

in Luninets. Since 1994, it has arranged for the recuperation of more than 20,000 children from Belarus, Russia and Ukraine in Italy. Rendered charity assistance is directed to purchase expensive medicines and making transplantation operations outside the Republic of Belarus.

Н.Е. Канашенко

БГЭУ (Минск)

LE GROUPE DANONE — DES GOÛTS VARIESET DES PLAISIRS PLUS SAINS

КОМПАНИЯ DANONE — РАЗНООБРАЗИЕ ВКУСОВ И УДОВОЛЬСТВИЙ

В данной работе проведен генезис стратегического развития маркетинговой деятельности компании DANONE, начиная с момента и предпосылок ее появления, до принимаемых ею решений сегодня. Сделан акцент на некоторых фактах истории компании, ее трансформации и изменениях в области ассортиментной политики, политики распределения. Также определены наиболее актуальные маркетинговые направления le Groupe DANONE в разрезе сегодняшнего дня.

Le Groupe DANONE est reconnu pour le dynamisme et la puissance de ses marques.

Il doit sa position de leader mondial...

N°1 des Produits Laitiers Frais

N°2 de l'Eau Conditionnée (en volume)

N°3 des Biscuits et Produits Céréaliers

Les salariés du Groupe DANONE se mobilisent: plus de 420 000 euros versés aux victimes du Tsunami. Enfin, un programme de solidarité va être mis en place pour aider les écoles

Pour le Groupe DANONE, la **Qualité s'appuie** sur trois fondements:

- garantir au consommateurs des produits sûrs, c'est à dire sans risques pour la santé, et apportant un bienfait nutritionnel;
- mobiliser, en interne, l'ensemble des personnes concernées par cet objectif. C'est dans cette optique d'efficacité collective que les systèmes de management de la qualité sont mis en place dans les sites du Groupe;
- écouter les consommateurs et les clients pour mieux identifier leurs besoins.

La politique humaine du Groupe DANONE "**progresser en respectant les différences**" est depuis toujours guidée par la conviction que performance économique et développement des hommes sont liés.

Le succès de l'innovation du Groupe s'appuie sur une connaissance toujours plus pointue des consommateurs, un savoir faire marketing.