonesia, mendorong potensi mereka sejak usia dini, sambil mempromosikan gaya hidup aktif dan sehat serta mengonsumsi makanan bergizi.”

“Kami senang atas kembali hadirnya program Jr. NBA dalam rangka memberikan dampak positif bagi kehidupan anak-anak, orang tua, dan pelatih basket di Indonesia,” ujar **Francesco Suarez**, Vice President, Global Marketing Partnerships, NBA Asia. “Bersama dengan Frisian Flag, kami berkomitmen untuk menyediakan lingkungan beraktivitas yang aman dan menyenangkan bagi anak-anak Indonesia, dan juga mengajarkan mereka tentang nilai-nilai positif dari olahraga dan manfaat dari asupan gizi yang baik.”

Program tahun ini dimulai hari ini (19/03), di Jakarta, dengan *coaches clinic* (pelatihan bagi guru olahraga) dan *open clinic* (pelatihan terbuka) bagi anak-anak di Cilandak Sports Center, Jakarta dan dilanjutkan dengan *open clinic* di keesokan harinya. Jadwal tahun ini juga akan meliputi klinik pelatihan tambahan menjelang *Selection Camp* pada 20-21 Agustus, dimana 40 anak laki-laki dan 24 anak perempuan terbaik usia 10-14 tahun yang terpilih akan berpartisipasi dalam *National Training Camp* Jr. NBA di Jakarta, pada 26-28 Agustus. Di tahun ini, program *Train the Trainers* (pelatihan untuk pelatih) juga akan diperkenalkan

bagi pengembangan olahraga basket lokal, dengan mengajarkan berbagai pengetahuan dan nilai-nilai basket bagi para peserta, untuk membantu mendorong pengalaman basket bagi generasi muda di Indonesia.

National Training Camp, sekali lagi akan dihadiri oleh legenda atau pemain aktif NBA serta menghadirkan program kepedulian sosial NBA Cares. Puncak dari *National Training Camp* akan memilih 10 anak laki-laki dan lima anak perempuan berbakat yang nantinya akan dikenal sebagai Jr. NBA Indonesia 2016 All-Stars. Anak-anak terpilih ini akan mendapatkan kesempatan untuk merasakan pengalaman unik bersama NBA di luar negeri, bersama dengan teman-teman Jr. NBA All-Stars dari negara-negara Asia Tenggara lainnya pada akhir tahun ini.

Program ini bebas biaya dan terbuka untuk anak-anak berusia 5-14 tahun. Peserta yang berusia antara 10-14 tahun akan memenuhi syarat untuk berpartisipasi dalam *Selection Camp* dan *National Training Camp*. Selain Frisian Flag sebagai mitra penyelenggara, Tahir Foundation dan Berita Satu sebagai mitra resmi dan Spalding sebagai mitra pendukung Jr. NBA di Indonesia. Program ini juga turut didukung oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia (Kemenpora), Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Persatuan Bola Basket Seluruh Indonesia (PERBASI), dan Kedutaan Besar Amerika Serikat.

Terinspirasi oleh kebutuhan untuk meningkatkan status gizi anak-anak di Asia Tenggara, FrieslandCampina memulai kampanye “**Drink, Move, Be Strong**” yang bermitra dengan program Jr. NBA. Kampanye ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan gizi yang teridentifikasi dari survei nutrisi di Asia Tenggara atau *South East Asian Nutrition Survey* (SEANUTS). Survei ini menunjukkan prevalensi penyebaran gizi buruk bagi anak-anak, terutama kurangnya vitamin D, kalsium dan zat gizi penting lainnya, yang dilakukan kepada 16.744 anak-anak. Di Indonesia, implementasi SEANUTS mengindikasikan adanya hubungan antara gaya hidup aktif dan asupan gizi yang sehat dengan berat badan ideal – anak-anak yang kurang aktif bergerak berkemungkinan 2.5 kali lebih besar untuk memiliki berat badan yang tidak ideal. Kurangnya konsumsi susu juga meningkatkan kemungkinan memiliki berat badan yang tidak ideal, dibandingkan dengan anak-anak yang aktif bergerak dan mengonsumsi setidaknya 200 ml susu setiap harinya.

Frisian Flag menjawab hasil riset SEANUTS melalui kampanye Gerakan Nusantara yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang lebih baik dan menebarkan perilaku positif pada gaya hidup sehat dan aktif, termasuk kebiasaan meminum susu setiap hari. Setelah tiga tahun berjalan, Gerakan Nusantara telah menjangkau 619,200 siswa di 1,251 sekolah dasar di seluruh Indonesia dan riset pada 2015 menunjukkan bahwa program ini terbukti sukses mengantarkan dampak positif, termasuk meningkatnya kebiasaan mengonsumsi makanan dan kudapan yang sehat.

Registrasi untuk *coaches clinic*, *open clinic* dan *Selection Camp* dapat dilakukan melalui website resmi di www.bestrong.co.id dan www.jrnba.asia/indonesia. Para penggemar juga dapat mengikuti perkembangan Jr. NBA di halaman Facebook kami di www.facebook.com/jrnbaindonesia. Untuk semua informasi tentang NBA, silakan kunjungi www.nba.com dan “Berteman” dengan akun resmi NBA di LINE dengan menambahkan @nba_global.

###

Tentang NBA

NBA adalah bisnis olahraga dan media global yang terdiri dari tiga liga profesional: *the National Basketball Association*, *the Women’s National Basketball Association*, dan *the NBA Development League*. Liga ini hadir secara internasional di 215 negara dalam 49 bahasa dan *merchandise* NBA yang terjual di lebih dari 125.000 toko di 100 negara di 6 benua. *Rosters* NBA pada awal musim 2015-16 menampilkan 100 pemain internasional dari 37 negara dan wilayah. Aset digital NBA mencakup NBA.com dan NBA app, yang mencatat rekor akses tertinggi pada musim 2014-15, seperti, NBA TV. NBA adalah liga profesional nomor satu di media sosial, dengan lebih dari 1 miliar *likes* dan *followers* secara global, di seluruh liga, tim dan *platform* para pemain. Melalui NBA Cares, liga ini telah memperhatikan masalah sosial penting sambil bekerja sama dengan organisasi internasional, yang mendukung pendidikan, perkembangan anak muda dan keluarga, serta berbagai hal yang berkaitan dengan kesehatan.

Tentang Royal FrieslandCampina

Setiap harinya, Royal FrieslandCampina menyediakan pangan kaya gizi kepada jutaan konsumen di seluruh dunia. Dengan jumlah pendapatan tahunan sebesar 11.3 miliar euro, menjadikan FrieslandCampina salah

satu produsen susu terbesar di dunia, memasok produk konsumen dan profesional, serta bahan-bahan dan produk setengah matang bagi produsen keperluan gizi bayi & balita, industri makanan dan sektor farmasi di seluruh dunia. FrieslandCampina memiliki kantor cabang di 32 negara dan memiliki hampir 22,049 karyawan, serta produknya tersedia di lebih dari 100 negara. Perusahaan ini dimiliki secara penuh oleh Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A, beranggotakan 19,006 peternak sapi perah di Belanda, Jerman dan Belgia – membuatnya menjadi salah satu perusahaan susu terbesar di dunia.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi www.frieslandcampina.com.

Tentang Frisian Flag Indonesia

PT Frisian Flag Indonesia (FFI) adalah spesialis susu khusus anak-anak dan keluarga di Indonesia dengan merek Frisian Flag yang juga dikenal sebagai Susu Bendera. Frisian Flag telah menjadi bagian dari pertumbuhan keluarga Indonesia sejak tahun 1922. Selama lebih dari 93 tahun di Indonesia, Frisian Flag selalu memberikan komitmennya untuk terus berkontribusi membantu anak-anak Indonesia meraih potensi yang tertinggi mereka, melalui produk-produk kaya gizi. Sebagai bagian dari FrieslandCampina, koperasi peternak sapi perah terbesar dunia yang berpusat di Belanda, FFI mengacu pada pengalaman global dan kemitraan jangka panjang dengan peternak sapi perah lokal, agar dapat menghadirkan sumber gizi terbaik yang diperoleh dari susu. FFI mengoperasikan fasilitas produksi di Pasar Rebo dan Ciracas, Jakarta Timur, dengan berbagai portofolio produk seperti susu cair, susu bubuk, dan susu kental manis dengan merek Frisian Flag, Omela dan Friso.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi www.frisianflag.com.

Tentang Drink.Move.BeStrong

Drink.Move.BeStrong adalah aktivasi dan advokasi kampanye terintegrasi pertama di Asia Tenggara, yang bertujuan untuk mendorong gaya hidup aktif dan sehat bagi anak-anak melalui olahraga, serta asupan gizi yang tepat. Kampanye ini dimulai berdasarkan temuan dari data SEANUTS, survei gizi yang diselenggarakan oleh FrieslandCampina di negara-negara Asia Tenggara; Indonesia, Malaysia, Thailand dan Vietnam, untuk mendapatkan pemahaman status gizi dan asupan makanan untuk anak-anak dari usia 6 bulan sampai 12 tahun. Kampanye lintas-pemangku kepentingan dan lintas-kanal ini mendorong anak-anak di wilayah ASEAN untuk meminum satu gelas susu setiap harinya dan meluangkan waktu satu jam untuk beraktivitas di luar ruangan. Kampanye regional ini menawarkan beragam aktivitas seperti distribusi susu gratis di sekolah-sekolah, program edukasi kesehatan dan gizi, serta *camp* Jr. NBA.

###

Diterbitkan oleh NBA Asia, Limited. Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:

PT Frisian Flag Indonesia

Andrew F. Saputro

Tel: (021) 841 0945

Fax: (021) 877 80698

Mobile: 0811 8300 449

Email: andrew.saputro@frieslandcampina.com

NBA Asia

Roger Ong

Tel: (852) 2843 9628

Fax: (852) 2563 4808

Mobile: (852) 6772 8911

Email: rong@nba.com