

Les leviers de la croissance du Groupe DANONE

>> La proximité

Des produits à portée de main
partout où vivent des consommateurs...

Santé
Accessibilité
Proximité

BISCUITS
Produits Laitiers

Levier
2

Les enjeux de la proximité

>> Livrer des millions de points de vente

>> Y rendre nos produits visibles

>> Développer des gammes et des assortiments spécifiques



Produits Laitiers
Levier 2

DANONE en Russie (PLF)

>> Le défi logistique : être présent dans toutes les villes importantes



DANONE en Russie (PLF)

>> Le défi logistique : être présent dans toutes les villes importantes



DANONE en Russie (PLF)

>> Le défi logistique : être présent dans toutes les villes importantes



Danone au Mexique

La force du commerce traditionnel

>> 450 000 petites échoppes dont seulement 120 000 proposaient des produits DANONE en 2002



Santé
Proximité
Accessibilité
Levier 2

Le réfrigérateur, l'atout proximité

- >> En 2004, installation de 27 000 frigos, 4 000 tonnes de volumes supplémentaires et une visibilité accrue
- >> Au total, depuis le lancement de ce programme, 52 000 frigos installés et un gain de 50 000 points de vente



Aqua Indonésie

Une présence jusqu'aux plus petits points de vente

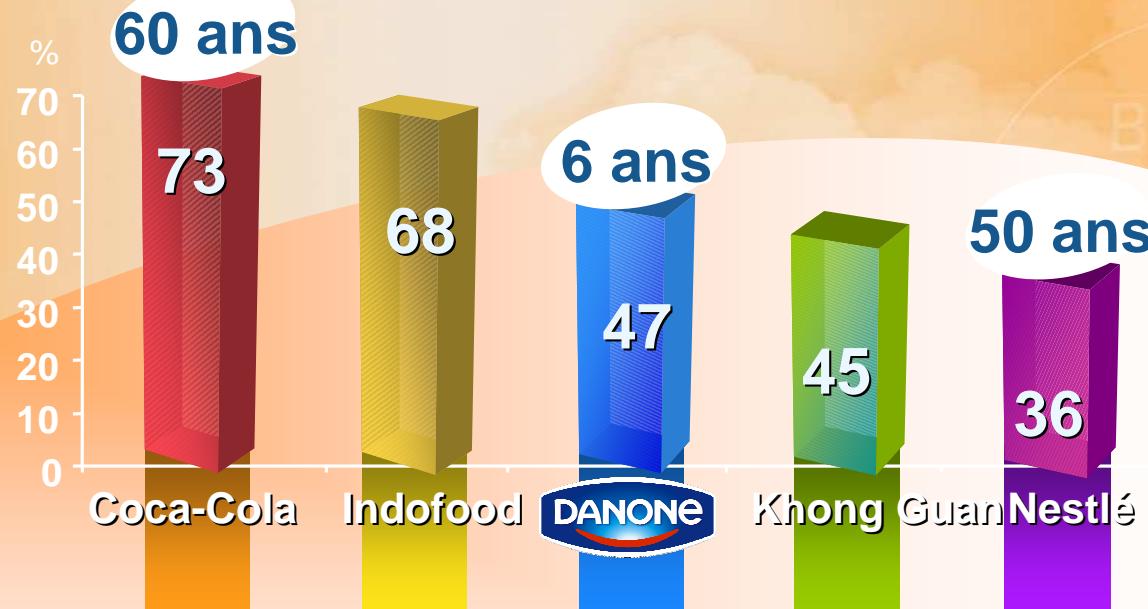
- >> Aqua présent dans 1.3 million de magasins et plus de 10 000 camions sur la route chaque jour
- >> 14 millions de bouteilles vendues chaque jour
- >> 11 sites de production assurant une production proche de la demande sur tout l'archipel indonésien
- >> 40 000 personnes collaborent directement ou indirectement au succès d'AQUA



Aqua Indonésie

Un succès qui construit la marque DANONE

>> Taux de notoriété par rapport aux concurrents



Un modèle qui inspire aussi les pays matures



Levier 2