



ПАЗАР

От 1995 г. до днес „Данон“ е лидер на пазара на свежи млечни продукти както в обема, така и в стойности. Това се дължи на постоянното качество и на разнообразието на продуктите с тази марка.

Пазарът на свежи млечни продукти в България е особено динамичен – всяка година се появяват и изчезват по няколко марки кисело мляко. 90% от обема му се заемат от натуралното кисело мляко, а останалите 10% се разпределят между всички останали разновидности като плодови млека, напитки, млека с парченца плодове и с Bifidus. Натуралното кисело мляко традиционно е с висока консумация в България, но за сметка на това е с много ниска стойност (най-ниската в света) и възможност за развитие. В последните десет години се наблюдава и сериозно намаляване на консумацията на млечни продукти на глава от населението. За сравнение: от 44 кг през 1990 г. сега тя е спаднала на около 18 кг на година. Ако преди България беше водеща страна в света по консумация, в момента тя е далеч назад от повечето западноевропейски държави като Холандия (55 кг), Финландия (41 кг), Франция, Германия и Швеция (с над 30 кг). Дори някои страни от Източна Европа я изпреварват – например Чехия и Прибалтийските републики.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

• За пазара

Тъй като е водеща компания в своята област, „Данон“ определя голяма степен развитието на пазара на свежи млечни продукти в България. Тя непрекъснато разработва нови продукти и инвестира в модерни производствени технологии, като едновременно с това запазва натуралността на млякото и се съобразява с българските традиции.

• За служителите

Като част от Danone Group, „Данон – Сердика“ стимулира професионалното израстване на своите служители, осигурявайки им възможности за специализирано обучение.

• За обществото

Компанията особено сържи на профила си като социално отговорна и за нея беше голяма чест през ноември 2005 г. да получи специалната награда Engage на Международния форум на бизнес лидерите



на Принца на Уелс за успешно ангажиране на всички нейни служители в осъществяване на активната ѝ социална политика.

„Данон“ се грижи и за околната среда и е сертифицирана по ISO 14001. Тя е първата компания от млечния бранш в България, получила този сертификат.

ИСТОРИЯ

Danone е първата регистрирана марка за производство на свежи млечни продукти в света. Компанията е основана през 1919 г. от Исак Карасо в Барселона, Испания.

Кръстен е на сина му Даниел – в Каталония Данон е галеното обръщение към Даниел. Карасо е бил вдъхновен от работата на руския микробиолог и носител на Нобеловата награда за медицина през 1908 г. Иля Мечников, в чиито екип работи българският студент Стамен Григоров, открил уникалната бактерия, „отговорна“ за ферментацията на млякото, която и до днес е известна като *Lactobacillus Bulgaricus*.

През 1929 г. Карасо построява първата си фабрика във Франция, но по време на Втората световна война мести компанията в Ню Йорк, където основава Danon Milk Products Inc. През 1958 г. „Данон“ се връща в Париж, където и до днес се намира нейното седалище. Започнала от една малка фабрика, компанията от години е водещ международен производител на млечни продукти, минерална вода и бисквити.

„Данон“ стъпва на българския пазар през 1994 г. В началото предлага само традиционното за страната кисело мляко. Днес с тази марка се произвеждат над 40 различни продукта с високо и постоянно качество. Те съчетават

стандартите на „Данон“ за чистота и качество с българската традиция при производството на кисело мляко. Освен с истински, натурален вкус и здравословен ефект, „Данон“ произвежда своите продукти с желанието да задоволи всички вкусове. Ето защо през годините създава различни видове подсементи: плодово кисело мляко, кисело мляко с парченца плодове, айрян, кисело мляко с Bifidus, шоколадови млечни десерти.



ПРОДУКТЪТ

В портфолиото на компанията са включени около 40 продукта. Компанията съчетава европейските стандарти на Danone Group със спецификата и условията на българския пазар.

Киселото мляко „Данон“ е продуктът в традиционния сегмент на натуралното кисело мляко, което компанията предлага, заедно с айрян и сметана. Произвежда се от висококачествено, подбрано сурово мляко при изключителна чистота и хигиена.

„Активиа“ е марката, която предлага иновационни продукти с още по-голям здравословен ефект. Продуктите са разработени на





основата на най-съвременните концепции в храненето с основна цел да осигурят добро храносмилане. „Активиа“ целенасочено и по естествен път подпомага храносмилателната система благодарение на бактерията Бифидус Есенсис, която допълва чревната микрофлора и така намалява времето, необходимо на организма за преработка на храната. Тя стимулира свиването на червата и тяхното ефективно пречистване.

Най-новата марка Dan up – млечни напитки, е в ултрамодерни бутилки. Dan up е световна марка на „Данон“ в категорията плодови кисели млека за пиене. Предпочитана е от млади хора с активно ежедневие. Продуктите са със страхотни вкусове: Dan up fan – ягода и банан, Dan up cool – пълеш и лимон, Dan up Pop up – горски плод.

Друга международна марка с успех в България е „Данет“ – неустойимо вкусен млечен десерт. Комбинация е от сметана и ванилия или шоколад по изпитана френска рецепта. „Данисимо“ са вкусни, здравословни и богати на витамини и калций кремобразни млечни продукти – плодови и с парченца плодове.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

„Данон“ се опитва постоянно да развива пазара и да предлага на потребителите повече и различни млечнокисели продукти със здравословен ефект. Последните предложения са „Активиа“ за пиене – натурална и с фреш от портокал. Най-новият продукт е киселото мляко Danone Light. То е произведено от селектирано висококачествено мляко и неговата масленост е 0,1%. Една кофичка от продукта осигурява 53% от необходимата дневна доза калций (за средно-дневен хранителен прием). Продуктът е създаден за тези, които предпочитат мляката с по-ниска масленост. Така Danone Light гарантира



добра форма и повече здраве всеки ден според световната тенденция за по-здравословен начин на живот.

ПРОМОЦИЯ

Близостта на марката до хората и тяхното доверие са водещите в цялата комуникационна стратегия на „Данон“. Неслучайно в логото присъства като основен елемент усмивката – един универсален начин на комуникация без разлика във възраст, пол, религия.

Един от най-големите социални проекти на „Данон“ в България е организирането на детския футболен турнир „Данониада“. Той стартира през 1998 г. В резултат на огромния интерес (над 50% от училищата в страната участват още в първата година на турнира) „Данон – Сердика“ АД взема стратегическото решение за ежегодно провеждане на „Данониада“, а местната инициатива е подкрепена от централата на компанията в Париж. През 2000 г. е организирана първата Международна купа „Данон“ с участието на осем отбора. През 2006 г. патрон на Международна купа „Данон“ е световноизвестният футболист Зинадин Зидан. В България „Данон“ иницира и специална програма за балансирано хранене заедно с Министерството на образованието и Центъра по опазване на общественото здраве. Тя е предназначена за девет- и десетгодишни деца и представлява интерактивен час в училище, в който по занимателен начин се представят принципите на здравословното хранене. Спектакълът урок включва игрови задачи и тестове, а в края на представянето децата получават „диплома“ за завършен курс по здравословно хранене.

Като част от кампанията за популяризиране на новото лого на „Данон“ премина и инициативата „Творци на усмивки“. Над 200 служители на компанията се включиха активно в „Да накараме Пловдив да се усмихне“. Осем екипа едновременно изпълняваха своите „мисии“ да даряват усмивки в един съботен ден. В парка „Бунарджика“ и градинката „Кочо Честименски“ бяха засадени цветя под формата на новото лого с усмивка, които да радват минавачите с топли си пролетни цветове. Продукти на „Данон“ и много играчки получиха децата от два от домовете за деца, лишени от родителски грижи – „Княгиня Мария Луиза“ и „Рада Киркович“. Освен подаръци, за тях бяха осигурени много забавления, включително игра на футбол със служителите на фирмата. Всички граждани в центъра на града полу-

чиха балони и значки с усмивки. В района на пешеходната алея около фонтана беше разположено и специално нарисувано пано „Повече усмивки за всички“, пред което всеки можеше да се снима и веднага да получи готовите снимки.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Целта на „Данон“ е да даде на хората в целия свят възможност да се развиват и да живеят по-качествено, като всеки ден им осигурява по-добра храна, по-голямо разнообразие на вкусове и по-здравословно удоволствие. Политиката на „Данон“ е со-



циално ангажирана, като желанието е да се стимулират близките взаимоотношения между различните общности и компанията, да се създават условия за професионално развитие на младите специалисти, както и да се насърчава отговорността към околната среда. Четири са основните ценности в корпоративната философия на „Данон“ – отвореност, ентузиазъм, хуманизъм, близост.

www.danone.bg

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

DANONE

- „Данон – Сердика“ е компания с изключително млад екип. Средната възраст на служителите е 35 години.
- В компанията работят над 380 квалифицирани български служители. Изпълнителният директор е също българин.
- „Данон“ работи с над 100 от най-големите български ферми, от които закупува качествено сурово мляко.