



DANONE : L'alimentation par respect environnemental, sanitaire et humain

TRANSFORMATEUR

CONTEXTE

ENTREPRISE

DANONE

Chiffres d'Affaires
(2017) : 24,7 milliards
d'euros

Effectif (2017) : +100 000

Pays (siège social) :
France

Site internet :
<https://www.danone.com/fr.html>

Contact: Flore AUGÉ,
directrice RSE Danone
France

Né de la fusion de BSN et Gervais Danone en décembre 1972, DANONE est avant tout l'histoire de la rencontre entre Daniel Carasso et Antoine Riboud. L'entreprise française cherche dès les années 1990 à accroître ses relais de croissance à l'international.

La vocation première de DANONE fut « d'apporter la santé par l'alimentation au plus grand nombre ». Aujourd'hui, l'identité de l'entreprise reflète sa vision selon laquelle notre santé et celle de la planète sont indépendantes avec le slogan « One planet. One health ».

OBJECTIF(S)

- Redonner tout son plaisir à l'alimentation en innovant sans cesse
- Gérer une croissance supérieure, rentable et durable
- Être certifié B Corp
- Développer ses marques engagées
- Faire confiance à ses équipes, fédérer et promouvoir une croissance inclusive



Pour en savoir plus

<https://www.danone.com/fr/about-danone/sustainable-value-creation.html>

DÉMARCHE

Partant du principe que « les marques n'existent que par le pouvoir des consommateurs », DANONE s'engage dans la révolution de l'alimentation avec pour ambition de faire de chaque marque DANONE une Manifesto brand ou marque engagée.

Ce modèle de marque a comme point de départ unique l'accent mis sur les consommateurs, en identifiant la tension entre un *insight* pertinent et en le confrontant à la réalité dans laquelle nous vivons. Ceci permet d'identifier la légitimité de la marque à opérer dans cet environnement.

Une marque engagée doit défendre un point de vue fort et différenciant qui justifie :

- l'existence de la marque
- sa pertinence pour les consommateurs
- avoir un engagement en faveur de l'amélioration de la santé des hommes, ainsi que de la planète.

Le slogan « One Planet. One Health » est maintenant rendu vivant par 40 marques engagées. L'ambition de ce modèle opérationnel est que chaque marque Danone devienne une marque engagée, contribuant à la révolution de l'alimentation et générant une croissance rentable et durable.

FACTEUR(S) CLÉS DU SUCCÈS

- A travers le monde, les salariés, quel que soit leur fonction dans l'entreprise, sont passionnés et engagés pour encourager des habitudes alimentaires plus durables et plus saines
- Coopérer avec de multiples partenaires, des chercheurs, des consommateurs, des ONG, des professionnels de santé, des agriculteurs et les pouvoirs publics
- Créer de la valeur pour les communautés locales et en replaçant l'environnement au cœur de notre activité

CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE DE L'ENTREPRISE	BÉNÉFICES POUR LA FILIERE
<ul style="list-style-type: none"> • 100 000 salariés répartis dans plus de 60 pays dont 92% adhèrent totalement aux valeurs de l'entreprise • Alliances multiformes 	<ul style="list-style-type: none"> • Efficacité et crédibilité pour répondre aux enjeux environnementaux et alimentaires