

Patron. Franck Riboud, patron de Danone depuis 1996, est intervenu lors d'une conférence organisée lundi 14 décembre à Reims Management School sur le « double projet économique et social ».

Franck Riboud présente sa vision d'un patron impliqué

L'éducation. Ce terme a été répété maintes fois par Franck Riboud, lors de sa conférence à Reims Management School. Il n'est donc pas étonnant que le patron de Danone ait accepté de partager sa vision de l'entreprise avec les étudiants. Mais, en parlant d'éducation, Franck Riboud faisait surtout référence à son père, Antoine, à qui il a succédé à la tête du groupe en 1996. « *J'ai été élevé par quelqu'un qui m'a expliqué que l'entreprise n'est pas là que pour faire des profits* ».

Attention, il ne s'agit pas ici de le présenter comme quelqu'un de désintéressé des préoccupations économiques. Danone pèse 15,2 milliards d'euros de chiffres d'affaires en 2008 et occupe la première place mondiale en produits laitiers frais et constitue le leader européen en nutrition médicale, et la deuxième place en eau embouteillée et nutrition infantile. « *Il ne faut pas tomber dans le populisme. Une entreprise doit faire des profits. Le profit est l'élément vital de l'entreprise. Ma responsabilité est de tenir les coûts dans un système de compétition* », précise clairement Franck Riboud. Autrement, un chef d'entreprise doit savoir restructurer.

UNE RESPONSABILITÉ MONDIALE

D'après lui, le débat porte plutôt sur l'utilisation de ces profits : « *Qu'est-ce que l'on en fait : partage, investissement, innovation ?* » C'est ici qu'intervient le double

projet économique et social de Danone. La recette de Franck Riboud : un savant mélange entre la satisfaction des actionnaires et l'implication dans différentes causes. « *Danone n'est pas une entreprise familiale. Le propriétaire, c'est l'actionnaire. Mon job est de gérer l'équilibre. Il faut avoir des résultats économiques pour ensuite pouvoir présenter des projets comme ceux de Danone Communities* ».

Après Grameen Danone Foods au Bangladesh, ce fonds investit dans deux autres projets : 1 001 Fontaines au Cambodge, pour la distribution d'eau potable dans les régions rurales, et la Laiterie du berger au Sénégal, pour valoriser le lait de collecte des éleveurs. Cette liste non exhaustive prouve selon le patron l'implication de son groupe. « *Depuis six ans, le système de bonus du groupe se divise en trois aspects : environnemental et sociétal, économique, et managérial* ».

UNE RESPONSABILITÉ LOCALE

Le groupe s'est distingué dernièrement en reprenant le club de football de Croix de Savoie, devenu aujourd'hui l'Evian Thonon Gaillard. La passion de Franck Riboud pour ce sport n'a pas suffi à motiver cette décision. « *Avec Evian, nous représentons 60 % de l'emploi dans cette région. Toutes les familles sont touchées de près ou de loin. Notre rôle est aussi d'être attractif pour la région* ».

TROUVER DES TALENTS

Le point commun entre le Bangladesh et le club de football d'Evian ? « *Attirer des talents différents* ». Dans son rôle de patron, Franck Riboud souhaite en effet élargir le cercle des collaborateurs. Comme Muhammad Yunus connu pour avoir fondé la première institution de microcrédit au Bangladesh, la Grameen Bank, et lauréat du Prix Nobel de la paix en 2006, avec qui il a créé la *Grameen Danone Foods*. Ou comme Zinedine Zidane, impliqué dans le club de foot, mais pas seulement. « *En 1999, il ne savait pas quoi faire après sa carrière. Je lui ai dit que je mettais Danone à sa disposition.*

Il va bientôt présenter un projet de social business pour l'Algérie.

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Danone est impliqué dans de nombreux projets écologiques. Pour lui, l'utilisation même de la bouteille d'eau est écologique car cela permet de la transporter sans que l'eau soit polluée. Et en plus de mesures pour réduire le poids des bouteilles et de pouvoir les recycler... le groupe a pour objectif « *un impact de zéro en CO2 en 2011* ». Cela ne veut pas dire que les activités de

Danone ne vont plus générer de gaz à effets de serre, mais que le groupe va compenser, à l'image de la replantation de mangrove au Sénégal et d'opérations de refertilisation des sols.

INTERNATIONAL ET MARKETING

Suite à une question, Franck

Riboud a expliqué la position de Danone en Chine, un des 120 pays où le groupe est présent. *« C'est un pays extraordinaire, mais il faut le diviser en plusieurs pays d'un point de vue organisationnel. Nous y avons une superbe activité baby food »*. Interrogé également sur le prix du lait, Franck Riboud affirme *« avoir tout intérêt à ce que le prix du lait remonte car je vends des produits plus valorisés et donc moins impactés que ceux des distributeurs »*. Du point de vue marketing, si certains prix ont été baissés en temps de crise, ce qui a permis de faire repartir les volumes et donc travailler les usines, *« baisser le prix de certains produits peut nuire à leur image de qualité »*. Passionné de football, Franck Riboud serait-il tenté par un sponsoring de l'Olympique Lyonnais ? *« Cela ne correspond pas aux projets que je vous ai présentés. Le naming du futur stade serait trop coûteux et pourrait même être contreproductif. Je crois plus au marketing par la création d'une communauté intéressée grâce à la vulgarisation des bienfaits des produits »*.

Avec ces différents aspects, la gestion de Franck Riboud a séduit l'auditoire. *« Un tiers des gens sont convaincus, un tiers sont à convaincre et un tiers ne pourront jamais être convaincus. Je ne me préoccupe pas de ce dernier tiers et préfère m'occuper du tiers à convaincre »*, expliquait-il. Et visiblement, à Reims Management School, tout le monde était convaincu.

PHILIPPE DEMOOR

Danone en chiffres

Chiffre d'affaires. 15,2 milliards d'euros en 2008.

Présence. Les produits sont présents dans 120 pays. Danone compte 160 sites de production.

Effectif. 80 000 collaborateurs.

Classements. N°1 mondial des produits laitiers frais et européen de la nutrition médicale. N°2 mondial des eaux embouteillées et de la nutrition infantile.



Avec des anecdotes, de l'humour, et sans langue de bois, Franck Riboud a visiblement conquis les élèves de Reims Management School.