

Extrait du Projet 22

<http://www.projet22.com/questions-de-societe/les-multinationales-une-histoire/danone.html>

Danone

- Questions de société - Les multinationales : une histoire de pouvoir -



Sommaire

- [Origine Danone](#)
 - [Isaac Carasso](#)
 - [Les débuts de Daniel Carasso](#)
- [Fusion Danone et Gervais](#)
 - [His-toire Gervais](#)
- [La fusion avec BSN](#)
 - [His-toire BSN](#)
- [Conclu-sions](#)

Origine Danone

C'est en 1919 que naît la marque Danone en Espagne, à Barcelone, directement inspirée du surnom qu'Isaac Carasso, son fondateur, donnait à son fils Daniel : Danon signifiant « Petit Daniel » en catalan.



Isaac Carasso

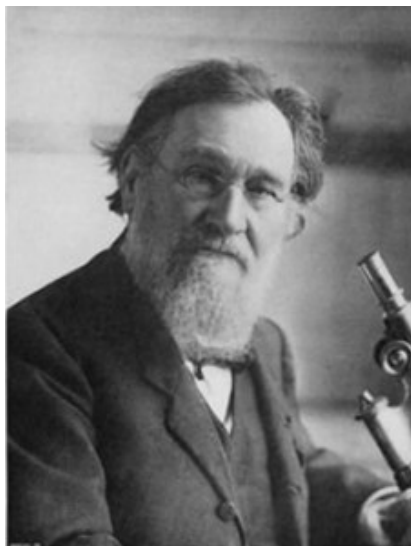
Isaac Carasso

Et comme il s'agit d'un nom propre et qu'il ne peut déposer la marque ainsi, il ajoute un e.

Il commercialisa des yaourts avec des ferments issus de l'Institut Pasteur à partir d'une recette provenant des Balkans, pour soigner les problèmes intestinaux des enfants de l'époque. d'ailleurs sur l'étiquette du yaourt était indiqué

préparé selon les prescriptions du professeur Metch-nikoff de l'Institut Pasteur et recommandé par le corps médical .

Le professeur Ilya Ilyich Metch-nikoff reçut le prix nobel pour ses recherches.



Le professeur Ilya Ilyich Metchnikoff

Isaac Carasso s'appuie alors sur les prescriptions des médecins à qui il destine des échantillons. Les produits sont vendus en pharmacie et enfin Danone franchit la porte des crémeries.

Les débuts sont difficiles pour faire connaître son produit, d'autant que dans les années 20, le réfrigérateur n'existe pas, ainsi le produit est livré tous les matins par les conducteurs du premier tramway.

Pour se différencier de la concurrence, Isaac Carasso décide de changer la façon de présenter son Yaourt, il n'utilise plus le pot en grès uni mais un pot en porcelaine : fond marron, haut blanc avec inscription de la marque.



1928 : Premier pot en porcelaine

L'ensemble lui revenait 2 fois plus cher et pourtant il continua à vendre son produit au même prix que les autres, mais l'objectif était de se différencier. Il poussa sa logique d'avoir un produit différent en passant par une grande agence de l'époque, l'agence Damour, celle qui a les budgets Citroën et Palmolive.

Un collaborateur de la société, R.L. Dupuy, signe en 1930 la première affiche. Avec pour slogan :

"délicieux et sain, le yoghurt Danone est le dessert des digestions heureuses !".



Daniel Carasso consacra sa vie à donner à cette entreprise une dimension internationale, l'installa en France avant de s'associer au Groupe BSN (Riboud) dans les années 60.



Daniel Carasso en 2009

Les débuts de Daniel Carasso

En 1929 alors que Daniel Carasso a à peine 20 ans lance Danone à Paris, dans un atelier du 18ème arrondissement. Son ambition est de faire découvrir la marque au travers de la nouveauté et surtout à une clientèle plus large :

"vendre la différence en termes de nouveauté, de qualité et de présentation".

Plus tard, alors que la marque est mieux vendue en France qu'en Espagne, il ne manquera pas de tricher sur ses chiffres pour ne pas faire de peine à son père.

En 1937 le yaourt aromatisé aux fruits est lancé "dany" : suprême yoghourt aux fruits".



A savoir que dans le Yaourt est composé de confiture et non de fruit avec pour slogan : "joie du palais, santé du corps". Le plaisir et la santé, toujours... Pour l'anecdote il lança Dany contre l'avis général. d'ailleurs la législation interdisait d'introduire quoi que ce soit dans un produit laitier. Ainsi Daniel Carasso s'en rendit compte et il a obtenu un essai pendant trois mois. Finalement, c'est la réglementation qui a été modifiée.

En 1941 avec la Seconde guerre mondiale et l'occupation nazie, Daniel Carasso s'installe à New York et rachète une petite affaire de yaourts grecs du Bronx dont la marque "know-how". A New York, il rencontre, par l'entremise de son beau-père, le Dr Herman Baruch et fonda avec d'autres associés la Dannon Milk Products

D'ailleurs il rencontra Raymond Loewy, designer renommé de l'époque qui lui dit :

Danone, le nom ne va pas. Les Américains vont prononcer « Dénoni ».

Sur une grande feuille de papier, il a alors écrit « Dannon » en appuyant sur le « a » et en supprimant le « e ». Puis il dessina un logo en ajoutant « real yoghurt ».

Il revient en France après la guerre, où sa société connaît un grand succès grâce à ses inventions, comme les yaourts aromatisés, aux fruits, gélifiés et veloutés ou les fromages frais allégés.

En 1951 la première usine est construite, à Levallois-Perret. Elle produit 100 000 pots par jour.

En 1953 Danone Fruité, le premier yaourt aromatisé aux extraits naturels de fruits. Plus tard, on y ajoutera des morceaux de fruits et le produit s'appellera Danone aux Fruits.

Fusion Danone et Gervais

En 1967 Danone et Gervais, qui col-la-bo-raient déjà dans la logis-tique, fusionnent.



vers 1960, publicité Y. Alexandre, dessin Bill Wirtz, Paris.

La grande dis-tri-bution demandait au premier d'élargir sa gamme en fro-mages frais, et au second de faire du yaourt. A la concu-rrence, ils pré-fèrent le rap-pro-chement. Le lan-cement du Petit Gervais aux Fruits

His-toire Gervais

En 1850 un employé suisse d'une lai-terie d'Auvillers (près de Beauvais) à l'idée de faire ajouter à la pro-prié-taire des lieux, madame Hérould, de la crème à une pré-pa-ration de lait des-tinée à pro-duire des bondons.

En 1850 Charles Gervais alors commis d'un important man-da-taire des Halles de Paris arrive chez Madame Hérould, fer-mière du pays de Bray en Nor-mandie et déten-trice du secret de fabri-cation de déli-cieux petits fro-mages blancs.



Charles Gervais né en 1830 et décédé en 1892 Charles Gervais présentant alors le succès futur des "petits suisses" décida en accord avec Dame Hérould d'entreprendre leur mise en valeur et s'installa à la Ferme du Manet.

Il en fit le produit phare de sa maison. La société Gervais, jusqu'alors spécialiste des double-crèmes, devint le plus gros producteur de petits-suisse et mit au point une organisation de distribution sans faille notamment pour livrer ses produits à Paris, d'abord en calèche puis par chevaux.

Le petit-suisse profita aussi du savoir de la société Pommel, le redoutable concurrent (et voisin) de la maison Gervais au début du siècle, qui se lança aussi dans cette production et la distribuait abondamment en Normandie.

A l'origine, les petits suisses étaient vendus dans une fine bande de papier et placés par six dans de petites caissettes de bois.



En 1921, un glacier américain Christian Nelson devant un petit garçon qui hésitait entre une glace en pot ou du chocolat, et la une idée géniale lui vint à l'esprit. Il décide d'enrober la glace avec du chocolat, mais il fallait trouver le moyen que le chocolat adhère à la glace.

Il test avec de l'huile de coprah, qu'il ajoute, quelques gouttes suffisent dans le chocolat fondu pour que celui-ci durcisse plus vite et il plante à une extrémité un bâton. Le 24 janvier 1922, la glace avec le baronnet est née.

En 1928 Il rentre des états unis avec un brevet lui permettant de confectonner des glaces.

Les glaces sont réalisées suivant la recette Ice Cream Américaine, et décide d'acheter la société de Barnabe Martinez qui avait inventé 3 ans plus tôt la barre glacée, moulée et enrobée de beurre de coco. Depuis les bâtonnets glaces inventés par Charles Gervais s'appelleront tout ESQUIMAU.



La fusion avec BSN

His-toire BSN

Avant d'être un spé-cia-liste de l'alimentation, le groupe est né verrier. En 1966 Le groupe indus-triel Boussois- Souchon- Neuvesel (BSN) est créé par la réunion de la grande ver-rierie rémoise Souchon- Neuvesel (fabri-cation de bou-teilles) et des glaces de Boussois (fabri-cation de verre plat). La pre-mière, dont le centre de gravité se situe dans la région lyon-naise, produit des bou-teilles, des pots indus-triels, des flacons et de la gobe-le-terie (ver-re-creux). Elle possède 25% du capital d'Evian. La seconde, implantée dans le nord de la France, fabrique des vitrages pour le bâtiment et l'automobile (verre plat). L'information occupe à peine une demi- colonne dans Le Monde du lendemain...

Sa pré-si-dence revient à Antoine Riboud, qui débuta sa car-rière en 1943 aux ver-rieres Souchon- Neuvesel, entre-prise liée à la famille de sa mère. Il en deviendra le pré-sident en 1965).



Antoine Riboud

En 1967, le chiffre d'affaire de BSN est de 150 000 000 euros dans le verre plat et le verre d'emballage. La stratégie est de devenir plus gros et ainsi BSN lance en 1968 une **OPA inamicale sur Saint- Gobain** (la première en France) 5 fois plus important que BSN. Antoine Riboud se fait connaître du grand public et son nom entre dans l'histoire industrielle française. La tentative échoue et BSN envisage alors de changer de stratégie.

En 1969 mis en vente du yaourt Fjord inspiré par les spécialités laitières scandinave.



BSN commence sa reconversion de l'industrie du verre à l'agro-alimentaire. Stratégie qu'Antoine Riboud qualifie de "passage du contenant au contenu".

En 1970, BSN prend ainsi le contrôle d'Evian (apporte donc Badoit, Jacques-maire Bledina, Gallia et Fali), de Kro-nen-bourg et de la Société européenne de brasserie.



Badoit, Evian...



BSN devient de fait le leader français de la bière, des eaux minérales et des aliments infantiles va progressivement délaisser son métier d'origine. Au même moment, Danette est lancé sur le marché. Le slogan « on se lève tous pour Danette » sera inventé 9 ans plus tard. Danette est le premier dessert de Danone à être conditionné dans des pots en plastiques.

Au tournant des années 1970, Gervais Danone est déjà la première affaire française de produits laitiers. Mais la concurrence s'internationalise. De son côté, Antoine Riboud, qui dirige le groupe verrier BSN, cherche à renforcer sa nouvelle branche alimentaire.

En 1973 fusion de BSN et de Gervais Danone (propriétaire également de Panzani) pour former une nouvelle entité baptisée BSN- Gervais Danone, et fait naître la première entreprise agro-alimentaire de France.

En 1979 BSN- Gervais Danone se désengage de son activité verre plat, accéléré par la crise pétrolière. Les glaces de Boussois quittent le giron de BSN- Gervais Danone. Le chiffre d'affaires de BSN- Gervais Danone est de 2.5 milliards d'euros.

En 1985 Acquisition des marques Amora, Maille, La Pie qui chante, Carambar, Liebig et Van-damme. En 1997, ses acquisitions sont vendues au groupe Cadbury qui sera racheté par [Kraft Foods](#)

En 1987 lancement de Bio, qui deviendra Activia en 2005. Un des plus grands succès de Danone. et rachat le groupe Général Biscuit qui possède la marque de biscuits LU.

En 1989 Acquisition des filiales européennes de Nabisco : Belin en France, Jacob's en Grande-Bretagne et Saiwa en Italie. Le chiffre d'affaires du groupe s'élève alors à 48,7 milliards de francs. Par contre en 2000 Philip Morris Companies prend le contrôle de Nabisco et le fusionne avec sa filiale alimentaire [Kraft Foods](#).

En 1993, Acquisition de l'eau minérale Volvic.



En 1994 changement de nom. Le groupe devient Danone et adopte le logo du petit garçon qui regarde une étoile.



Il y a derrière « une note affective : le petit garçon rappelle un enfant espagnol, Daniel Carasso (...), que son père appelait familièrement Danon », explique Antoine Riboud.

En 1996 Franck Riboud succède à son père à la présidence.



Né le 7 novembre 1955, Franck Riboud est le fils d'Antoine Riboud, fon-dateur de BSN (Boussois- Souchon- Neuvesel)

En avril 2001 Danone annonce la fer-meture de deux usines Lu de Calais et d'Évry sur la commune de Ris- Orangis ainsi qu'un lourd plan de licen-ciement dans sa filière bis-cuits pourtant béné-fi-ciaire. Ce plan entraîne un appel au boycott et la mise en ligne d'un site internet.

Danone poursuit en justice Olivier Malnuit, l'auteur du logo détourné, et le Réseau Vol-taire qui seront chacun condamnés en pre-mière ins-tance à payer 15 000 euros d'amende et 9 000 euros de dom-mages et intérêts, 4 500 euros de frais de publi-cation judi-ciaire et 1500 euros de frais d'avocats pour contre-façon. Toutes ces condam-na-tions seront annulées en appel, la Cour confirmant la supé-riorité de la liberté d'expression sur le droit des marques. Ce plan social inter-vient aussi à un moment de cris-pation de la coha-bi-tation, à un an de l'élection pré-si-den-tielle, entre Jacques Chirac et Lionel Jospin, les deux inter-ve-nants sur le sujet. Par ailleurs Danone fait Acqui-sition de l'américain Sto-ny-field Farm, leader mondial du yaourt biologique.



En 2002 vente du fro-mager Galbani, numéro un italien, au fonds d'investissement BC Partners pour un montant de 1 015 mil-lions Euros. La cession se traduit par une perte de 475 millionsEuros.

BC Partners

Le 5 mai, décès d'Antoine Riboud, le fon-dateur du groupe à l'âge de 84 ans. En juillet, accord de par-te-nariat avec Suez Indus-trial Solu-tions, filiale du groupe Suez, pour la ges-tion des éner-gies et le trai-tement des eaux à usage indus-triel dans le monde.

The logo for Suez, featuring the word "SUEZ" in a bold, black, stylized font. The 'S' is particularly large and curved, and the 'Z' has a distinctive shape.

La pre-mière phase d'application concerne vingt sites de production.

En juillet 2003 acqui-sition de 20 % de parts du groupe israélien Mey Eden, dis-tri-buteur des eaux miné-rales du plateau du Golan pour monter à 52,5 % de la société.



En 2004 Danone lutte contre le cho-les-térol en lançant Danacol.



Vente des bis-cuits Jacob's.



Faute d'avoir pu atteindre une taille cri-tique et les marges sou-haitées dans ce secteur, le groupe com-mence à se

désen-gager des bis-cuits par United Biscuits.



En mars Franck Riboud et Jamie Pittock, du WWF Inter-na-tional, ont signé un par-te-nariat de trois ans dans le cadre d'un pro-tocole de coopé-ration pour la « pro-tection des zones humides », qui confie au WWF Inter-na-tional la mise en oeuvre du pro-gramme d'actions sous la direction de la Convention de Ramsar (Convention inter-na-tionale sur les zones humides), en coor-di-nation avec le Comité de pilotage du Fonds Danone Evian.

puis en 2006, nou-veaux chan-ge-ments, la branche UB Europe du Sud est cédée à [Kraft Foods](#) pour 5,3 mil-liards d'euros et le consortium Blackstone Group et PAI partners rachète l'entièreté du groupe United Biscuits.

En juillet 2005, des rumeurs de rachat par OPA hostile du groupe Danone par le groupe PepsiCo.



Pepsi nie avoir une telle intention, mais l'affaire fait grand bruit et le gou-ver-nement français annonce même qu'il fera son pos-sible pour pro-téger Danone. PepsiCo aurait indiqué à l'Autorité des marchés finan-ciers (AMF) qu'il ne pré-paraît pas d'offre sur le groupe. Alors que pendant des années les inves-tis-seurs ont estimé cré-dible un rachat

de Danone, les réactions récentes démontrent que ce type d'opération se heurterait à une levée de boucliers.

En 2007 le groupe se recentre sur le créneau de la santé. Il conserve l'eau en bouteille et les produits laitiers frais, mais cède les biscuits Lu à l'américain [Kraft Foods](#) acquis en 1989. Dans la foulée, il rachète le néerlandais Numico, spécialiste de l'alimentation infantile et de la nutrition médicale.



Le 29 avril 2008 Carlsberg, le 4ème brasseur mondial rachète Kronenbourg possédant aussi 1664, Grimbergen et Carlsberg.

le 28 octobre, un protocole d'accord est signé avec l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), une ONG proche du WWF ayant pour objet la création d'un partenariat :



« pour la mise en oeuvre de programmes d'action pour la préservation des écosystèmes qui jouent un rôle déterminant dans le cycle du carbone en différents endroits de la planète »

a été signé par le Groupe Danone et

Le 2 Avril 2009 Daniel Carasso, fils du fondateur de Danone, est décédé à l'âge de 103 ans.

En juin 2010 Danone et Unimilk s'allient pour créer le leader des produits laitiers en Russie et dans les pays de la zone CEI.



Logo Unimilk

Quelques chiffres

| Année | 2005 | 2006 | 2010 |
|--------------------------------------|------|------|-------|
| Chiffre d'affaire en milliards/ euro | 13.7 | 15,6 | 17.01 |
| Béné-fices milliard/ euros | 1,46 | 1.35 | 1.669 |
| Salarié | | | 80976 |

PDG

Présidents- directeurs généraux

| Nom | Mandat | |
|----------------|-------------|--|
| Antoine Riboud | 1966-1996 | |
| Franck Riboud | depuis 1996 | |

Conclu-sions

Danone est le regrou-pement de 3 entités : Danone, Gervais et BSN et le groupe est devenu le n° 1 mondial du secteur des pro-duits lai-tiers frais : Danone, pre-mière marque mon-diale des pro-duits lai-tiers frais : tout les produits danone, Actimel, Danette, Activia (ancien-nement Bio), Taillefine, Danonino, Dany, Fjord, Gervita, Vita-linea, Petit Gervais Aux États unis, mar que se nomme Dannon, aux États- Unis et pos-sèdent entre autre : Carb Control, La Crème, DanActive, Danimals, Frusion, Light'n Fit, Sprinkl'ins...

Le groupe est également n° 1 mondial du secteur de l'eau condi-tionnée (en volume) et numéro deux de l'eau condi-tionnée :

- Eaux miné-rales d'Évian,produisant :

| | | |
|--------------|--|--|
| Arvie | Badoit, n° 1 en France des eaux gazeuses ; | Évian, 1er expor-tateur mondial d'eaux |
| miné-rales ; | La Sal-vetat ; | Talians ; Volvic. |

- Aqua, leader en Indo-nésie et pre-mière marque mon-diale d'eau condi-tionnée ;
- Wahaha, leader en Chine et deuxième plus grande marque d'eau en bou-teille ;
- Robust, en Chine également ;
- Naya, marque d'eau en bou-teille canadienne.

Danone est présent dans plus de quatre- vingts pays. Le marché prin-cipal est la France, suivie de près de l'Europe de l'Ouest avec des parts de marché crois-santes dans l'Europe de l'Est et le reste du monde.

Ses prin-cipaux concur-rents sont, dans les sec-teurs de l'eau embou-teillée et des pro-duits frais, Nestlé. Dans les

bis-cuits, il s'agissait prin-ci-pa-lement d'United Bis-cuits (mais aussi dans cer-tains pays, dont la Bel-gique, Lotus Bakeries).

Ainsi Danone est le regrou-pement de 3 entités : Danone, Gervais et BSN qui nous montre qu'une personne.

Comme les groupes étudiés, [Kraft Foods](#), [Procter & Gamble](#), [Nestlé](#)... Danone est une mul-ti-na-tionale qui réalise un chiffre d'affaire de 17milliard et dégage 1.6 Mil-liard d'euro de bénéfice.

Est ce que ces groupes sont impactés par la crise ? Au vue de leur béné-fices pour le moment cer-tai-nement pas. Par exemple Nestlé en 2010 a dégagé plus de 25 mil-liards d'euro de bénéfices.

Les sommes sont colos-sales mais sommes nous d'accord avec leur choix écono-mique ? celui de faire plus de bénéfice, est com-pré-hen-sible mais ne peuvent ils pas faire d'autres choix ?

Quand nous observons le choix de l'huile de palme, c'est limite une aber-ration Ne serait cas pas le moment à ses mul-ti-na-tio-nales de faire des choix plus proche de l'homme. Pourquoi ne pas baisser cer-tains prix pour montrer qu'il y a une volonté, une prise de consciences certes la baisse serait symbolique.

Un signe d'espoir pro-venant de ses mul-ti-na-tio-nales ser-vi-raient à tous, c'est non seulement une façon de faire de la publicité mais aussi de donner une cer-taine forme d'espoir là ou beaucoup se disent que les grosses boites ne pensent qu'à leur marge et leur actionnaire !

Ce monde est à nous, changeons- le !