

DANONE S.A.

Grupo alimentario francés. En el 1995 el grupo BSN–Gervais Danone adoptó esta nueva denominación.

Ha mantenido una política de expansión basada en la adquisición de empresas, especialmente activa en América del sur, donde adquirió empresas galleteras y envasadoras de agua mineral.

En 1994 acordó la creación del grupo de alimentos preparados panzolim, asociado a Saint Louis. Ha efectuado algunas liquidaciones, entre las que destaca la venta de las empresas españolas Starlux y Pastas La Familia.

1966–1980

B + SN = BSN

El 25 de febrero de 1966, dos compañías de cristal, Souchon Neuvesel y Glases de Boussois, anunciaron que planeaban unirse. Una producía recipientes, botellas y mesas de cristal y se encontraba en la región de Lyon, la segunda, estaba localizada en el norte de Francia y fabricaba ventanas para edificios y automóviles industriales. Su objetivo al unirse era fabricar envases no retornables, cambiando así las tendencias del mercado, lo que conllevó al comienzo de una larga y competitiva lucha por expandirse en el mercado común. Antoine Riboud fue nombrado presidente de Boussois–Souchon–Neuvesel (que pronto se conoció como BSN), la cual tuvo unos ingresos anuales de 1 billón de francos.

BSN ENTRA EN EL NEGOCIO DE LA COMIDA

Animados por aumentar la posición por Saint–Gobain, la gigante industria de cristales francesa, en enero de 1969, BSN toma el control de Evian (propietaria de las marcas Jacquemaire y Fali), Kronenbourg y la European Breweries Company (1970).

BSN se dio cuenta de que los recipientes de cristal estaban perdiendo la situación de monopolio en la industria de bebidas.

El grupo fue internacional en áreas donde su habilidad fuera al menos, iguales a las de los mejores del mundo (productos frescos, galletas y agua). Pero sin excluir ningún sector en el cual podría rápidamente colocarse en una posición estratégica.

Pronto el grupo estaba en todas partes (China, Japón, Indonesia, Argentina, Brasil y Méjico), BSN estaba produciendo yogures, cerveza, agua mineral y galletas.

DANONE NATURALMENTE

El grupo aún carecía de un nombre atractivo que se asociara con los nuevos objetivos. En junio de 1994 se decidió omitir BSN lo cual pareció hacer reflexionar a la anterior compañía, con vistas al futuro, y adoptó el nombre de Danone Group, simbolizado por un niño pequeño mirando a las estrellas.

El grupo de este modo pudo ver las ventajas y la repercusión que tuvo dicho cambio haciéndola famosa en todo el mundo, produciendo en 30 países y fracturando un cuarto de la cifra de negocios . Danone llegó a ser el eslabón entre distintas marcas de galletas, agua mineral, papillas que fueron vendiéndose bajo el nuevo nombre.

En el 96, el Grupo Danone encabezado por Frack Riboud comunicó que alcanzó una cifra de negocios de 83,9

billones de francos.

1980 – 1990

UNA NUEVA ESTRATEGIA

En octubre de 1973 tuvo lugar una guerra entre Israel y Arabia que tuvo como resultado el ¡¡¡BOOM!!! en los precios del petróleo, que marcó final del desarrollo económico de Europa. Todas las compañías francesas sufrieron hasta cierto punto, y BSN Gervais Danone no fue una excepción.

Convencidos de que la crisis representaba un duradero cambio en los negocios y que el fuerte desarrollo tardaría en volver, BSN Gervais Danone decidió retirarse de la fábrica de cristales.

UNA FUERTE BASE EN EUROPA

Como Europa era un importante mercado con 320 millones de habitantes, BSN Gervais Danone decidió comenzar, en 1980, ha desarrollar su negocio aquí.

Lo primero que buscó fue países que ofrecieran grandes oportunidades para la expansión particularmente por la baja concentración, empiezan a fabricar recipientes de plástico, cartón o metal, que no estaban vinculados con la petroquímica, silvicultura o industrias de acero. La mejor idea era empezar a fabricar los contenidos para esos recipientes.

Parecía obvio que las botellas y las bebidas se fabricaran juntos. En 1970, BSN llegó a ser el modelo de las empresas francesas de cerveza, agua mineral y papilla en este aspecto.

EL PRIMER GRUPO FRANCÉS DE COMIDA

En 1973, tras meses de negociación, BSN y Gervais Danone anunciaron que ellos se unirían creando el mayor grupo de comida en Francia.

Gervais Danone creció rápidamente en Europa y también en todo el mundo.

Para BSN unirse representó una mayor oportunidad para avanzar y entrar en nuevos mercados, con un decisivo cambio de los productos alimenticios: pasta, carne, pescado y bebidas. Y llegó a ser el corazón del grupo de negocios. En 1979 se estimaron unos ingresos de 16,5 billones de francos.

1990 – 1996

CONSOLIDACIÓN EN EUROPA

En noviembre del 89, se hundió el imperio soviético, surgiendo así un nuevo mercado, en el este de Europa. BSN Gervais Danone envió equipos al antiguo bloque de países comunistas para explorar las posibilidades en ése área. Comenzando con productos lácteos, galletas y agua mineral.

Fue el primer grupo fabricando productos en el Oeste de Europa y que los vendía en el Este. Más tarde se firmó un acuerdo con las empresas locales de leche, para poder producir los mismos bienes en ese lugar, y tomó el control de compañías, como la fábrica de galletas Cokoladovny de Rusia. Junto a esta expansión del Este, BSN Gervais Danone se consolidó como negocio en el Oeste de Europa porque tomó en control de varias compañías que producían galletas (Grecia e Irlanda), de agua mineral (Francia) y productos lácteos (Danone S.A. en España).

DESARROLLO INTERNACIONAL

En 1993, BSN Gervais Danone se especializó en exportar. Esta estrategia colocó los productos en distintas cadenas de supermercados e hipermercados de España e Italia. Tras una serie de absorciones, fusiones y asociaciones, BSN Gervais Danone adquirió un gran número de empresas locales en áreas tradicionales para el negocio. Así el grupo llegó a establecerse en todo el sur de Europa y en Inglaterra y Alemania.

EL MOVIMIENTO HACIA LAS GALLETAS

En 1986 BSN Gervais Danone continuó con su conquista a Europa, compró General Biscuit, un grupo formado por una red de compañías en Alemania, Bélgica, Francia, Netherlands y Italia. La absorción marco su entrada en la industria de galletas, porque la gente cambio la costumbre alimentaria, creciendo rápidamente.

En menos de 20 años, la política del grupo europeo formó tres grandes grupos de comidas en Europa, y era el líder del mercado en Francia, Alemania, Bélgica, Italia, España, Portugal y Luxemburgo. Pero en 1989 los ingresos crecieron a 48,7 billones de francos.

DANONE EN WALL STREET

El 20 de Noviembre de 1997 el grupo Danone se unió 15 compañías francesas que cotizaban en Bolsa, convirtiéndose así en la más grande del mundo. Daban muestras de yogures Danone a los niños, galletas Lu y agua Evian.

Este día terminó con un balance positivo para la empresa.

3 NÚCLEOS DE ACTIVIDADES

Franck Riboud anunció en mayo de 1997 que el grupo Danone estaba planeando enfocar en tres principales sectores: productos lácteos, galletas y bebidas. Estos sectores representaban el 85% de las ventas del grupo. La nueva estrategia liderando otras marcas que fueron vendidas en la 2ª mitad de 1997 y durante 1998: Panzani, La Familia, Maille, Amora, William Saurin, Agnesi, Liebig, Carambar, La Pie qui Chante—more que representaban la mitad del grupo (pasta, condimentos, nueces) y todo ello, confeccionó el negocio. En esta división por envases, el grupo formó una asociación con Gerresheimer.

Con la perspectiva de llegar a ser líderes en los sectores globales, el grupo decidió restructurarse formando 3 nuevas divisiones, y en tres marcas internacionales: Danone, Evian y Lu.

Los ingresos para 1998 alcanzaron 12,935 millones de euros (84,848 millones de francos), y superó en 4,6% lo previsto.

RÁPIDO AUMENTO DE LA PRODUCCIÓN

El grupo consiguió desarrollar su marca alrededor del mundo. En el 2000 planea registrar 1/3 de las ventas de internet, y llegar a ser un grupo a escala global que pueda competir con los más grandes.

El grupo Danone continúa progresando en las galletas, agua mineral y productos diarios en mercados de latinoamerica, Africa y Asia.

1997 y 1998 fueron marcadas por una serie de promociones. En 1998 Danone se apuntó como patrocinador oficial en la copa del mundo. El evento, ayudó al grupo a ser globalmente más fuertes y eso ahora las conduce al tercer milenio.

HISTORIA DE LA EMPRESA

FUENTES UTILIZADAS:

*** DANONE:**

- LALO, Agustina: A Danone el yogur le sabe a poco. Actualidad Económica, nº1864,pps.10–14. 2000.
- Las mayores empresas de alimentación: Alimarket, nº132, pp.92–105.2000.
- Página web oficial de la empresa Danone:

http://www.danonegroup.com/Meet_The_Danone_Group/Danone_Group_History

*** NABISCO:**

- Página web oficial de la empresa Nabisco:

<http://www.nabisco.com/aboutnabisco/ourhistory.html>

- P.BRAVO: Danone gana a Nabisco en su 'guerra' europea. Nueva Economía, nº13. Domingo 26 diciembre de 1999.

<http://195.53.249.10/nuevaeconomia/99/NEO13-08b.html>