



## PROGRAM JR. NBA INDONESIA YANG DIPERSEMBAHKAN OLEH FRISIAN FLAG PERLUAS JANGKAUAN DI TAHUN KEEMPAT

- Program Jr. NBA 2017 kembali hadir di Surabaya, Bandung dan Jakarta -

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

**JAKARTA**, 25 Maret 2017 - National Basketball Association (NBA) hari ini mengumumkan bahwa Jr. NBA, program partisipasi olahraga basket global NBA bagi anak-anak, kembali hadir di Indonesia untuk tahun keempatnya. Program Jr. NBA tahun ini juga memperluas jangkauannya di Surabaya, Bandung dan Jakarta, dengan menjangkau hampir 10.000 anak-anak laki-laki dan perempuan di lebih dari 200 sekolah di ketiga kota tersebut. Frisian Flag, salah satu *brand* Royal FrieslandCampina, sekali lagi hadir sebagai mitra penyelenggara Jr. NBA di Indonesia untuk keempat kalinya berturut-turut.

“Pertumbuhan angka partisipasi Jr. NBA yang dipersembahkan oleh Frisian Flag dari tahun ke tahun menunjukkan bagaimana program ini telah menginspirasi lebih banyak anak-anak Indonesia untuk mengadopsi gaya hidup aktif,” papar **Maurits Klavert**, Presiden Direktur Frisian Flag Indonesia. “Melalui program Jr. NBA, kami terus berkomitmen untuk menyampaikan pentingnya kecukupan gizi dan aktivitas fisik bagi ribuan anak-anak Indonesia. Tahun ini merupakan tahun khusus bagi Frisian Flag Indonesia, karena bersamaan dengan perayaan 95 tahun hadirnya kami di negeri ini. Tujuan kami untuk membangun keluarga Indonesia yang kuat tidak hanya direfleksikan melalui program Jr. NBA, tetapi juga melalui kampanye Drink.Move.BeStrong, yang terus mempromosikan gaya hidup aktif untuk membantu peningkatan kualitas hidup seluruh generasi muda Indonesia.”

“Olahraga merupakan cara terbaik untuk memelihara kebiasaan dan pola pikir positif para peserta,” ujar **Imam Nahrawi**, Menteri Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. “Saya sangat menghargai program Jr. NBA yang dipersembahkan oleh Frisian Flag yang terus memperluas kehadirannya di Indonesia, menjangkau lebih banyak anak-anak dan memberikan pemahaman tentang nilai-nilai positif dalam olahraga untuk mendidik mereka menjadi generasi yang lebih kuat, serta tangguh.”

“Program Jr. NBA telah berperan penting dalam pertumbuhan olahraga basket di Indonesia, selama lebih dari empat tahun terakhir,” tutur **Francesco Suarez**, Vice President, Global Marketing Partnership, NBA Asia. “Program ini memberikan kami kesempatan untuk dapat meningkatkan kualitas pengalaman bermain basket generasi muda di dalam negeri dengan tentunya menekankan aspek kesehatan serta kebugaran, sekaligus mengajarkan dasar-dasar permainan bola basket kepada seluruh peserta dan pelatih. Dengan dukungan yang terus berlanjut dari para pemangku kepentingan, kami yakin program Jr. NBA dapat memperluas dampak positif kepada anak-anak dan pelatih basket di seluruh Indonesia, tahun ini dan tahun-tahun yang akan datang.”

Program Jr. NBA dimulai hari ini (25/3) di Jakarta, dengan *coaches clinic* (pelatihan bagi guru olahraga) dan *open clinic* (pelatihan terbuka) bagi anak-anak di Cilandak Sports Center, Jakarta, dan program ini akan berlangsung sampai dengan awal September 2017. Rangkaian *school clinic* akan dilaksanakan di ketiga kota (Surabaya, Bandung dan Jakarta), yang akan diikuti oleh tahapan *Selection Camp* pada tanggal 26 Agustus 2017 di Jakarta. Sebanyak 32 anak laki-laki dan 32 perempuan terbaik yang terpilih dari *Selection Camp* akan berpartisipasi dalam *National Training Camp Jr. NBA* di Jakarta pada 8-10 September 2017.

Sebagai bagian dari kelanjutan komitmen NBA demi meningkatkan akses terhadap sarana untuk bermain

basket, NBA akan turut melakukan perbaikan sebuah lapangan basket di Indonesia dan mendedikasinya bagi komunitas lokal, pada September mendatang.

*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 8 anak laki-laki dan 8 anak perempuan berbakat yang nantinya akan dikenal sebagai Jr. NBA Indonesia 2017 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*. Para peserta akan diberikan pelatihan tentang dasar-dasar permainan bola basket dan pentingnya nutrisi yang tepat. Para peserta juga akan belajar tentang nilai-nilai utama 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. 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 untuk Indonesia.

Di Indonesia, temuan *Southeast Asian Nutrition Survey* (SEANUTS) menunjukkan adanya hubungan antara gaya hidup aktif dan asupan gizi yang seimbang dengan berat badan ideal. Anak-anak yang kurang aktif bergerak 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 penemuan ini, Frisian Flag bekerjasama dengan program Jr. NBA sebagai bagian dari kampanye Drink.Move.BeStrong untuk mendorong gaya hidup aktif dan diet sehat bagi generasi muda Indonesia, sambil menekankan pentingnya peran susu terhadap pertumbuhan dan perkembangan anak, membantu membentuk otot, menjaga tulang untuk 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 edukasi nutrisi untuk mendukung gaya hidup positif dan kebiasaan konsumsi susu setiap hari, yang telah menjangkau lebih dari 855,250 siswa di 1,761 sekolah di seluruh Indonesia, sejak dimulai tahun 2013. Program ini telah terbukti sukses mengantarkan dampak positif, termasuk meningkatkan kebiasaan konsumsi makanan dan kudapan sehat.

Program beasiswa Jr. NBA Tahir Foundation akan kembali hadir untuk memberikan bantuan finansial kepada siswa-siswi Indonesia dan pelatihan basket khusus bagi pelatih basket yang terpilih. Program beasiswa ini akan memberikan beasiswa dari Tahir Foundation senilai USD 8.000 kepada lima orang peserta dan tiga orang pelatih dari Jr. NBA Indonesia, untuk mendukung kebutuhan pendidikan mereka.

Registrasi untuk *Selection Camp* dan pendaftaran untuk program beasiswa Jr. NBA Tahir Foundation dapat dilakukan melalui website resmi di [www.jrnba.asia/indonesia](http://www.jrnba.asia/indonesia) dan [www.bestrong.co.id](http://www.bestrong.co.id). Para 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.

###

## **Tentang NBA**

NBA adalah bisnis olahraga dan media global yang terdiri dari tiga liga profesional: *National Basketball Association*, *Women's National Basketball Association*, dan *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 2016-17 menampilkan 113 pemain internasional dari 41 negara dan wilayah. Aset digital NBA mencakup NBA TV, NBA.com dan NBA app,

yang mencatat rekor akses tertinggi pada musim 2015-16. NBA telah menciptakan salah satu komunitas media sosial terbesar di dunia, dengan lebih dari 1,3 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](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 95 tahun di Indonesia, Frisian Flag selalu menjaga komitmennya untuk terus berkontribusi membantu anak-anak Indonesia meraih potensinya yang tertinggi melalui produk-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 yang tepat. Kampanye ini dimulai berdasarkan temuan dari data *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 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.

###

### **Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi:**

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)