



**Presenting Partner of the Jr. NBA**

## **PROGRAM JR. NBA INDONESIA YANG DIPERSEMBAHKAN OLEH FRISIAN FLAG KAMPANYEKAN GAYA HIDUP AKTIF UNTUK GENERASI MUDA**

*Pendaftaran Online untuk Pelatih dan Peserta dilakukan melalui [www.jrnba.asia/indonesia](http://www.jrnba.asia/indonesia) -*

**JAKARTA**, 24 Maret 2018 – National Basketball Association (NBA) hari ini mengumumkan bahwa Jr. NBA, program partisipasi olahraga basket global NBA untuk anak-anak, kembali hadir di Indonesia untuk tahun kelima. Dipersembahkan oleh Frisian Flag, salah satu merek Royal FrieslandCampina, program Jr. NBA Indonesia tahun ini diharapkan mampu menjangkau lebih dari 12.000 anak-anak laki-laki dan anak-anak perempuan di lebih dari 200 sekolah.

“Kami sangat antusias dengan kembali diselenggarakannya program Jr. NBA Indonesia, yang dipersembahkan oleh Frisian Flag, yang terus mengilhami anak-anak untuk hidup aktif dan sehat dengan berolahraga dan makanan bergizi,” tutur Felicia Julian, *Marketing Director for Consumer Dairy* Frisian Flag Indonesia. “Konsisten dengan kampanye perusahaan kami, Drink.Move.BeStrong, Frisian Flag tetap berkomitmen untuk memotivasi generasi masa depan Indonesia, dan kami berharap program yang mampu mengubah hidup ini berjalan dengan sukses.”

“Peluncuran program Jr. NBA Indonesia pada tahun 2014 mengawali komitmen jangka panjang kami untuk perkembangan anak-anak di Indonesia,” ujar Francesco Suarez, *Vice President, Global Marketing Partnerships* NBA Asia. “Dengan diselenggarakannya kembali program Jr. NBA Indonesia untuk tahun kelima, kami terus membangun inisiatif bagi generasi muda untuk melibatkan lebih banyak anak-anak, pelatih, dan pendidik secara nasional melalui olahraga basket.”

Program Jr. NBA Indonesia 2018 dimulai hari ini (24/3) dengan *open clinic* (pelatihan terbuka) bagi anak-anak di Cilindak Sports Center di Jakarta dan akan berlangsung hingga Juli. Program ini meliputi serangkaian *school clinic*, dan diikuti dengan *selection camp* pada 21 Juli dimana sebanyak 32 anak-anak laki-laki dan 32 anak-anak perempuan terbaik akan dipilih untuk berpartisipasi dalam *National Training Camp* Jr. NBA pada 27-29 Juli.

*National Training Camp*, sekali lagi akan dihadiri oleh legenda atau pemain aktif NBA. Puncak dari *National Training Camp* adalah terpilihnya delapan anak-anak laki-laki dan delapan anak-anak perempuan berbakat yang nantinya akan dikenal sebagai Jr. NBA Indonesia 2018 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 lain pada akhir tahun ini. Jr. NBA All-Stars dari Asia Tenggara tahun lalu berkumpul di Shanghai, China, dan menghadiri NBA China Games 2017, sebuah pertandingan langsung NBA yang menampilkan Juara NBA 2017, Golden State Warriors dan Minnesota Timberwolves.

Program ini bebas biaya dan terbuka untuk anak-anak berusia 5-14 tahun. Peserta yang berusia antara 10-14 tahun dapat ikut serta dalam *Selection Camp* dan *National Training Camp*. Peserta akan diberikan pelatihan tentang dasar-dasar olahraga basket dan pentingnya nutrisi tepat. Peserta juga akan belajar tentang nilai-nilai

inti yang diterapkan di 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. Selain Frisian Flag sebagai mitra penyelenggara, Tahir Foundation berperan sebagai mitra resmi dan Spalding sebagai mitra pendukung. Vidio.com, O Channel, Big TV, First Media dan IndiHome merupakan mitra media resmi. Program ini juga didukung oleh Kedutaan Besar Amerika Serikat untuk Indonesia.

Sebagai bagian dari inisiatif pengembangan olahraga basket dan pemuda oleh NBA di Indonesia, NBA bekerjasama dengan pemerintah daerah Sumatera Selatan dan pemerintah Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta untuk menyelenggarakan Akademi Pelatih Jr. NBA, serangkaian lokakarya yang mengajarkan pelatihan di lapangan, penguatan dan pengkondisian tubuh, serta pendidikan basket kepada lebih dari 5.700 guru olahraga dari 4.600 sekolah di dua provinsi tersebut.

Di Indonesia, temuan *Southeast Asian Nutrition Survey* (SEANUTS) menunjukkan hubungan antara gaya hidup aktif dan asupan gizi seimbang dengan berat badan ideal, dan bahwa anak-anak yang kurang aktif bergerak dan tidak mengonsumsi susu memiliki kemungkinan 2,5 kali lebih besar untuk menderita kelebihan berat badan dibandingkan dengan anak-anak aktif yang mengonsumsi setidaknya 200ml susu. Sebagai hasil dari temuan ini, Frisian Flag bekerjasama dengan program Jr. NBA sebagai bagian dari kampanye Drink.Move.BeStrong untuk mendorong gaya hidup aktif dan makanan sehat bagi generasi muda Indonesia, seraya menekankan pentingnya peranan susu dalam pertumbuhan dan perkembangan anak, membantu membentuk otot, menjaga tulang tetap kuat hingga menjaga asupan cairan tubuh.

Kampanye Drink.Move.BeStrong dilaksanakan melalui program Jr. NBA Indonesia, yang dipersembahkan oleh Frisian Flag dan Gerakan Nusantara, sebuah program pendidikan gizi untuk mendukung gaya hidup positif dan kebiasaan konsumsi susu setiap hari, yang telah menjangkau lebih dari 1.376.335 siswa dan 19.161 guru di 2.510 sekolah di seluruh Indonesia, sejak dimulai pada tahun 2013. Program ini telah terbukti berhasil memberi dampak positif, termasuk meningkatkan kebiasaan makan makanan dan kudapan sehat serta mendorong gaya hidup aktif.

Program Jr. NBA Tahir Foundation Scholarship akan kembali hadir untuk menyediakan beasiswa bagi siswa-siswi di Indonesia. Program beasiswa Tahir Foundation ini akan menyediakan beasiswa senilai USD8.000 bagi delapan peserta Jr. NBA Indonesia untuk mendukung kebutuhan pendidikan mereka.

Jr. NBA, program partisipasi olahraga basket global NBA untuk anak-anak, mengajarkan keterampilan dasar serta nilai inti dari permainan di tingkat tertinggi, dalam upaya membantu menumbuhkan dan meningkatkan pengalaman olahraga basket bagi pemain, pelatih dan orangtua. Selama musim 2017-18, NBA akan menjangkau lebih dari 26 juta pemuda di 71 negara melalui berbagai kamp, klinik, tantangan keterampilan, laga liga dan kegiatan lain yang menjangkau masyarakat luas.

Pendaftaran untuk *Selection Camp* dan untuk program beasiswa Jr. NBA Tahir Foundation dapat dilakukan melalui situs resmi di [www.jrnba.asia/indonesia](http://www.jrnba.asia/indonesia) dan [www.bestrong.co.id](http://www.bestrong.co.id). Penggemar juga dapat mengikuti perkembangan Jr. NBA di halaman Facebook di [www.facebook.com/jrnbaindonesia](http://www.facebook.com/jrnbaindonesia). Untuk semua informasi tentang NBA, silakan kunjungi [www.nba.com](http://www.nba.com) dan “Berteman” dengan akun resmi NBA di LINE dengan menambahkan [@nba\\_global](https://www.instagram.com/nba_global).

###

## Tentang NBA

NBA adalah bisnis olahraga dan media global yang terdiri dari empat liga profesional: *National Basketball Association*, *Women's National Basketball Association*, *NBA G League*, dan *NBA 2K League*, yang akan diluncurkan pada bulan Mei 2018. Liga ini hadir secara internasional di 215 negara dan wilayah dalam 50 bahasa, dan merchandise NBA yang terjual di lebih dari 125.000 toko di 100 negara di 6 benua. *Rosters* NBA pada awal musim 2017-18 menampilkan 108 pemain internasional dari 42 negara dan wilayah. Aset digital NBA mencakup NBA TV, NBA.com, NBA app dan NBA League Pass. NBA telah menciptakan

salah satu komunitas media sosial terbesar di dunia, dengan lebih dari 1,4 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 hari, Royal FrieslandCampina menyediakan pangan kaya gizi kepada jutaan konsumen di seluruh dunia. Dengan pendapatan tahunan mencapai 11 miliar euro, FrieslandCampina adalah salah satu produsen susu terbesar di dunia, memasok produk konsumen dan profesional, serta bahan-bahan dan produk setengah matang bagi produsen gizi bayi & balita, industri makanan dan sektor farmasi di seluruh dunia. FrieslandCampina memiliki kantor cabang di 33 negara dan memiliki hampir 21.927 karyawan. Produknya tersedia di lebih dari 100 negara. Perusahaan ini sepenuhnya dimiliki oleh Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A., yang beranggotakan 13.300 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](http://www.frieslandcampina.com).

### **Tentang Frisian Flag Indonesia**

PT Frisian Flag Indonesia (FFI) adalah perusahaan susu terdepan yang memproduksi susu khusus untuk anak-anak dan keluarga dengan merek Frisian Flag, yang juga dikenal sebagai Susu Bendera. Frisian Flag telah menjadi bagian dari pertumbuhan keluarga Indonesia sejak 1922. Selama lebih dari 95 tahun di Indonesia, Frisian Flag selalu menjaga komitmennya untuk terus berkontribusi membantu anak-anak Indonesia meraih potensi tertingginya melalui produk kaya gizi. Sebagai bagian dari FrieslandCampina, koperasi peternak sapi perah terbesar di 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 terkandung dalam 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](http://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 tepat. Kampanye ini dimulai berdasarkan temuan South East Asia Nutrition Study (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 minum satu gelas susu setiap hari dan meluangkan waktu satu jam untuk beraktivitas di luar ruangan. Kampanye kawasan ini menawarkan beragam aktivitas, seperti, pembagian susu gratis di sekolah, program pendidikan kesehatan dan gizi, serta kamp Jr. NBA.

###

### **Kontak**

Roger Ong, NBA Asia, +852 6772 8911, [rong@nba.com](mailto:rong@nba.com)

Andrew F. Saputro, PT Frisian Flag Indonesia, (021) 841 0945, [andrew.saputro@frieslandcampina.com](mailto:andrew.saputro@frieslandcampina.com)