

100 jaar Danone – een terugblik op een eeuw zuivelgeschiedenis

8 mei 2019 – Exact één eeuw geleden werd in Barcelona het eerste potje Danone yoghurt geproduceerd. Om haar 100-jarig bestaan te vieren, houdt Danone de komende twee dagen een groots internationaal event op de plek waar alles begon. Op het programma voor de viering van het honderdjarig bestaan in Barcelona op 8 en 9 mei: Emmanuel Faber CEO Danone, Andre Agassi voormalig tennis pro en vele andere prekers en activiteiten omtrent het onderwerp “the love behind food”. Danone is vastberaden om ook de komende 100 jaar hierin een voortrekkersrol te nemen en de visie achter het eerste Danone potje - om via voeding gezondheid te brengen naar zoveel mogelijk mensen - te blijven uitdragen.

Het event is te volgende via : www.thelovebehindfood.com

[#danone100years](#) [#TheLoveBehindFood](#)

Een terugblik.

Van de apotheek in Barcelona naar de wereld

Het Danone verhaal begint bij de Griek Isaac Carasso die, geraakt door het aantal kinderen dat in de nasleep van de oorlog aan spijsverteringsproblemen leed en uit bezorgdheid om de gezondheid van zijn eigen zoon, besliste zijn leven te wijden aan het produceren en verspreiden van yoghurt. Hoewel yoghurt in de Balkan reeds bekend stond om zijn gezondheidsvoordelen, was het product in Spanje nog ongekend. Genoemd naar zijn zoons bijnaam “Danon”, begon Isaac yoghurt te verkopen aan plaatselijke apotheken.

Zijn zoon Daniel zou ook bepalend zijn voor de verhuis van Danone naar Frankrijk. Tien jaar na de start, richtte hij er 1929 de ‘Société parisienne du yoghourt Danone’ op, na zijn specialisatie in bacteriologie aan het Pasteur-Instituut te Parijs en zorgde hij voor een succesvolle expansie van Danone in Frankrijk.

Het duaal economisch en sociaal engagement

In 1967 verbond Danone zich aan Gervais om de belangrijkste Franse voedingsgroep te worden en fuseerde vervolgens met de BSN-glasgroep, onder voorzitterschap van Antoine Riboud.

Beide bedrijfsleiders, Carasso en Riboud, delen een gemeenschappelijke droom: van Danone een wereldmerk maken. Hun complementaire focus – aan de ene kant gericht op gezondheid, kwaliteit en economisch belang, aan de andere kant op welzijn van de werknemers en respect voor de sociale en ecologische context - ligt aan de basis van het ‘dubbel economisch en sociaal engagement’ van Danone. Dat engagement wordt onder meer geïllustreerd in de historische speech die Riboud in 1972 in Marseille hield voor een groot publiek van Franse CEO’s. Het is de allereerste keer dat een Franse werkgever pleit voor de menselijke kant van het bedrijfsleven.

In 1996 gaf Antoine Riboud de fakkel door aan zijn zoon Franck, die de Danone focus op gezondheid voortzette en in 2006 de missie “gezondheid brengen via voeding naar zoveel mogelijk mensen” krachtig beschrijft. De productfocus komt daarna verder te liggen op zuivel, water, baby en medische voeding.

In 2014 wordt Franck Riboud opgevolgd door huidig CEO Emmanuel Faber.

Als aanvulling op haar uitgebreid assortiment, verwierf Danone in 2017 Whitewave. Met het van oorsprong Belgische merk Alpro, bewandelt Danone voortaan ook de weg van de plantaardige voeding en drinks.

One Planet, One Health

De visie dat de gezondheid van mens en planeet onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn, wordt in 2017 kracht bijgezet met de nieuwe slogan 'One Planet. One Health'. Samen met haar partners wil Danone een katalysator zijn in de voedingsrevolutie, een wereldwijde beweging die gezondere en duurzamere drink- en eetgewoonten promoot. Om die visie concreter te maken formuleerde Danone 9 bedrijfsdoelstellingen voor 2030, die elk gealigneerd zijn met een of meerdere *Sustainable Development Goals* (SDG) van de Verenigde Naties

Zo staat 100 jaar later Danone's missie om via voeding gezondheid te brengen naar zoveel mogelijk mensen sterker dan ooit. De waarden achter de allereerste Danone-yoghurt zijn ook vandaag het ankerpunt. Danone is vastberaden om een voortrekkersrol te blijven spelen in de ontwikkeling van kwaliteitsproducten die gemaakt zijn op een manier die de gezondheid van de mens en de planeet ten goede komt.

Over Danone

Nederland huisvest verschillende vooraanstaande Danone locaties: een wereldwijd hoofdkantoor, Danone's R&I center in Utrecht, kantoren in Zoetermeer, Utrecht en Hoofddorp en twee fabrieken in Zoetermeer en Cuijk.

Danone heeft als missie om via voeding bij te dragen aan de gezondheid van zoveel mogelijk mensen en is een van 's werelds meest toonaangevende voedingsbedrijven uitgebouwd rond vier divisies: Verse zuivel- en plantaardige producten, Waters, Early Life Nutrition en Advanced Medical Nutrition. Danone wil mensen inspireren om gezonde en meer duurzame eetgewoontes aan te nemen, in lijn met haar "One Planet. One Health." Visie. Deze weerspiegelt de overtuiging dat de gezondheid van mens en planeet, onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn.

Met sterke A-merken als Nutricia, Olvarit, Bambix, Nutrilon, Activia, Danio, Danoontje en Evian is Danone een van 's werelds meest toonaangevende ondernemingen in de voedingsmiddelenindustrie, met wereldwijd meer dan 105.000 medewerkers en actief in meer dan 120 markten.