



Madrid, 22 de marzo de 2021

Mediaset España y Finish lanzan la segunda edición de la campaña 'Por un futuro con agua' dentro de la iniciativa de comunicación social empresarial VALOR MEDIASET

- Con motivo del Día Mundial del Agua que hoy se celebra, Finish y Mediaset España refuerzan su compromiso y dan continuidad a la campaña iniciada el año pasado que busca fomentar un cambio de hábitos en la sociedad ante las previsiones de una futura desertificación en nuestro país en el año 2040.
- En esta iniciativa, presentada hoy por Laura Madrueno en un evento virtual participado por representantes de ambas empresas, Finish donará a FESBAL hasta 200.000 litros a familias sin acceso a agua de calidad, cantidad correspondiente al agua que se ahorra al evitar el prelavado de platos.
- 'Todo es agua', tema compuesto especialmente para la campaña por la artista Laura Durand, ambientará musicalmente todas las piezas y contenidos editoriales que la integran.

Finish, marca de referencia en pastillas para lavavajillas perteneciente a Reckitt Benkiser, compañía líder en consumo de salud, higiene y hogar con más de 60 años de experiencia, y **Mediaset España**, grupo líder en el sector audiovisual con más de tres décadas informando, entreteniéndolo y sensibilizando sobre causas sociales a la audiencia, emprenden de nuevo un camino conjunto para **poner en valor el agua como elemento único, fundamental e irremplazable** para la continuidad de la vida en nuestro planeta con el lanzamiento de la segunda edición de la campaña '**Por un futuro con agua**'.

Coincidiendo con la celebración del Día Mundial del Agua, ambas compañías unen sus fuerzas a través de la comunicación en televisión, soportes digitales y redes sociales para **combatir la escasez de este recurso** y promover su ahorro a través de la **innovación** y de la **concienciación** en torno a un **cambio de hábitos**, sobre todo el de evitar prelavar a mano los platos antes de meterlos al lavavajillas.

‘Por un futuro con agua’ llega enmarcada dentro de **VALOR MEDIASET**, sello corporativo creado el pasado año por la compañía para apoyar a las marcas en su estrategia de responsabilidad corporativa, aprovechando la amplia experiencia de más de 20 años en comunicación social de Mediaset España a través 12 Meses.

Dos marcas con un gran objetivo común: poner en valor el agua

La acción ha sido presentada hoy en una gala virtual conducida por la presentadora de El Tiempo **Laura Madrueño** y participada por **Paolo Vasile**, consejero delegado de Mediaset España, del Director General de RB Iberia, **Selim Akis** y el Director de Marketing de RB Higiene Iberia, **Xavier Cuadrat** quien comenta que:

*“La campaña ‘Por un Futuro con agua’ que hemos hecho Mediaset España y Finish ha conseguido que se incrementase un 20% la concienciación sobre el valor del agua y que el 70% de los hogares impactados se planteen adquirir nuevos hábitos como dejar de prelavar para ahorrar agua. Y esto desde Finish nos enorgullece”, asegura **Xavier Cuadrat**, director de Marketing de RB Higiene Iberia.*

Por su parte, **Paolo Vasile**, consejero delegado de Mediaset España, ha destacado que *“un año más Mediaset España apoya con entusiasmo esta magnífica iniciativa de Finish y RB porque un futuro sin agua es un futuro sin futuro. Hablar del futuro con agua, de concienciar a las personas, tiene una importancia aún mayor de la que tenía hace un año porque ahora estamos todos volcados en el presente, en la lucha contra la pandemia y los avances de la vacunación, pero pensar en el futuro sigue siendo lo más importante puesto que el presente, como todas las pandemias, pasa y no debe ocultar los problemas del planeta y de los seres humanos con un bien escaso ypreciado como el agua y su desperdicio. Debemos recordar lo fundamental que es la colaboración de cada uno de nosotros para solucionar problemas globales. La humanidad se construye con la suma de todos y debemos llamar a la responsabilidad individual, especialmente en este caso”.*

#PorUnFuturoConAgua tiene como objetivo hacer frente a una serie de cifras y previsiones cada vez más alarmantes en torno a la escasez de agua y la desertización: **España será uno de los países más secos del mundo en 2040**, Además, hay cálculos que indican que en 2030 el 65% de la población española sufrirá las consecuencias de la escasez de agua, según la Comisión Europea y World Resources Institute.

A nivel mundial, **tres de cada diez personas carecen de acceso a agua potable** en el hogar, según la ONU. Las sequías propician, además, una cada vez mayor escasez de agua potable, lo que genera un **impacto negativo en la salud** de las personas sin acceso a ella.

Estas situaciones pueden ser combatidas **incorporando hábitos** como sustituir el baño por la ducha, cerrar el grifo durante el cepillado de dientes o **evitar prelavar a mano los platos antes de meterlos al lavavajillas**, gesto con el que se logra ahorrar hasta 47 litros de agua.

Finish y FESBAL abastecen de agua a las familias sin acceso

En su segunda edición, esta iniciativa suma a la causa a la **Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL)**, ONG que lucha desde 1996 contra el hambre y la pobreza a través del aprovechamiento de los alimentos y su reparto entre los más desfavorecidos y con la que Finish, pionera en apostar por un proyecto vinculado al ahorro del agua como valor añadido al de sus propios productos, colaborará con la **donación de hasta 200.000 litros a familias con acceso limitado a agua de calidad**. Actualmente FESBAL cuenta con más de 1 millón y medio de personas necesitadas a las que les ofrecen sus servicios, cifra que ha crecido más de un 60% este último año.

Una **campana de donación abierta** en www.porunfuturoconagua.es y en la que **los consumidores** de la marca podrán hacer sus donaciones de tres formas: directamente a Banco de Alimentos con un link habilitado para ello, con la compra de packs de Finish y compartiendo sus comentarios en redes sociales con el hashtag #Finishporunfuturoconagua mencionando @finish_esp. Por cada pack adquirido o post publicado, la marca donará 5 litros de agua a familias necesitadas.

‘Todo es agua’, tema musical para acompañar el contenido editorial en televisión y soportes digitales

La alianza entre Mediaset España y Finish ha derivado también en la composición del **tema musical ‘Todo es agua’**. Creado e interpretado por la artista **Laura Durand**, acompañará todas las piezas y contenidos editoriales que formarán parte de la campaña, que se desarrollará en los **soportes de televisión y digitales de Mediaset España**.

#PorUnFuturoConAgua, liderado por el equipo Transmedia de Arena Barcelona, es un proyecto hecho realidad con Mediaset España, National Geographic y de la mano de Havas con FESBAL, siendo la entidad un agente principal en el desarrollo y en la ejecución de la acción.

[Descarga el Spot Valores Mediaset-Finish](#)

[Acceso al spot de Finish](#)

[Descarga el tema musical ‘Todo es agua’](#)

[Descarga el making of del tema ‘Todo es agua’](#)