

## ENTRETIEN

Emmanuelle Colonna - Responsable du Développement de Blédina et de La Petite Fabrique



La société Blédina (Groupe Danone), acteur important dans l'univers de la nutrition infantile, a créé en 2017 la start-up La Petite Fabrique qui a récemment mis en ligne le site de e-commerce [Commeunjeudenfant.com](http://Commeunjeudenfant.com) proposant un large choix de coffrets composés de produits Blédina (6-36 mois), soit l'équivalent d'une semaine de repas par box (photo 2). En septembre dernier, la start-up a également contribué à l'investissement de Danone Manifesto Ventures au sein de la marque de nutrition infantile bio surgelée Yooji (ActuBaby n°467).

### **ActuBaby : Quel est le principal objectif de La Petite Fabrique ?**

**Emmanuelle Colonna :** La Petite Fabrique est un espace d'innovation au sein de l'entreprise Blédina qui a vocation à expérimenter et tester des idées de business 'en rupture' qu'elle qualifie et développe de façon concrète et rapide, dans un mode collaboratif et entrepreneurial en lien avec son écosystème. Nous avons ainsi une liberté d'opérer, d'innover plus vite et de réinventer, pas forcément à grande échelle, afin de répondre aux attentes et nouveaux modes de vie des jeunes parents. Nous éprouvons des business case pour faire des projets de croissance complémentaires pour Blédina.

### **Qu'apporte l'e-shop [Commeunjeudenfant.com](http://Commeunjeudenfant.com) à la marque Blédina ? Sur quelles actions de communication misez-vous pour le faire connaître ?**

Avec [Commeunjeudenfant.com](http://Commeunjeudenfant.com) nous proposons un nouveau business model à Blédina en passant de la vente de produits en hyper et supermarchés à un service, une expérience. Cette box s'adresse à tous les parents, mais aussi à de nouvelles cibles de consommateurs, comme les grands-parents

ou encore les expatriés. Pour concevoir ce programme de box, nous avons travaillé différemment, en co-construction avec 300 familles réparties dans trois régions françaises, pour trouver la solution qui ferait des repas du midi et du soir un moment facile et complice. Nous proposons également un accompagnement plus personnalisé avec du lait de croissance, des fiches recettes, du coaching avec une nutritionniste... ainsi que la personnalisation au prénom du bébé de notre petit pot iconique à la carotte.

Concernant la communication, nous utilisons des moyens de médiatisation proches de nos communautés de consommateurs comme les posts sponsorisés sur Facebook, Instagram, une présence sur Google et sur quelques sites affinitaires ([Bebesetmamans.com](http://Bebesetmamans.com), [Magicmaman.com](http://Magicmaman.com)...). Le programme est aussi mis en avant sur le site de Blédina et du Laboratoire Gallia. Nous travaillons également sur la mise en place de différents partenariats et nous serons présents à la Maison Danone qui ouvrira ses portes le 2 juillet à Paris.

### **Comment envisagez-vous le développement de la start-up ?**

La Petite Fabrique est une équipe composée de trois salariés qui innovent en mode start-up avec des équipes impliquant à date plus de 40 personnes de l'entreprise. Notre conviction est de faire et de penser différemment, d'avoir un regard prospectif pour Blédina en étant par exemple particulièrement bien connecté au milieu de la 'FoodTech'. Le développement de la start-up consiste aussi à accompagner les initiatives collectives de nos salariés en lien avec le business, comme le *Bléditour* qui permet à une quinzaine de nos salariés de louer un food-truck et d'aller à la rencontre de nos consommateurs dans les rues de Lyon. Notre objectif est de transférer au bout de quelques mois nos projets/business aux équipes dédiées. Globalement, le développement de la start-up repose sur la volonté de continuer d'innover, de tester et de mettre à profit de nouvelles idées de business pour Blédina

[www.commeunjeudenfant.com](http://www.commeunjeudenfant.com)

