

Die Franchise als Instrument der internationalen Entwicklung

Die Gruppe Yoplait, der weltweit zweitgrösste Hersteller von ultrafrischen Milchprodukten, ist in nahezu 50 Ländern präsent und zählt rund 2500 exklusive Referenzen, darunter *Panier de Yoplait, Yop, Calin* oder auch *Perle de Lait*.

Dank einem Original-Franchisingsystem hat es Yoplait seit 40 Jahren verstanden, mit lokal gut verankerten Partnern einen echten kommerziellen Erfolg aufzubauen und so seine Marke auf internationaler Ebene weiterzuentwickeln.

Die internationale Abteilung verfolgt die Ernährungstrends und die Besonderheiten in jedem Land sehr genau und stellt zusammen mit dem jeweiligen lokalen Partner Überlegungen an, wie die Entwicklung des Marktes vorweggenommen und spezifische Produkte entwickelt werden können.

Das Verändern von Aromen oder Texturen, das Durchführen von gezielten Marketingaktionen, die Überwachung des Qualitätsprozesses unter Einhaltung der nationalen und internationalen Reglementierungen sind die Grundlagen für eine effiziente Zusammenarbeit, die Yoplait seit jeher mit seinen Partnern kultiviert. Dabei sind Komplementarität und Erfahrungsaustausch wichtige Trümpfe.

Geschichte

Das Abenteuer begann 1964. Damals beschlossen sechs regionale Molkereigenossenschaften, die zusammen über 100'000 französische Landwirte vertraten, sich zusammenzuschliessen, um ihre Produkte landesweit zu kommerzialisieren: Das war die Gründung der SODIMA (Société de Diffusion de Marques), die später zu SODIAAL (Société de Diffusion Internationale Agro-Alimentaire) umbenannt wurde.

Ein Jahr später verschwanden die Genossenschaftsmarken zugunsten eines einzigen Namens: So entstand Yoplait (Zusammenzug aus den bisher von zwei Genossenschaften betriebenen Marken «Yola» und «Coplait», das erste vollständige Sortiment von frischen Milchprodukten. Nach dem gleichen Prinzip wurden im Laufe der Jahre auch andere Marken geschaffen, wie beispielsweise Candia, Régilait oder Riches Monts.

1967 setzte sich Yoplait auf dem französischen Markt durch mit seinem ersten Fruchtjoghurt. Das war das erste Kapitel in der Erfolgsgeschichte des Unternehmens, das bis heute in diesem Sektor führend geblieben ist.

Nach dem Abschluss von ersten Partnerschaften in Europa überquerte Yoplait den Atlantik und liess sich 1971 in den USA und in Quebec nieder.

1974: Eine Revolution hielt Einzug mit der Erfindung des ersten Trinkjoghurts. *Yop* war ein einzigartiges Phänomen: Nachdem es Frankreich für sich eingenommen hatte, trat es seinen Siegeszug rund um die Welt an.

1978 unterzeichnete Yoplait den ersten Partnerschaftsvertrag in Lateinamerika, nämlich in Nicaragua. 1981 waren Asien (Japan), dann Afrika (Marokko, Senegal) an der Reihe. Und im folgenden Jahr wurden alle fünf Kontinente abgedeckt dank Partnerschaften in Australien und Neuseeland.

Calin, ein Rezept für cremigeren Frischkäse entstand 1987. Das Konzept des *Panier* im Fruchtjoghurt-Sortiment wurde 1994 lanciert: noch höhere Fruchtqualität, ein Original-Rezept... und ein durchschlagender Erfolg bei den Feinschmeckern auf der ganzen Welt..

Zwei Jahre darauf machte ein weiterer Yoplait-Bestseller von sich reden: *Perle de Lait*, eine cremige und zarte Joghurtspezialität für allerhöchste Ansprüche.

Heute...

Die auf der ganzen Welt präsente Marke mit dem Blümchen verfügt über ein solides Netzwerk von lokalen Vertretern. Dank ihrer Entwicklungspolitik auf der Basis von Partnerschaften besetzt Yoplait heute Platz zwei auf dem Markt der ultrafrischen Milchprodukte.

Und ausserdem erlaubt es diese Politik dem Unternehmen, die einzelnen Märkte genau zu verfolgen. Diesbezüglich ist die Partnerschaft mit Nutrifrais eine Stärke, von der beide Seiten profitieren.