

3. HISTORIA DE LA EMPRESA

El 25 de febrero de 1966 dos compañías de vidrio, “Souchon-Neuvesel glassworks” y “Glaces de Boussois”, anunciaron su fusión, BSN. La primera (ubicada en la región de Lyon) producía botellas, contenedores industriales, frascos y cristalería de mesa, mientras que la segunda (al norte de Francia), fabricaba ventanas para la construcción y la industria automotriz (placas de vidrio). El objetivo de ambas era enfrentar las cambiantes tendencias del mercado hacia las botellas “no retornables, sin depósito” y lanzar una compañía que sería lo suficientemente grande y competitiva para el creciente mercado común.

Alentados por la idea de asumir el control de Saint-Gobain (el gigante francés de la industria del vidrio) en enero de 1969, BSN tomó el control de Evian. BSN sentía que las botellas de vidrio perderían su monopolio en la industria de las bebidas, pero la compañía no tenía la intención de comenzar a fabricar contenedores de plástico, cartón o metal debido a que no tenía conexiones con las industrias petroquímica, forestal o del acero. Una mejor idea era comenzar a producir los contenidos de sus contenedores: parecía obvio que las botellas y las bebidas van de la mano, así como el alimento para bebés y los frascos.

En 1970, BNS se convirtió de inmediato en el productor líder de cerveza, agua mineral y alimentos infantiles de Francia.

En 1973, después de varios meses de negociaciones, BSN y Gervais DANONE anunciaron su intención de unirse creando el grupo de alimentos más grande de Francia. Gervais DANONE, que ya crecía rápidamente en Europa y en todo el mundo, esperaba acelerar el paso de su expansión. La fusión, para BSN, representaba una gran oportunidad para progresar y entrar a nuevos mercados, con un cambio decisivo hacia los productos alimenticios. La pasta, las comidas preparadas, los alimentos frescos empacados y las bebidas se convirtieron en el corazón de los negocios del grupo.

En octubre de 1973, BSN Gervais DANONE decidió cambiar su rumbo al retirarse de la fabricación de placas de vidrio, las cuales realmente no encajaban con el lado de alimentos del negocio, el grupo se enfocó firmemente en los alimentos.

En poco menos de 20 años, la política europea del Grupo la convirtió en el tercer grupo general más grande de Europa y en el líder del mercado en Francia, Alemania, Bélgica, España, Italia, Luxemburgo y Portugal.

BSN Gervais DANONE consolidó su negocio alrededor del mundo al tomar el control de varias compañías productoras de galletas, aguas minerales y productos lácteos. En los últimos años ha adquirido aproximadamente 40 empresas en Asia, América Latina, Europa Central, África y el Medio Oriente.

En junio de 1994, decidió olvidarse de BSN, el cual parecía reflejar más el pasado de la compañía que su futuro, y adoptó el nombre de Groupe DANONE, simbolizado por un niño pequeño viendo una estrella en el cielo.

3.1 Una compañía de bebidas y alimentos líder en todo el mundo

Con más del 10% de crecimiento orgánico, el Grupo presentó el mejor desempeño en su historia en el 2006, fortaleciendo su posición como líder global en productos lácteos y un segundo lugar en aguas embotelladas y galletas.

Danone invierte cada año alrededor de 140 millones de euros en Investigación y Desarrollo. Enfoca el 80% de sus proyectos en investigación de salud y nutrición. Tres siglos después del descubrimiento de los beneficios del agua mineral natural Evian y casi 100 años después del lanzamiento del primer yogurt Danone en las farmacias, la innovación en la salud es más que nunca el centro de la estrategia del Grupo Danone.

En el 2007, Grupo DANONE refuerza su posicionamiento como líder mundial en la industria de productos de consumo con mayor énfasis en la nutrición saludable, con la venta de la división de galletas a Kraft y la adquisición de NUMICO, sosteniendo posiciones líderes en Alimentos para Bebés y Nutrición Clínica, y con la eliminación del negocio de galletas.

Grupo DANONE es líder global en dos categorías de crecimiento sólido en el sector activo de la salud.

1. N° 1 mundial en productos lácteos frescos
2. N° 2 mundial en **agua embotellada** (por volumen)

Marcas principales

- Productos lácteos frescos: Danone, Actimel, Activia, Danonino y Vitalinea (Taillefine, Vitasnella o Ser en algunos países) y Danacol.
- Agua embotellada: Evian, Volvic, Aqua, Bonafont y Font Vella.
- Alimentos para bebé Bledina, Gallia.

3.2 Misión GRUPO DANONE

La misión del Grupo Danone es brindar salud por medio de los alimentos a la mayoría de las personas.

3.3 Bonafont, una marca de grupo Danone

BONAFONT nace en 1992 como un proyecto de entusiastas inversionistas mexicanos, para desarrollar el mercado de agua embotellada.

En 1996, es adquirido por el Grupo Danone, después de estudiar el mercado mexicano y encontrar una gran oportunidad para desarrollar el negocio de agua embotellada.

BONAFONT, como parte de Grupo DANONE mantiene las más estrictas normas de calidad en la elaboración de sus marcas, conservando las características naturales del agua a través de la más alta tecnología en el mundo.

Está alineada a la misión del Grupo Danone; es decir, contribuir a la salud y bienestar a través de una bebida natural y placentera. Además es una empresa comprometida con la sociedad mexicana, realizando todas las actividades responsable y respetuosa con el entorno, contribuyendo así al desarrollo social y económico de la comunidad.

Además enfoca sus esfuerzos en transformar los hábitos de salud de los consumidores para que México viva más saludable, y siendo los embajadores que transmitirán el concepto de salud a través de actitudes y acciones.

BONAFONT fue la primera marca de agua natural embotellada en México, actualmente es líder del mercado de agua embotellada en envases de menos de 4 litros y cuenta con presencia en toda la República Mexicana.