

## Danone for men: Cosmetics in het zuivelschap

 6  
 feb 2014  
 09:25


### DESIGN

 15135 x gelezen  
 1 reactie  
 Edwin Visser  
 Packaging

**weblog** Danone heeft in Bulgarije 'Danone for men' geïntroduceerd. Als Coca-Cola Zero speciaal gericht is op mannen, waarom zou zo iets ook niet met yoghurt kunnen?

Uit marktonderzoek zou gebleken zijn dat mannen kennelijk een dikkere yoghurt prefereren. Daarom wordt in de reclame een vork in plaats van een lepel getoond. Non-verbale communicatie in optima forma.

### Hoe stoer kan je yoghurt maken?

De vraag is gerechtvaardigd waarom dan niet vooral die dikte, maar in dit geval alleen het mannelijke karakter wordt gecommuniceerd door middel van de verpakking. Hoe stoer kan je yoghurt maken?

### Weg 'smile'

Wat opvalt is dat de fysieke verpakking meer hoekig is dan rond, hetgeen bijdraagt aan de mannelijkheid. Een sterke eigen vorm is sowieso meer onderscheidend op het overvolle zuivelschap. Vervolgens wordt het bekende Danone-logo niet geplaatst zoals we dat gewend zijn: herkenbaar blauw en wit met de rode 'smile'. Waarschijnlijk veel te vrouwelijk en kindvriendelijk voor de Tarzan- doelgroep?!

### Goed voor de potentie

Alleen de typografie van Danone is gebleven en daar is een groot 'Men' bij geplaatst. Alsof *Men* ooit een (beschermbaar) submerk zou kunnen zijn met Danone als endorsement? Danone blijft toch hoofdmerk maar raakt hier wat ondergesneeuwd en doet zichzelf dus geen recht, alsof het zich schaamt voor haar eigen verschijning. Het 'Men' krijgt nog eens het mannelijkheidsymbool toegevoegd, alsof de yoghurt goed zou zijn voor de potentie.

### Goed voor je huid?

Maar wat het meest opvalt is de opvallende en risicovolle zwarte kleur. Daarmee gaat het definitief niet meer over smaak, terwijl een voedingsmiddel toch primair lekker moet zijn. Het geheel krijgt iets cosmetisch. Als een cosmetica- of huidverzorgingmerk zich richt op mannen, heeft dat een directe relatie met het specifieke productassortiment, afgestemd op de behoeften en vooral eigenschappen van de man. Maar het gaat hier om dikke yoghurt, niets meer en niets minder. Of is het goed voor je huid?

### Klakkeloos

Op zich is het verstandig je te laten inspireren wat in andere categorieën gebeurt. Maar je moet dat altijd vertalen naar je eigen merk en categorie en niet klakkeloos kopiëren.

### Al met al

Al met al een interessante doelgroepbenadering en ben benieuwd of deze 'Bulgaarse' yoghurt van Danone de rest van Europa gaat veroveren.

