



## “Met projecten rond sociale ondernemingen worden we niet langer beschouwd als roofdieren”

*Emmanuelle Vignaud, Danone*

mogelijkheid na om die goedkoper te maken. We maakten dus een neerwaartse beweging. Een sociaal bedrijf plaatst echter de kansarme klant centraal, niet het product, en helpt de klant een opwaartse beweging te maken. Dat is een nieuwe manier van denken.”

Het resultaat is dat ondernemingen manieren ontdekken om de toegang tot hun commerciële producten te vergro-

ten. Uit het consumentgerichte onderzoek van Renault bleek bijvoorbeeld dat de hoge kostprijs van een rijbewijs een van de belangrijkste redenen was dat almaar minder jongeren in Frankrijk een auto kochten. De onderneming ging een partnerschap aan met ECF, Frankrijks belangrijkste autorisatieschool, om een computerspel te ontwikkelen voor bestuurders in spe. Door het leer-

### DANONE

De producten voor arme klanten zijn identiek aan die van rijkere klanten.

### RENAULT

Wil de vervoersproblemen van armen aanpakken.

proces te versnellen kan dat de kostprijs van de rijlessen drastisch verlagen.

### Vershil 5: reputatie

Bij grote ondernemingen die lagekostenproducten introduceren, wordt al snel gedacht dat ze geld proberen te verdienen ten koste van kansarmen, wat hun merkreputatie schade kan toebrengen. Toen Danone in 2010 budget-yoghurt introduceerde op de Franse markt, leidde de reactie van het publiek ertoe dat de onderneming de productlijn stopzette. Wanneer een bedrijf evenwel een sociale onderneming zonder winstoogmerk is, kan de perceptie veranderen.

Brand marketing manager Emmanuelle Vignaud van Danone: “Projecten rond sociale ondernemingen tonen aan dat onze onderneming ruimer en op lange termijn denkt. We worden niet langer beschouwd als roofdieren, en dat heeft gevolgen. Zo was een toonaangevend kinderarts die vroeger niet met ons wilde samenwerken, bereid tot een interview om ons te helpen begrijpen hoe babyvoeding zal evolueren. We hebben ook het vertrouwen gewonnen van twee leiders van de vakvereniging van kinderartsen, die deel uitmaken van het bestuur van Projet Malin. Die relaties kunnen van onschatbare waarde zijn voor de ontwikkeling van nieuwe productideeën.”

### OVER DE AUTEURS

Muhammad Yunus, de oprichter van microfinancierder Grameen Bank, won in 2006 de Nobelprijs voor de Vrede. Frédéric Dalsace is buitengewoon hoogleraar marketing, hoogleraar David Menascé is algemeen directeur van het consultancybureau Azao en buitengewoon hoogleraar Bénédicte Faivre-Tavignot is academisch directeur van het masterprogramma duurzame ontwikkeling bij HEC.

WWW.TRENDS.BE 30 APRIL 2015 97

