



SECTEUR EAU & CSD  
**Bonafont**  
Groupe Danone  
Toluca, Mexique  
>> étireuse-souffleuse  
SMIFORM SR 14 

■ Bonafont est créée en 1992, sur un projet d'investisseurs mexicains qui ont comme objectif le développement du marché de l'eau en bouteille. Déjà, dès le début, la nouvelle entreprise se trouve face au besoin d'installer sur l'installation de production de Toluca des machines et des équipements de pointe, car pour sauvegarder les caractéristiques de l'eau de source, le procédé de conditionnement doit s'effectuer selon des critères très rigides. C'est pour ces raisons que Bonafont s'adresse immédiatement aux principaux constructeurs de machines pour le secteur "beverage", pour le

choix de solutions d'emballage à même d'assurer l'intégrité du produit conditionné, ainsi que des performances élevées et un excellent rendement productif. Dès 1996 SMI a un rôle important dans le panorama mondial des fournisseurs de machines d'emballage secondaire et d'étireuses-souffleuses rotatives pour la production de conteneurs en PET/PP. Dans les installations Bonafont, il y a plus de 10 machines de conditionnement Smiflexi destinées à l'emballage secondaire et d'importants convoyeurs Smiline pour la manutention des produits à l'intérieur des lignes de production.

## ■ Le marché de l'eau en bouteille au Mexique

Le Mexique est le deuxième consommateur le plus important au monde, après les USA (sources: Beverage Marketing Corporation) d'eau en bouteille, avec une consommation annuelle d'environ 25 milliards de litres. Bonafont a été la première marque mexicaine d'eau naturelle à être embouteillée industriellement dans le pays et la première à être exportée sur le marché américain, plus précisément dans l'Etat du Texas. Actuellement c'est le leader du marché dans le secteur des conteneurs de capacité inférieure à 4 litres. Depuis 1996 Bonafont fait partie du Groupe Danone, et possède actuellement des usines équipées de systèmes d'embouteillage technologiquement les plus avancés du monde. Dans le domaine des investissements continuels pour la modernisation des installations de production, Bonafont s'est récemment adressé à SMI pour l'installation d'une étireuse-souffleuse rotative à 14 cavités, modèle Smiform SR 14, destinée à la production de bouteilles en PET de 0,5 / 0,6 et 1,5 litres.



L'intérêt croissant du marché à l'égard des solutions novatrices, destinées à la logistique de ligne, a également permis à SMI d'avoir un rôle important dans le domaine des fournitures du Groupe Danone qui, au niveau mondial, utilise plus de 50 unités SMI entre machines d'emballage secondaire et d'étirage-soufflage de conteneurs en PET/PP.

**A droite:** A Toluca modernité et histoire sont parfaitement amalgamées; ci-contre depuis de nouvelles structures industrielles, on peut admirer de splendides édifices historiques.



# Le Groupe Danone:

## les origines du colosse agroalimentaire français



■ En 1996 Bonafont est entrée dans le Groupe Danone. Le groupe agroalimentaire français est le troisième en Europe quant à son chiffre d'affaires. Les origines du groupe remontent à 1919, lorsque Isaac Carasso installe à Barcelone une petite usine de yaourt. Le début est difficile mais, grâce au soutien d'une communauté médicale-scientifique de l'époque, qui conseille cet aliment à des fins thérapeutiques, le yaourt de Carasso devient rapidement un produit connu, apprécié et amplement répandu, d'abord vendu dans les pharmacies, puis dans les

magasins alimentaires. Il devient vite nécessaire de trouver un nom à la ligne de yaourt, et Isaac Carasso pense au diminutif donné à son fils Daniel : Danon. En 1966 le Groupe BSN est fondé, grâce à la fusion des verreries Glaces de Boussois et des Verreries Souchon Neuvesel. Presque en même temps, en 1967, Danone unifie la distribution de ses produits à ceux de Gervais, entreprise leader dans la production de produits frais : c'est la naissance de Gervais Danone. En 1972, à la suite d'une rencontre entre Antoine Riboud (Président de BSN) et Isaac Carasso, Gervais Danone fusionne

### ■ Les chiffres clé du Groupe Danone

**15,22** milliards d'euros de chiffre d'affaires (2008)

**81.000** employés dans le monde entier

**4,5** milliards de litres de laits récoltés en 2007  
(0,8% du total mondial)

**4.500** souches dans la récolte de cultures Danone

**49** usines de production dans **47** Pays

**17** formulations pour "Danonino", produit destiné à l'enfance dans différents pays

**18** Instituts Danone pour la recherche et le développement de nouveaux produits



**DANONE**

## ■ Bonafont et les “gens hors de la bouteille”



C'est une expression très particulière, qui intrigue bon nombre de personnes. Bonafont est une société très “particulière”, qui a donc besoin de personnes “particulières”... c'est de tout cela qu'est issu le projet “Gente fuera de la botella”, c'est-à-dire les “gens hors de la bouteille”. Il s'agit d'une initiative qui s'adresse aux personnes qui partagent les valeurs et la responsabilité sociale de l'entreprise mexicaine. Le programme du projet conçu par Bonafont prévoit le recrutement d'étudiants en fin d'études universitaires pour une expérience de travail auprès de la société, dans le but de contribuer au lancement d'initiatives qui permettent à Bonafont et au groupe Danone de rester les leaders sur le marché des secteurs de la nutrition salubre.



avec BSN, groupe qui travaille dans la production du verre soufflé et plat, qui a depuis peu acheté les entreprises Evian et Kronenbourg. C'est la naissance officielle du Groupe Danone. Danone est l'un des opérateurs les plus dynamiques dans le secteur alimentaire. Les produits de cette société sont présents sur les 5 continents, dans plus de 120 Pays. Danone occupe les positions de leadership dans quatre “business segments” de

l'industrie de l'alimentation de la santé : les Produits Laitiers Frais (n°1 mondial), les Eaux (n°2 sur le marché des eaux en bouteille), la Nutrition Infantile et la Nutrition Clinique.



# Bonafont et SMI:

développements novateurs pour maintenir des niveaux élevés de croissance



■ Bonafont a décidé d'investir dans l'achat d'une étireuse-souffleuse Smiform à 14 cavités pour la production de conteneurs de 0,5 / 0,6 et 1,5 litres, de manière à pouvoir répondre efficacement à l'augmentation de la demande de produits du groupe créée par un marché en constante évolution. L'installation d'étirage-soufflage, installée sur la ligne d'embouteillage de 25.000 bph, permet de faire

face tant aux consommations croissantes d'eau en bouteille sur le marché mexicain qu'à la demande de plus en plus importante d'eau "Bonafont" provenant des pays limitrophes. Il ne s'est pas passé beaucoup de temps depuis, qu'en 1996, la première machine d'emballage plaquée SMI est entrée dans l'entreprise ; depuis, la société mexicaine a pris des parts de marché

de plus en plus grandes, pour arriver au leadership du secteur de référence, et se fixe pour l'avenir des objectifs encore plus ambitieux pour consolider les succès obtenus jusqu'à présent. Des objectifs qui deviennent plus faciles à atteindre grâce à l'emploi de machines à la technologie de pointe, des produits d'entreprises qui, comme SMI, depuis de nombreuses années investissent dans l'innovation et la recherche pour fournir à leurs clients les solutions les plus appropriées à leurs nombreuses exigences. En effet, Bonafont est un client historique de SMI puisque la première thermo-fardeuse de la série APET, maintenant remplacée par la plus moderne série SK, fut achetée en 1997. La constante augmentation des ventes sur le marché mexicain et des pays proches a marqué le début de l'expansion de l'entreprise que nous connaissons, et a amené Bonafont à investir dans de nouvelles lignes de production, où fonctionnent à plein régime plus de 10 machines de conditionnement automatiques Smiflexi. Les stratégies commerciales de la société du Groupe Danone



visent à l'élargissement de la part du marché actuel, même par le renouvellement continu de l'offre et du packaging. On trouve, dans les usines Bonafont, différents types de machines d'emballage SMI: fardeleuses automatiques pour réaliser des conditionnements uniquement par film, barquette+film et plaque en carton ondulé+film; encartonneuses wrap-around pour la formation de boîtes complètement fermées ou de paquets seulement en barquette; machines combinées, qui regroupent dans une seule unité les fonctions d'une fardeleuse et d'une encartonneuse. Cette grande flexibilité répond parfaitement aux attentes de l'entreprise mexicaine, qui veut un emballage novateur et intéressant pour ses produits.

## ■ Smicentroamericana SA de CV

La constitution, en 1997, de la société "Smicentroamericana SA de CV" a été pour SMI un pas décisif pour le développement de la marque sur le marché mexicain. L'accroissement des ventes dans ce pays et dans les pays limitrophes a été le facteur déterminant dans le choix d'ouvrir une filiale au Mexique. Un choix dicté par la volonté d'être toujours plus proches (même physiquement) de nos clients et de pouvoir fournir assistance technique et pièces de rechange rapidement et efficacement.

Les bureaux et les magasins de Smicentroamericana se trouvent dans un bâtiment moderne dans l'un des quartiers industriels de la Ville de Mexico (la délégation Gustavo A. Madero), à quelques minutes des principales artères de communication de la capitale.

Grâce à l'emploi d'un personnel local hautement qualifié, SMI est à même de répondre rapidement et efficacement aux attentes de nos nombreux clients mexicains et centre-américains, en fournissant un service de qualité supérieure dans les secteurs de:

- > la promotion commerciale des machines produites par SMI et par la société contrôlée Smipack, avec un portefeuille de produits à même de satisfaire les exigences les plus variées de conditionnement des grandes et petites entreprises;
- > l'assistance technique après vente pour l'installation et la maintenance des installations fournies;
- > la vente de pièces de rechange d'origine, avec des délais de livraison et des frais de transport en ligne avec les attentes de la clientèle. La compétence professionnelle et la disponibilité du personnel commercial et technique de Smicentroamericana sont le secret des excellents résultats commerciaux obtenus par le Groupe SMI au Mexique et dans les pays voisins.



## ■ LA PAROLE AU CLIENT

### Interview à Tomas Ortega, Directeur de Production de Bonafont



*Bonafont a été la première marque d'eau naturelle en bouteille au Mexique, et actuellement elle est leader sur le marché. Quelle est la clé de ce succès?*

“Bonafont a su prendre des parts de marché de plus en plus importantes et devenir leader du marché dans le secteur de l'eau en bouteille. Actuellement Bonafont jouit d'une identité de haut niveau sur le marché et elle est perçue par les

consommateurs comme une “marque” particulièrement vigilante quant au bien-être et à la santé. En effet, l'activité économique de Bonafont place en priorité toutes les actions et les initiatives orientées vers le développement d'une forte responsabilité sociale.”

*Le partenariat avec SMI remonte à 1996. Quels critères utilisez-vous pour choisir vos principaux fournisseurs?*

“Le choix d'un fournisseur est un aspect important pour obtenir le succès de notre produit sur le marché. Les principales valeurs à la base de nos choix sont la fiabilité, la qualité et la compétitivité des machines qui nous sont fournies, sans oublier le thème de l'innovation. Dans une période comme celle-ci, caractérisée par des transformations continues des marchés et des goûts, il faut privilégier en priorité les fournisseurs qui font de l'innovation leur raison d'être. Le fait de décider sur l'innovation nous offre la possibilité de nous différencier de la concurrence. Pour atteindre cet objectif, il est essentiel d'instaurer une étroite collaboration avec le fournisseur, qui doit être à

même de proposer des solutions technologiques novatrices à des coûts raisonnables.”

*Quels sont les facteurs prédominants qui ont incité Bonafont à investir dans l'achat de l'étireuse-souffleuse Smiform SR 14?*

“Face aux consommations croissantes d'eau en bouteille enregistrées au Mexique, il a été inévitable pour Bonafont de décider d'investir dans l'achat d'une nouvelle étireuse-souffleuse rotative Smiform à 14 cavités. L'installation de cette nouvelle machine (modèle SR14) fait en effet partie d'un vaste projet de croissance et de renforcement de la marque Bonafont, tant sur le marché national qu'étranger, qui vise la qualité du produit pour satisfaire les continues demandes du marché et les attentes du client final.”

*Quelles perspectives de développement prévoyez-vous sur le marché de l'eau en bouteille au Mexique et, plus généralement, en Amérique Centrale?*

“Malgré la récession économique en cours dans le monde, nous croyons qu'il est possible de voir toutes les prémisses pour une forte croissance de la consommation d'eau en bouteille tant au Mexique que dans les autres pays de l'Amérique Centrale. Un phénomène

favorisé également par la diffusion et par le renforcement de la "culture de la santé", qui pousse les consommateurs à avoir un style de vie plus salubre et à boire une plus grande quantité d'eau en bouteille, comme partie intégrante d'un régime journalier équilibré."

*Sur les lignes d'embouteillage Bonafont plusieurs modèles de machine d'emballage SMI sont installés. Comment jugez-vous les performances de ces installations en matière de fonctionnement, de maintenance?*

"Dans nos usines nous avons plus de 10 machines de conditionnement Smiflexi installées, destinées à l'emballage secondaire, et des convoyeurs Smiline pour la manutention des produits à

l'intérieur des lignes de production. Grâce à une collaboration, qui existe désormais depuis plus de 15 ans, nous pouvons affirmer que les performances des machines SMI sont satisfaisantes. Je considère quand même, qu'il est essentiel que l'expérience acquise par certains de nos techniciens sur la gestion et la maintenance de ces machines soit rapidement étendue à toute l'équipe opérationnelle. Pour cela, la présence sur place de la filiale Smicentroamericana peut certainement aider SMI et Bonafont à renforcer ultérieurement le partenariat existant, avec des avantages incontestables en matière

de précision, ponctualité et d'économicité du service qui nous est offert."

*Combien est important pour Bonafont que SMI soit directement présente au Mexique avec une filiale et un personnel local pour l'assistance technique et les pièces de rechange?*

"Pour un groupe important comme Bonafont, la présence sur le territoire mexicain d'une filiale SMI est une excellente opportunité pour le développement de nouveaux projets et pour une impulsion à la croissance des deux sociétés. Service après vente et pièces de rechange sous la main sont des facteurs clés dans le choix des fournisseurs de confiance, parce que pour nous il est indispensable de pouvoir compter sur des approvisionnements rapides et une assistance immédiate, à des coûts réduits sans courir des risques de change."

*Quels sont les projets d'avenir de Bonafont?*

"Sans trop entrer dans les détails, pour des raisons évidentes de confidentialité, je peux simplement vous dire que toutes les activités de Bonafont et les projets du groupe sont concentrés pour donner une plus grande impulsion à notre secteur et pour améliorer encore notre position de leader du marché.."

