



## במשך 30 שנה דנונה של שטראוס בונה ומוביל את קטגוריית היוגורטים בישראל ומשפר את אורח החיים של הצרכן הישראלי בזכות השקת חדשנות כלתי פוסקת

### יוגורט דיאט

בעקבות התחזקות טרנד הבריאות, שיצר אצל צרכנים צורך לצרוך מוצרים דלי שומן, שטראוס משיקה בשנת 1997 יוגורט דנונה דיאט עם חתיכות פרי, שמעניק לצרכנים טעם והנאה ב-0% שומן.

### אקטימל

ב-1998 מגדיר אקטימל קטגוריה חדשה: יוגורט פרוכיוטי, הנצרך כאמצעי לחזק את ההגנה הטבעית של הגוף בדרך טבעית וטעימה בבקבוקון ייחודי. בתוך זמן קצר, הפכה שתיית בקבוקון אקטימל להרגל צריכה יומיומי כחלק מריטואל הבוקר, ומגיעה לחדירה שנתית של 40%. למעלה מ-50% מצריכת אקטימל מקורה בילדים בגילאי 1-12. לאור זאת, במהלך 2006 אקטימל מתרחב גם לטעמים שילדים אוהבים - תות, ותות בננה.

### משקה בוקר

כמענה לאורח החיים המודרני, שלא מאפשר לצרכנים לאכול ארוחות בוקר מסודרות ובריאות, הושק ב-2005 דנונה משקה בוקר: משקה יוגורט, בתוספת סיבים תזונתיים, מינרלים וויטמינים, שנותן פתרון לצרכנים שאין להם זמן לאכול בבוקר ורוצים ארוחת בוקר בריאה ומזינה On The Go.

פתרונות ותועלות למגוון של צרכים. במשך השנים דנונה ממציא מחדש את שוק היוגורטים על ידי רצף של חדשנויות פורצות דרך התורמות לאורח החיים הבריאי של הצרכן הישראלי:

### יוגורט לבן BIO

שטראוס מצליחה לחנך את השוק לגבי היתרונות הבריאותיים הנמצאים ביוגורט ביו לעומת המוצרים המסורתיים - לבן ואשל.

### יוגורט עם חתיכות פרי

שטראוס היתה הראשונה להשיק בישראל בשנת 1987 יוגורט דנונה לבן עם חתיכות פרי. ההשקה נתנה פתרון לצרכן הישראלי, שחיפש פינוק יותר בריא כחלק מאורח חיים בריא.

### דנונה חצוי עם תוספות

ההשקה של שנת 1992: אריזה מיוחדת שמכוננת לילדים, שכוללת את הבריאות של היוגורט בשילוב תוספות מפנקות. בצידה האחד של האריזה יש יוגורט לבן, ובצידה השני התוספות.

השנה היא 1919. בספרד, יצחק קרסו מצליח לשלב חיידקים חיים בתוך היוגורט ולייצר אותו בייצור תעשייתי. הוא מחליט לקרוא למוצר שפיתח על שם בנו דניאל. בספרדית, 'דניאל הקטן' הוא 'דנון'. כל השאר - היסטוריה. מאז שנות ה-70 של המאה הקודמת, שטראוס ודנונה משתפות פעולה ביניהן. ב-1996, דנונה העולמית הוכתה 20% ממניותיה של מחלבת שטראוס. הסכם השותפות מאפשר לשטראוס ליהנות מגישה לידע שנצבר במכוני המחקר של דנונה בעולם, ובמרכז הפיתוח העולמי של דנונה בצרפת.

דנונה בישראל הפך את היוגורט ממוצר אתני ונישתי למוצר, הנצרך כמעט בכל בית והפך לחלק מהתזונה היומית של בני המשפחה, מכיוון שהוא מציע מגוון של



היוגורט האמיתי של דנונה  
עכשיו עם האנשים האמיתיים על הגביעים!

דנונה (החברה) היא חברה ישראלית המייצרת ומוכרת מוצרי יוגורט, חלב ומוצרי חלב אחרים. דנונה היא חברה בבעלות פרטית, המייצרת ומוכרת מוצרי יוגורט, חלב ומוצרי חלב אחרים. דנונה היא חברה בבעלות פרטית, המייצרת ומוכרת מוצרי יוגורט, חלב ומוצרי חלב אחרים. דנונה היא חברה בבעלות פרטית, המייצרת ומוכרת מוצרי יוגורט, חלב ומוצרי חלב אחרים.



www.strauss-group.com/danone

## זכרים שלא ידעת על דנונה

- לפני 90 שנים, יוגורט היה נמכר בבתי מרקחת.
- דניאל קרסו, על שמו נקרא המותג, הלך השנה לעולמו בגיל 104.
- ישראל היא השוק היחיד בעולם, שבו דנונה מרשה לחברה המשווקת - שטראוס - להציג את הלוגו שלה לידה.
- כשמסתכלים היטב, רואים שהלוגו של דנונה נראה כמו חיך.
- דנונה מוכר בישראל 180 מיליון גביעים בשנה.

העלו את תמונתם לאתר של דנונה במטרה להפוך ליפנים של דנונה. בתום תהליך ארוך של סינון ובחירה, נבחרו 90 אנשים, המייצגים את מגוון הצרכנים של דנונה, שיעטרו את אריזות מוצרי דנונה ושיככבו בקמפיינים שונים למוצריהם. בטלוויזיה, בשילוט חוצות, באינטרנט ובטלוויזיה. המהלך קירב את הצרכנים אל המותג וחיזק את מידת הנאמנות שלהם לדנונה, כאשר דנונה ממשיך לשמור על מובילות מובהקת בשוק היוגורטים בישראל.

### ובעתיד...

דנונה ימשיך לתכנס את משבצת ה-Well Being ולשמור על ערכיו כבריא, טבעי ומקורי. המותג ישמור ויחזק את מעמדו כמוביל קטגוריית היוגורט תוך השקת מוצרים הרלבנטיים לדרך החיים הבריאה של הצרכן הישראלי.

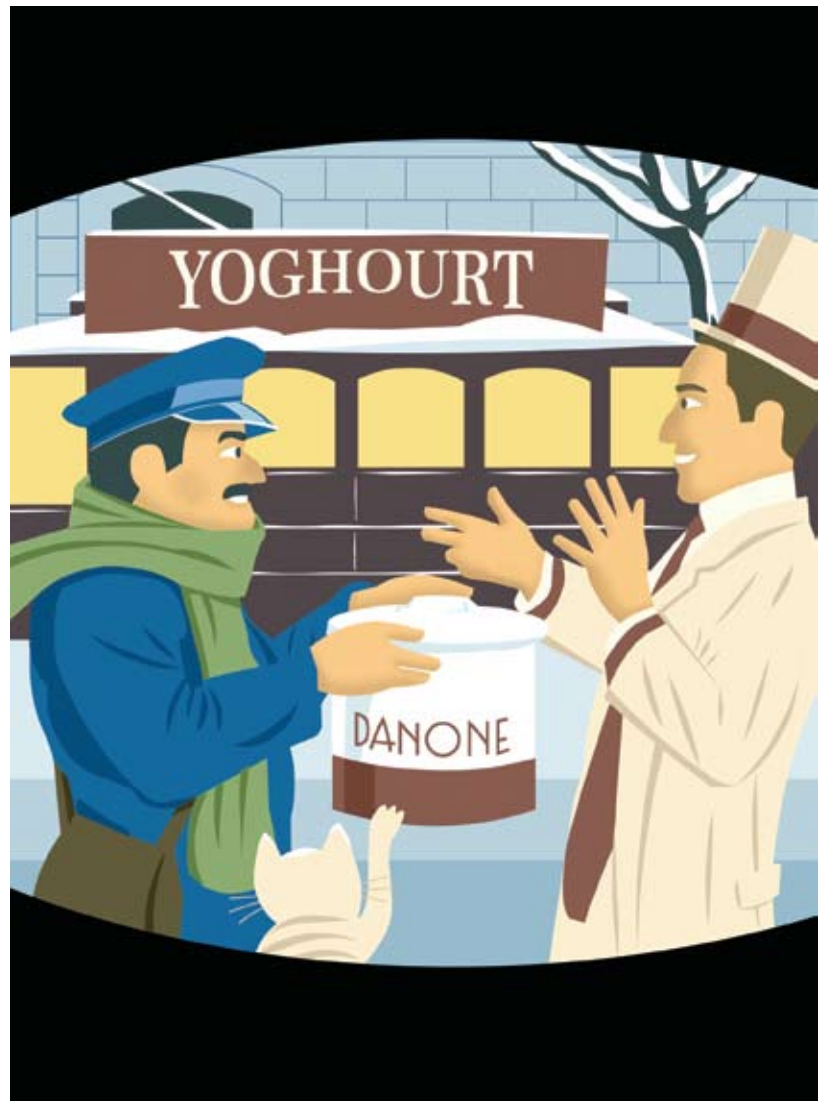
דרך מתן מענה אמיתי לצורך. לאחר שנמצא כי 59% מהצרכנים בישראל סובלים מבעיות עיכול, הוחלט כי זו ההזדמנות להשיק את המותג הבינלאומי אקטיביה, שהוא יוגורט פרוביוטי שמסייע לפעילות העיכול. אקטיביה נמכר היום כיוגורט לבן, יוגורט עם פרי, בגרסת דיאט וכמשקה.

### דנונה - יוגורט אמיתי לאנשים אמיתיים

דנונה מחליט להאגיש את המותג, באמצעות פעילות דו שלבית. בשלב הראשון, בשנת 2003, משתנה עיצוב האריזות ועל כל גביע מופיע לא רק מידע על המוצר אלא גם צילום של אנשים, בשחור-לבן, שמייצגים אורח חיים בריא של הצרכנים של דנונה.

ב-2008, מתחיל השלב השני של הפעילות, שנועד לחזק את נאמנות הלקוחות, ליצור תקשורת דו כיוונית עם

הצרכנים, ולגרום לכך שאנשים אמיתיים יהפכו לפנים של המותג, ויפיעו על אריזות המוצרים השונים. הפעילות נערכה ברובה באינטרנט ומאות אלפי צרכנים



### אקטיביה

בשנת 2005 חיפשה שטראוס דרך להגדיל את שוק היוגורטים באמצעות העמקת צריכה, שבאה לידי ביטוי



2008

דנונה מציגה תמונות של צרכנים שלה על האריזות ובקמפיין שיווקי.



2005

אקטיביה ומשקה בוקר מושקים תחת המותג דנונה.



1998

דנונה ושטראוס משיקות בישראל את אקטימל.



1987

שטראוס משיקה לראשונה בישראל יוגורט דנונה עם פרי.



1973

שטראוס משיקה את דנונה בישראל.

1919

יצחק קרסו מייצר יוגורט באופן תעשייתי וקורא למוצר על שם בנו, דניאל (בספרדית: "דניאל קטן" = דנון).