



SETTORE ACQUA & CSD
Bonafont
Gruppo Danone
Toluca, Messico
>> stiro-soffiatrice
SMIFORM SR 14



■ Bonafont nasce nel 1992, da un progetto di investitori messicani che hanno come obiettivo lo sviluppo del mercato dell'acqua in bottiglia. Già dall'inizio la nuova impresa si trova di fronte alla necessità di installare nell'impianto di produzione di Toluca macchinari ed attrezzature d'avanguardia, in quanto, per salvaguardare le caratteristiche dell'acqua di sorgente, il processo di confezionamento deve avvenire entro criteri rigidissimi. Per queste ragioni Bonafont si rivolge da subito ai principali costruttori di macchine per il settore "beverage" per la scelta

di soluzioni d'imballaggio in grado di assicurare l'integrità del prodotto confezionato, nonché prestazioni elevate e massima efficienza produttiva.

Sin dal 1996 SMI svolge un ruolo importante nel panorama mondiale dei fornitori di macchine di imballaggio secondario e di stiro-soffiatrici rotative per la produzione di contenitori in PET/PP. Presso gli impianti Bonafont sono installate più di 10 confezionatrici Smiflexi destinate all'imballaggio secondario e ampi tratti di nastri trasportatori Smiline per la movimentazione dei prodotti all'interno delle linee

▪ Il mercato dell'acqua imbottigliata in Messico

Il Messico è il secondo maggior consumatore al mondo, dopo gli USA (fonte dati: Beverage Marketing Corporation) di acqua imbottigliata, con un consumo annuo di circa 25 miliardi di litri.

Bonafont è stata la prima marca messicana di acqua naturale ad essere imbottigliata industrialmente nel Paese e la prima ad essere esportata nel mercato statunitense, più precisamente nello Stato del Texas. Attualmente è leader di mercato nel segmento dei contenitori di capacità inferiore ai 4 litri. Dal 1996 Bonafont fa parte del Gruppo Danone, e dispone oggi di stabilimenti dotati di sistemi di imbottigliamento tecnologicamente tra i più avanzati del mondo. Nell'ambito dei continui investimenti per l'ammodernamento degli impianti produttivi, Bonafont si è recentemente rivolta a SMI per l'installazione di una stiro-soffiatrice rotativa a 14 stampi, modello Smiform SR 14, destinata alla produzione di bottiglie PET da 0,5 / 0,6 e 1,5 litri.



produttive. Il crescente interesse del mercato nei confronti di soluzioni innovative destinate alla logistica di linea ha, inoltre, consentito a SMI di ricoprire un ruolo di tutto rispetto nell'ambito delle forniture al Gruppo Danone, che, a livello mondiale, utilizza oltre 50 unità SMI tra macchine di imballaggio secondario e di stiro-soffiaggio di contenitori PET/PP.

A destra: A Toluca modernità e storia risultano perfettamente miscelate; a fianco di nuove strutture industriali si possono ammirare splendidi edifici storici.



Il Gruppo Danone:

le origini del colosso agroalimentare francese



■ Nel 1996 Bonafont è entrata a far parte del Gruppo Danone.

Il gruppo agroalimentare francese è il terzo in Europa per fatturato. Le origini del gruppo risalgono al 1919, quando Isaac Carasso avvia a Barcellona una piccola fabbrica di yogurt. L'inizio è difficile ma, grazie anche al sostegno della comunità medico-scientifica dell'epoca che consiglia questo alimento a fini terapeutici, lo yogurt di Carasso presto diventa un prodotto conosciuto, apprezzato e ampiamente diffuso, dapprima venduto nelle farmacie e poi nei negozi di generi alimentari. Diventa presto necessario

trovare un nome alla linea di yogurt, e Isaac Carasso pensa al diminutivo dato al figlio Daniel: Danon.

Nel 1966, dalla fusione delle vetrerie Glaces de Boussois e Verrerie Souchon Neuvesel, nasce il Gruppo BSN. Quasi contemporaneamente, nel 1967, Danone unifica la distribuzione dei propri prodotti con quelli di Gervais, azienda leader nella produzione di prodotti freschi: è la nascita di Gervais Danone.

Nel 1972, in seguito ad un incontro tra Antoine Riboud (Presidente della BSN) e Isaac Carasso, la Gervais Danone si fonde con BSN, gruppo, quest'ultimo, attivo

■ I numeri chiave del Gruppo Danone

15,22 miliardi di Euro di fatturato (2008)

81.000 dipendenti in tutto il mondo

4,5 miliardi di litri di latte raccolti nel 2007
(10 0,8% del totale mondiale)

4.500 ceppi nella raccolta di colture Danone

49 stabilimenti produttivi in **47** Paesi

17 formulazioni per "Danonino", prodotto destinato all'infanzia in diversi Paesi

18 Istituti Danone per la ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti



▪ Bonafont e la “gente fuori dalla bottiglia”



E' un'espressione molto particolare, che incuriosisce tante persone. Bonafont è una società molto “particolare”, che ha pertanto bisogno di persone “particolari”... da tutto ciò è nato il progetto “Gente fuera de la botella”, cioè “gente fuori dalla bottiglia”. Si tratta di un'iniziativa rivolta a chi condivide i valori e la responsabilità sociale dell'azienda messicana. Il programma del progetto ideato da Bonafont prevede il reclutamento di studenti giunti al termine degli studi universitari per un'esperienza lavorativa presso la stessa società, con l'obiettivo di contribuire al lancio d'iniziativa che consentano a Bonafont e al gruppo Danone di restare i leaders di mercato nei comparti della nutrizione salutare.



nella produzione del vetro soffiato e piano, che ha da poco acquisito le aziende Evian e Kronenbourg. E' la nascita ufficiale del Gruppo Danone.

Danone è uno degli operatori più dinamici nel settore alimentare. I prodotti di questa società sono presenti nei 5 continenti, in oltre 120 Paesi. Danone occupa posizioni di leadership in ben quattro “business segments” dell'industria dell'alimentazione salustica:

i Prodotti Lattieri Freschi (n°1 al mondo), le Acque (n°2 sul mercato delle acque imbottigliate), la Nutrizione Infantile e la Nutrizione Clinica.





■



LA PAROLA AL CLIENTE

Intervista a Tomas Ortega, Direttore di Produzione di Bonafont



Bonafont è stata la prima marca di acqua naturale imbottigliata in Messico, e oggi è leader di mercato. Qual è la chiave di questo successo?

“Bonafont ha saputo conquistare fette di mercato sempre più importanti, fino a diventare leader di mercato nel settore dell’acqua imbottigliata. Oggi Bonafont gode di un’identità di alto livello sul mercato ed è percepita

dai consumatori come una “marca” particolarmente attenta al benessere e alla salute. L’attività economica di Bonafont pone infatti in posizione prioritaria tutte quelle azioni ed iniziative orientate allo sviluppo di una forte responsabilità sociale.”

La partnership con SMI risale al 1996. Quali criteri utilizzate per scegliere i vostri fornitori principali?

“La scelta di un fornitore è un aspetto importante per raggiungere il successo del nostro prodotto sul mercato. I principali valori alla base delle nostre scelte sono l’affidabilità, la qualità e la competitività dei macchinari che ci vengono forniti, senza dimenticare il tema dell’innovazione. In un periodo come questo, caratterizzato da continue trasformazioni dei mercati e dei gusti, è prioritario privilegiare quei fornitori che fanno dell’innovazione la propria ragion d’essere. Decidere di puntare sull’innovazione ci offre la possibilità di differenziarci dalla concorrenza. Per raggiungere questo obiettivo è fondamentale instaurare una stretta collaborazione

con il fornitore, che deve essere in grado di proporre soluzioni tecnologicamente innovative a costi ragionevoli.”

Quali sono i fattori predominanti che hanno spinto Bonafont ad investire nell’acquisto dello stirosoffiatrice Smiform SR 14?

“Di fronte ai crescenti consumi di acqua imbottigliata registrati in Messico, è stato inevitabile per Bonafont decidere di investire nell’acquisto di una nuova stirosoffiatrice rotativa Smiform a 14 cavità. L’installazione di questa nuova macchina (modello SR14) rientra infatti in un ampio progetto di crescita e rafforzamento del marchio Bonafont, sia sul mercato nazionale che estero, che punta alla qualità del prodotto per soddisfare le continue richieste del mercato e le aspettative dei clienti finali.”

Quali prospettive di sviluppo prevede nel mercato dell’acqua imbottigliata in Messico e, più in generale, in tutta l’America Centrale?

“Nonostante la recessione economica in atto in tutto il mondo, crediamo che ci siano tutte le premesse per una forte crescita del consumo di acqua imbottigliata sia in Messico che negli altri Paesi dell’America

Centrale. Un fenomeno favorito anche dalla diffusione e dal rafforzamento della "cultura della salute", che spinge i consumatori ad assumere uno stile di vita più salutare e a bere una maggiore quantità di acqua imbottigliata, quale parte integrante di una dieta giornaliera bilanciata."

Nelle linee di imbottigliamento Bonafont sono installati diversi modelli di macchine d'imballaggio SMI. Come giudica le prestazioni di questi impianti in termini operativi e di manutenzione?

"Presso i nostri stabilimenti sono installate più di 10 confezionatrici Smiflexi, destinate all'imballaggio secondario, e ampi tratti di nastri trasportatori Smiline per la movimentazione dei prodotti

all'interno delle linee produttive. A fronte di una collaborazione in essere oramai da più di 15 anni, possiamo affermare che le prestazioni dei macchinari SMI sono soddisfacenti. Ritengo comunque di fondamentale importanza che l'esperienza acquisita da alcuni nostri tecnici sulla gestione e la manutenzione di queste macchine sia presto estesa a tutto lo staff operativo. A tal fine, la presenza in loco della filiale Smicentroamericana può sicuramente aiutare SMI e Bonafont a rafforzare ulteriormente la partnership esistente, con indubbi vantaggi in termini di accuratezza, puntualità

ed economicità del servizio offertoci."

Quanto è importante per Bonafont che SMI sia direttamente presente in Messico con una filiale e con personale locale per assistenza tecnica e ricambi?

"Per un gruppo importante come Bonafont, la presenza sul territorio messicano di una filiale SMI è un'eccellente opportunità per lo sviluppo di nuovi progetti ed un impulso alla crescita di entrambe le società. Assistenza tecnica e ricambi a portata di mano sono fattori chiave nella scelta dei fornitori di fiducia, perché per noi è indispensabile poter contare su approvvigionamenti veloci e assistenza immediata, a costi ridotti e senza incorrere in rischi di cambio."

Quali sono i progetti futuri di Bonafont?

"Senza entrare troppo nei dettagli, anche per ovvie ragioni di confidenzialità, posso semplicemente sottolineare che tutte le attività di Bonafont ed i progetti del gruppo sono focalizzati a dare maggiore impulso al nostro settore e a migliorare ulteriormente la nostra posizione di leader di mercato."

