

Cott Beverages.




SECTEUR EAU & CSD
Cott Beverages
 Groupe Cott Corporation
 Concordville, PA, USA
 » machine combinée
 SMIFLEXI CM 800

■ Le “private label” gagne des places

Il y a encore quelques années aucun expert du secteur aurait prévu que les produits de “marque privée” auraient aidé la grande distribution à survivre dans une situation de marché particulièrement critique comme celle de 2008 / 2009.

Au cours des dernières années les “private labels” ont pris des parts de marché de plus en plus significatives, même si la compétition avec les grands marchés industriels reste toujours difficile.



Cott Beverages

et le phénomène "marque privée"

■ Le phénomène enregistre des tendances de croissance positives dans n'importe quelle partie du monde. Même aux Etats Unis l'importance des "marques privées" est en augmentation à des rythmes significatifs. Les pics de croissance, enregistrés dans des pays comme le Royaume Uni et le Portugal, ne sont pas atteints mais depuis 2003 sur le marché américain les ventes des marques privées ont augmenté de 60% contre les 23% enregistrés par les marques industrielles. Grâce à ce nouveau phénomène de marché, les "private labels" détiennent actuellement une part de marché de 19% par rapport aux 15% qu'elles avaient en 2003. Cette croissance peut être expliquée comme réponse à la crise des consommations qui a touché le monde entier, en particulier les Etats-Unis. Il ne faut pas non plus sous-estimer le travail fait par les "retailers" pour élargir l'offre de leurs marques, en divisant les produits en "premium", "premier prix", "core" et "autres" (lignes bio, régionales, kids). Les résultats de ces stratégies ont permis à la grande distribution d'accroître leurs marges

bénéficiaires, en favorisant une diffusion constante des marques privées dans les supermarchés. Nous pouvons donc reconnaître aux "private labels" deux mérites : d'un côté offrir aux consommateurs (toujours plus attentifs à la "vie chère") un chariot de produits plus avantageux par rapport à ceux des grandes entreprises, sans pour autant renoncer à un bon niveau qualitatif; de l'autre, aider les points de vente au détail à récupérer des marges bénéficiaires satisfaisantes.



En haut: L'usine Cott de Concordville recouverte par les abondantes chutes de neige dans l'East Coast

Le succès

de la multinationale nord-américaine



■ La croissance de la "marque privée" ne dépend donc pas uniquement de la conjoncture économique actuelle, mais aussi de la capacité des distributeurs à s'impliquer dans le développement de leurs produits. Cott Beverages, leader dans la production de boissons sans alcool de marque privée sur le marché nord-américain, a su saisir les opportunités offertes par les dernières tendances des consommateurs. Cott porte toujours la plus grande attention aux clients et à leurs attentes, à l'offre de produits à des prix compétitifs et à l'innovation

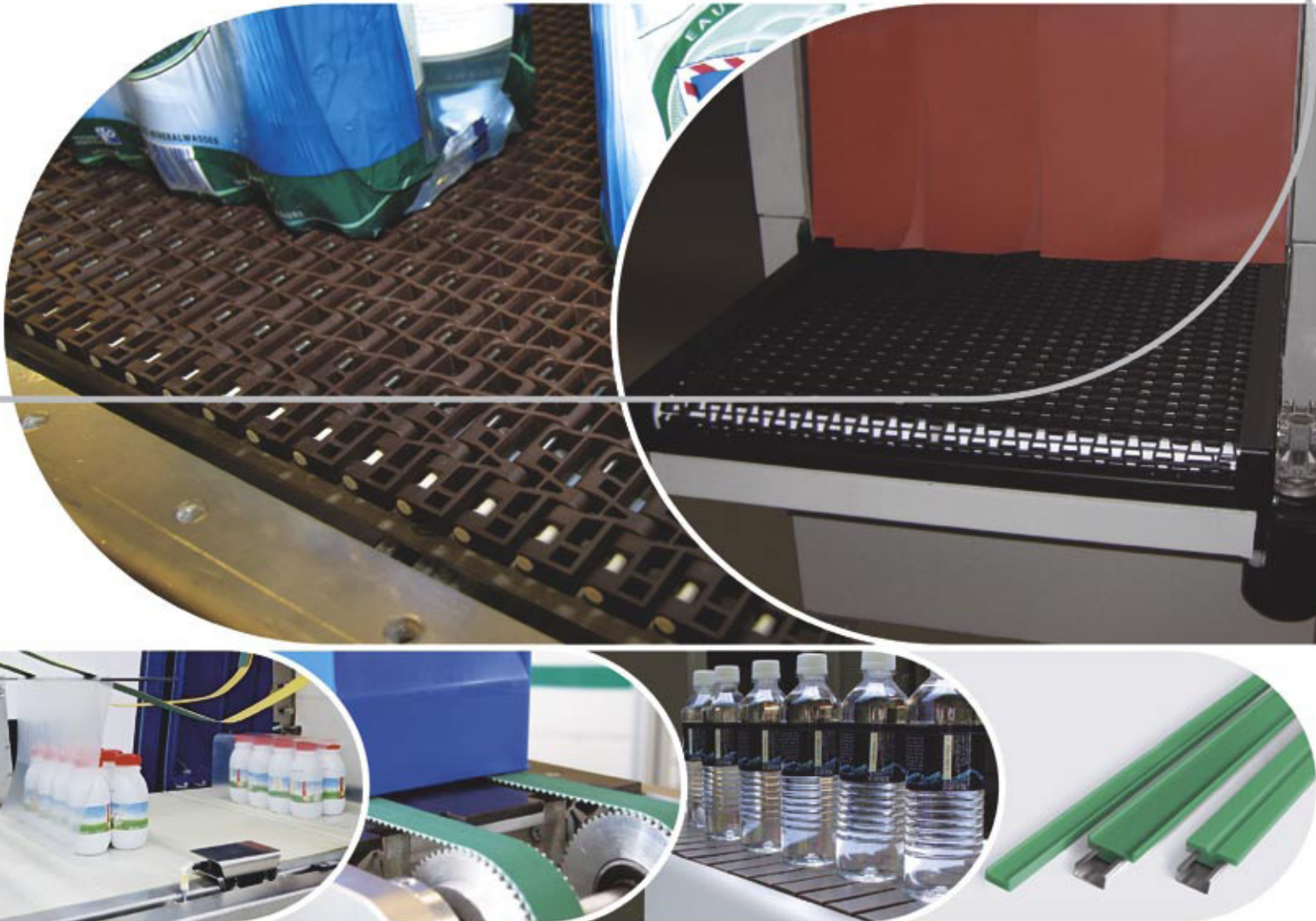
constante. La multinationale nord-américaine Cott Corporation, qui possède des usines de production aux Etats Unis, au Canada, au Mexique et en Europe, a pour objectif primaire celui d'être le meilleur partenaire possible pour ses clients, en proposant une vaste gamme de boissons de qualité à même de flatter les goûts de chaque consommateur. Cela exige des capacités productives très flexibles et dynamiques ; c'est pour cette raison que Cott Beverages investit continuellement dans la production, dans la réactualisation des procédés, en achetant de nouvelles machines et des

installations aux technologies de pointe, à même d'assurer d'excellentes performances, de bas coûts de gestion et de maintenance et une flexibilité opérationnelle maximum. L'exigence de diversifier de plus en plus l'offre de boissons, tant de production personnelle que destinées à la grande distribution, a joué un rôle essentiel dans le choix de la nouvelle machine de conditionnement à installer dans l'usine de Concordville, PA. Parmi les nombreuses propositions reçues, Cott Beverages a choisi une machine SMI, précisément le modèle combiné Smiflexi CM 800, pour le conditionnement secondaire seulement



Habasit

The most complete product range worldwide



Habasit offers the largest selection of belting, conveying, processing and complementary products in the market: HabaFLOW[®] fabric belts, HabasitLINK[®] modular belts, HabaSYNC[®] timing belts, HabaCHAIN[®] plastic chains, HabiPLAST[®] extruded profiles, HabaDRIVE[®] power transmission belts...

For more information about Habasit,
please visit our website
www.habasit.com
Email: info@habasit.com

Habasit – Solutions in motion



par film, barquette + film, seulement barquette et en boîtes en carton wrap-around.

Face aux continuels changements des tendances du marché, qui exigent de nouveaux produits conditionnés dans différents types d'emballages et de configurations, Cott Beverages s'est adressée à SMI pour la fourniture d'une machine de conditionnement automatique de nouvelle génération; l'installation doit être à même de satisfaire les exigences actuelles de production de l'usine de Concordville et de passer très rapidement à de futurs usinages de nouveaux produits, formés et conditionnés.

En effet tous les modèles de machines de conditionnement combinées de la série Smiflexi CM sont particulièrement adaptés aux lignes d'embouteillage diversifiées et flexibles, où le "switch" d'un produit à l'autre ou d'un format à l'autre doit être facile et rapide. Pour répondre à cette exigence, SMI a regroupé en une seule machine les fonctions d'une encartonneuse wrap-around et d'une fardieuse par film thermorétractable.

Les modèles Smiflexi CM sont donc extrêmement flexibles, à même de conditionner différents types de conteneurs dans différentes configurations: seulement par film, barquette + film, seulement barquette, boîtes

■ A propos de Cott Beverages Inc.

Cott Beverages Inc. effectue son activité opérationnelle comme Cott Beverages USA, Cott International, Cott Concentrates et RC Cola International.



Le groupe est actif dans la production et la distribution de boissons sans alcool, en particulier de boissons gazeuses, de jus, d'eau en bouteille, de boissons énergétiques, de thé. Cott Beverages a connu une rapide évolution en quelques années, en devenant l'un des plus grands embouteilleurs nord-américains spécialisés dans le "co-packaging" pour le compte de tiers, avec une force de travail d'environ 2.800 employés et de 20 unités de production réparties dans les Etats Unis, au Canada, au Mexique et au Royaume Uni.

L'entreprise fonde son "modus operandi" sur des principes inaliénables comme la discipline, l'attention à l'égard de l'innovation et une coopération toujours plus étroite avec ses clients. Cott Beverages possède une large gamme de produits - plus de 200 types de boissons - vendus dans plus de 60 pays dans le monde. Cott travaille en contact étroit avec les principales sociétés de distribution pour accroître la valeur de leurs marques privées. En plus de cela, dans le monde entier, les consommateurs peuvent aussi acheter des produits de la marque Cott, parmi lesquels : Cott, RC, Vintage, Vess, Stars & Stripes, Ben Shaws, Carters, Red Rooster, Red Rain et So Clear.

en carton complètement ou partiellement fermées. Lorsque le programme de travail prévoit le conditionnement dans une barquette seule ou dans des

boîtes wrap-around, le four de thermorétraction et le système d'enroulement du film sont automatiquement désactivés par le système de contrôle de la machine.

Flexibilité

Au service des “retailers”



■ L'usine Cott Beverages de Concordville, Pennsylvanie, s'étend sur une surface de 225.000 pieds carrés (environ 21.000 mètres carrés) et accueille deux lignes d'embouteillage PET et une ligne de cannettes. Une ligne PET est réservée à l'embouteillage de soft drinks en bouteilles de 2 et 3 litres, tandis que la deuxième est destinée aux bouteilles de 1 litre. La machine combinée Smiflexi CM 800 est installée sur la ligne PET de 2 et 3 litres et, grâce à la haute flexibilité opérationnelle de

ce modèle, la bouteille de 2 litres peut être conditionnée dans 14 formats différents,

tandis que celle de 3 litres dans bien 18 configurations différentes.





■ Sur tous les formats réalisés avec un emballage seulement par film, l'empreinte pour faciliter l'ouverture est également imprimée. Cette application particulière est possible grâce au dispositif accessoire "easy-open", pouvant être installé sur les machines combinées de la série Smiflexi CM et sur les machines de conditionnement par film thermorétractable de la série Smiflexi SK. Le système "easy open" comprend un outil qui perfore le film pendant l'opération de coupe, de manière à entailler l'empreinte désirée. Le dispositif applique deux types

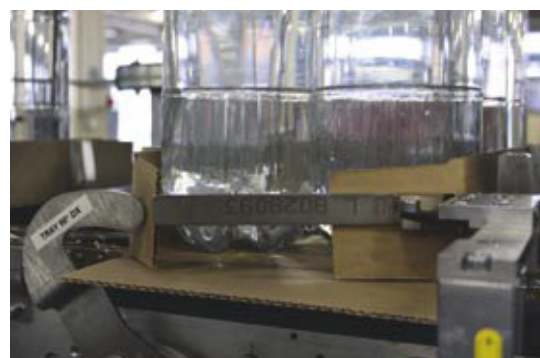
d'empreinte (en forme de "X" et de "H") et est disponible pour les usinages sur piste simple et sur piste double. L'avantage de cette solution, pour le consommateur final, est une plus grande facilité, commodité et sécurité d'ouverture du paquet, tout en contribuant à en augmenter le niveau d'approbation de la part du public. Cette application accessoire n'exige pas l'emploi de matériaux spécifiques d'emballage et permet au producteur-distributeur de réaliser des conditionnements plus pratiques sans augmentation des coûts.

En plus des caractéristiques techniques indiquées ci-dessus, le choix de Cott Beverages pour acheter une machine combinée Smiflexi CM 800 a également été motivé par d'autres facteurs, comme l'excellent rapport qualité-prix, le niveau élevé des performances et la fiabilité et la présence aux Etats Unis d'un centre d'assistance technique assuré par la filiale SMI USA. La filiale nord-américaine de Smigroup est opérationnelle à Windsor, CT, depuis 2003, la même année où Cott Beverages décida d'installer la première machine de conditionnement Smiflexi dans l'une de ses usines de production. Pour le moment les lignes d'embouteillage de l'entreprise possèdent déjà 10 machines de conditionnement



■ Une histoire faite de succès et d'investissements continuels

L'histoire de Cott commence en 1950, année où l'entreprise commence au Canada son activité dans le secteur "beverage", en important des Etats-Unis des boissons gazeuses en bouteille et en cannette. Deux ans après, dans la ville de Laval, Québec, Cott lance l'activité de l'embouteillage de boissons sans alcool, toujours en bouteilles et cannettes. En peu de temps, l'entreprise canadienne devient une importante réalité industrielle et se fait connaître sur le marché international, car c'est la première société au monde à lancer une boisson diététique, en réponse aux demandes des patients diabétiques de l'hôpital Royal Victoria de Montréal. Entre 1976 et 1991 les activités de l'entreprise s'étendent considérablement dans tout le Canada, aux Etats-Unis et en Europe. En 1986 la société est cotée en bourse. Entre 1990 et 2000, Cott Beverages réalise une série d'achats dans le secteur de référence, dont les marques Vess Beverages et Concord Beverages aux Etats-Unis, en entrant en même temps sur le marché anglo-saxon avec l'achat des sociétés Benjamin Shaw & Sons Ltd et Hero Drinks Group. Plus tard elle s'étend au Mexique à l'aide d'une joint venture, grâce à laquelle elle ouvre également dans ce pays des structures de production et de commercialisation. Cott Beverages a développé avec succès ses affaires même dans les segments novateurs du marché, comme ceux des boissons énergétiques et des produits "ready-to-drink". Depuis plus de 50 ans la société nord-américaine est protagoniste d'une croissance constante et durable, au point d'être désormais considérée comme une référence pour tout le secteur des boissons sans alcool.





automatiques des séries SK, WP et TF et 2 lignes de convoyeurs.

En effet, tous les modèles de machines de conditionnement combinées de la série Smiflexi CM sont particulièrement adaptées aux lignes d'embouteillage diversifiées et flexibles, où le "switch" d'un produit à l'autre ou d'un format à l'autre doit être facile et rapide. Pour répondre à cette exigence, SMI a regroupé dans une seule machine les fonctions d'une encartonneuse wrap-around et d'une fardeleuse par film thermorétractable. Les modèles Smiflexi CM sont

donc extrêmement flexibles, à même de conditionner différents types de conteneurs dans différentes configurations : seulement par film, barquette + film, seulement barquette, boîtes en carton complètement ou partiellement fermées. Lorsque le programme de travail prévoit le conditionnement dans une barquette seule ou dans des boîtes wrap-around, le four de thermorétraction et le système d'enroulement du film sont automatiquement désactivés par le système de contrôle de la machine.

■ SMI aux Etats-Unis

Smigroup est présente en Amérique du Nord avec la filiale SMI USA Inc., située à Windsor, CT, pas très loin des villes de New York et de Boston.

L'engagement constant de Smigroup pour l'entière satisfaction du client et pour un service d'assistance technique de premier ordre, a porté à l'ouverture de la filiale en 1999.

Un personnel local hautement qualifié assure un service de qualité élevée tant dans le domaine commercial que technique, en soldant très rapidement les demandes des clients pour l'installation et la maintenance des installations. La fourniture des pièces de rechange par les magasins SMI USA permet également d'optimiser les délais de livraison et de réduire les frais de transport. Le professionnalisme et la disponibilité de l'équipe de la filiale nord-américaine de Smigroup sont certainement l'un des facteurs clé des excellents résultats de vente obtenus aux Etats-Unis et au Canada, où plus de 170 machines de conditionnement Smiflexi sont installées actuellement.