



# Danone Bonafont.



СЕКТОР ВОДЫ И НАПИТКОВ  
**Bonafont**  
Группа Danone  
Толука, Мексика  
>> выдувная машина  
SMIFORM SR 14



■ Компания Bonafont рождается в 1992 году из проекта мексиканских инвесторов, цель которых – развитие рынка бутилированной воды. Уже с самого начала перед новым предприятием возникает необходимость установить на заводе в городе Толука передовые машины и оборудование, поскольку, чтобы сохранить характеристики родниковой воды, процесс упаковывания должен проходить в соответствии с самыми жесткими критериями. По этой причине Bonafont сразу же обращается к основным производителям оборудования для отрасли напитков, чтобы выбрать технологии упаковывания, способные

гарантировать целостность упакованной продукции, а также высокие эксплуатационные качества и максимальную производительность. Начиная с 1996 года, компания SMI играет важную роль в мировой панораме поставщиков машин вторичной упаковки и ротационных растягивающих выдувных машин для производства емкостей из ПЭТ/ПП. На объектах Bonafont были установлены более 10 упаковщиков Smiflexi, предназначенных для вторичного упаковывания, и большие участки ленточных транспортеров Smiline для перемещения продукции внутри производственных линий. Кроме того, возросший интерес

## ■ Рынок бутилированной воды в Мексике

После США Мексика является вторым в мире потребителем бутилированной воды (источник: Beverage Marketing Corporation) с ежегодным потреблением приблизительно в 25 миллиардов литров.

Bonafont стала первой мексиканской маркой природной воды, которую в стране начали разливать в бутылки на промышленном уровне, и первой маркой, экспортируемой на рынок США, в основном в штат Техас.

На сегодняшний день Bonafont – лидер рынка в сегменте емкостей объемом свыше 4 литров.

С 1996 года Bonafont входит в состав группы компаний Danone и сегодня располагает предприятиями, оборудованными одними из самых передовых в мире системами разлива.

В рамках постоянного инвестирования в модернизацию производственного оборудования, недавно Bonafont обратилась к SMI с просьбой об установке растягивающей выдувной машины на 14 гнезд, модель Smiform SR 14, предназначенной для производства бутылок из ПЭТ емкостью 0,5/0,6 и 1,5 литра.



рынка к инновационным решениям для логистики производственных процессов позволил компании SMI играть значительную роль в рамках поставок для группы компаний Danone, которая на мировом уровне использует свыше 50 единиц оборудования SMI, среди которых машины по вторичному разливу и растягивающие выдувные машины по производству емкостей из ПЭТ/ПП.

*Справа: В Толуке прекрасным образом соединены современность и история; рядом с новыми промышленными строениями можно любоваться великолепными историческими зданиями.*



# Группа Danone:

## истоки французского гиганта пищевой отрасли



■ В 1996 компания Bonafont вошла в состав группы Danone. Французская группа компаний занимает третье место в Европе по объему продаж. Начало группе было положено в 1919 году, когда Исаак Карассо открыл в Барселону небольшую фабрику по производству йогурта. Начало было трудным, но, благодаря, в том числе, поддержке медицинских и научных кругов того времени, которые советовали принимать йогурт в терапевтических целях, йогурт Карассо быстро становится продуктом известным, высоко ценимым и широко распространенным. Вначале он продавался в аптеках, а

затем – в продовольственных магазинах. Вскоре возникает необходимость придумать названия для ассортимента йогурта, и Исаак Карассо берет уменьшительное имя сына Даниэля – Danon. В 1966 году, в результате слияния стекольных заводов Glaces de Boussois и Verrerie Souchon Neuvesel, рождается группа BSN. Почти одновременно с этим событием, в 1967 году, Danone объединяет сбыт своей продукции с продукцией компании Gervais – лидером по производству свежих продуктов. Так рождается Gervais Danone. В 1972 году, в результате встречи Антуана Рибу (президента BSN) и

### ■ Ключевые показатели группы Danone

**15,22** миллиардов евро – объем продаж (2008 год)

**81.000** рабочих мест во всем мире

**4,5** миллиарда литров молока, собранных в 2007 году (0,8% от общемировых показателей)

**4.500** штаммов в бактериальных культурах Danone

**49** производственных объектов в **47** странах

**17** составов для «Danonino» – продукта, предназначенного для детей в различных странах

**18** институтов Danone для исследования и разработки новой продукции



**DANONE**

## ■ Vonafont и «Люди по ту сторону бутылки»



Это очень необычное выражение, которое вызывает интерес у многих.

Vonafont – это очень «особенная» компания, которая поэтому нуждается в «особенных» личностях... так родился проект «Люди по ту сторону бутылки».

Речь идет об инициативе для тех, кто разделяет ценности и социальную ответственность мексиканской компании.

Программа разработанного Vonafont проекта предусматривает набор заканчивающих обучение студентов для приобретения ими рабочего опыта в компании.

Цель этого – способствовать зарождению инициатив, которые позволяют Vonafont и группе Danone оставаться лидерами рынка в сфере полезных для здоровья продуктов питания.



Исаака Карассо, Gervais Danone объединяется с BSN, которая выпускает дутое и плоское стекло (спустя некоторое время она приобретает компании Evian и Kronenbourg). Официальное рождение группы Danone. Danone – один из наиболее динамичных действующих лиц в пищевой отрасли. Продукция этой компании представлена на 5 континентах, более чем в 120 странах. Danone занимает лидирующие позиции в четырех бизнес-сегментах в

сфере полезных для здоровья продуктов питания: свежая молочная продукция Freschi (№ 1 мире), воды (№ 2 на рынке бутилированной воды), детское питание и клиническое питание.



# Bonafont и SMI:

## инновационное развитие для поддержания высоких уровней роста



■ Компания Bonafont приняла решение инвестировать в приобретение растягивающей выдувной машины Smiform на 14 гнезд по производству емкостей объемом 0,5/0,6 и 1,5 литра. В основе этого решения лежит стремление предоставить эффективный ответ на растущий спрос со стороны постоянно развивающегося рынка. Машина, установленная на линии разлива мощностью 25

000 бутылок в час, позволяет удовлетворять как рост потребления бутилированной воды на мексиканском рынке, так и все больший спрос на воду «Bonafont» со стороны соседних стран. Немного времени прошло с тех пор, как в 1996 году компания приобрела первую упаковочную машину; с той поры мексиканская компания завоевывала все большие сегменты рынка,

пока не стала лидером в соответствующей отрасли. Теперь же Bonafont ставит перед собой еще более амбициозные планы, стремясь закрепить достигнутые успехи. Эти цели быстрее и проще достигаются благодаря использованию технологически передового оборудования, произведенного компаниями, которые, как, например, SMI, на протяжении многих лет инвестируют в инновационные технологии и исследования с целью предложить своим клиентам решения, наиболее подходящие под постоянно меняющиеся потребности. Bonafont является давним клиентом SMI: еще в 1997 году была приобретена первая упаковочная машина в термоусадочную пленку серии APET (на замену которой сегодня пришла более современная серия SK). Постоянное увеличение объемов продаж на рынке Мексики и соседних стран отметило начало расширения компании, которое мы видим сейчас, и подтолкнуло Bonafont инвестировать в новые производственные линии, где сегодня на полную мощность функционируют свыше 10 автоматических упаковщиков Smiflexi. Коммерческие стратегии компании группы



Даные нацелены на увеличение нынешней доли рынка, в том числе путем постоянного обновления предложения и типов упаковки.

На заводах Bonafont установлены различные типы упаковочных машин SMI: автоматические упаковщики в пленку для упаковывания только в пленку, лоток + пленку и подложку + пленку; упаковщики в картон wgar-around для формирования полностью закрытых коробок или упаковок только с лотком; комбинированные машины, которые объединяют в себе функции упаковщика в пленку и упаковщика в картон. Эта большая гибкость прекрасно отвечает ожиданиям мексиканской компании, которая желает инновационной и привлекательной упаковки для своей продукции.

## ■ Smicentroamericana SA de CV

Создание в 1997 году компании «Smicentroamericana SA de CV» стало для SMI решающим шагом в продвижении торговой марки на мексиканском рынке. Увеличение объемов продаж в этой и соседних странах стало решающим фактором при принятии решения об открытии филиала в Мексике. Это решение продиктовано желанием быть ближе к своим клиентам (в том числе физически) и иметь возможность предоставлять техническое обслуживание более оперативно и эффективно.

Офисы и склады Smicentroamericana расположены в современном здании в одном из крупнейших промышленных районов Мехико (район Густаво А.Мадеро), в нескольких минутах от основных транспортных артерий столицы.

Благодаря наличию высококвалифицированного местного персонала, SMI в состоянии дать быстрый и эффективный ответ на ожидания своих многочисленных мексиканских и Центральноамериканских клиентов, предоставляя услуги наивысшего качества в таких сферах:

- › активная политика продвижения оборудования компании SMI и подконтрольной ей компании Smipack, с портфелем продукции, способной удовлетворить самые разнообразные требования крупных и небольших предприятий относительно процесса упаковывания;
- › послепродажное техническое обслуживание по установке и эксплуатации поставленного оборудования;
- › продажа оригинальных запасных частей с соблюдением ожидаемых клиентурой сроков поставок и транспортных расходов.

Компетентность, профессионализм и расположенность коммерческого и технического персонала компании Smicentroamericana – секрет прекрасных коммерческих результатов группы компаний SMI в Мексике и соседних странах.



## ■ СЛОВО КЛИЕНТУ

# Интервью с директором по производству компании Bonafont Томасом Ортегой



*Bonafont стала первой маркой природной воды, разлитой в Мексике, а сегодня является лидером на рынке. В чем ключ такого успеха?*

“Компания Bonafont сумела постепенно завоевать все более значительные доли рынка, пока не стала лидером рынка в сфере бутилированной воды. Сегодня Bonafont завоевала высокоуровневый имидж и воспринимается как «марка», уделяющая особое внимание благосостоянию и здоровью.

Действительно, приоритетными направлениями экономической деятельности Bonafont являются все те акции и инициативы, которые нацелены на развитие сильной социальной ответственности.”

*Партнерство с SMI берет начало в 1996 году. Какие критерии используются Вами при выборе основных поставщиков?*

“Выбор поставщика – важный аспект для достижения успеха нашей продукции на рынке. Основные ценности, влияющие на наш выбор – это надежность, качество и конкурентоспособность поставляемого оборудования, не приуменьшая при этом тему инноваций. В такой период, как нынешний, характеризуемый непрерывными трансформациями рынков и вкусов, предпочтение отдается тем поставщикам, которые в инновациях видят свой смысл существования. Использование инновационных решений значительно повышает нашу конкурентоспособность. Фундаментальное значение приобретает налаживание тесного сотрудничества с поставщиком, который должен быть в состоянии предложить технологически инновационные решения по разумной цене.”

*Какие основные факторы побудили Bonafont инвестировать в приобретение растягивающей выдувной машины Smiform SR 14?*

“Перед лицом увеличения объемов потребления бутилированной воды в Мексике неизбежным для компании Bonafont было принятие решения об инвестировании в приобретение новой ротационной растягивающей выдувной машины Smiform на 14 гнезд. Установка этой новой машины (модель SR14) является частью масштабного проекта роста и укрепления марки Bonafont как на национальном, так и на внешнем рынках. Цель данного проекта – качество продукции для удовлетворения постоянных требований рынка и ожиданий конечных потребителей.”

*Какие перспективы развития Вы прогнозируете на рынке бутилированной воды в Мексике и в целом во всей Центральной Америке?*

“Несмотря на нынешнюю экономическую рецессию во всем мире, мы полагаем, что имеют место все предпосылки для активного роста потребления бутилированной воды как в Мексике, так и в других странах Центральной Америки. Этому феномену способствует также распространение и укрепление «культуры здоровья», которая стимулирует потребителей вести более здоровый образ жизни и выпивать большее количество

бутилированной воды, что может расцениваться как составляющая часть сбалансированной ежедневной диеты.”

*На линиях по разливу Bonafont установлены различные модели машин по разливу SMI. Как Вы оцениваете эксплуатационные качества этого оборудования в плане производительности и обслуживания?*

“На наших заводах установлены более 10 упаковочных машин Smiflexi, предназначенных для вторичного упаковывания, и большие участки ленточных транспортеров Smiline для перемещения продукции внутри производственных линий. На основе уже более чем 15-летнего сотрудничества мы можем утверждать, что эксплуатационные качества

оборудования SMI – самые удовлетворительные. В любом случае, чрезвычайно важным я считаю распространение опыта, полученного некоторыми нашими техническими сотрудниками в управлении и обслуживании этих машин, на весь действующий персонал. Поэтому наличие местного филиала Smicentroamericana, без сомнения, может поспособствовать дальнейшему укреплению существующего партнерства между компаниям SMI и Bonafont, с несомненными преимуществами в плане точности, пунктуальности и экономичности предоставляемых нам услуг.”

*С точки зрения технической помощи и наличия запчастей – насколько важно для Bonafont присутствие филиала SMI в Бразилии с задействованным местным персоналом?*

“Для такой серьезной компании, как Bonafont, наличие на территории Мексики филиала SMI является прекрасной возможностью для развития новых проектов и стимулирования роста обеих компаний. Возможность техобслуживания и запчастей “на расстоянии вытянутой руки” – это ключевой фактор при выборе надежных поставщиков, поскольку для нас необходимо рассчитывать на быстрое снабжение и оперативную техпомощь по умеренной цене и без риска потерять на обменном курсе.”

*Каковы будущие проекты компании Bonafont?*

“Не вдаваясь в излишние детали, в том числе из-за понятных соображений конфиденциальности, могу просто подчеркнуть, что все направления деятельности и проекты Bonafont нацелены на то, чтобы дать максимальный толчок нашей отрасли и в дальнейшем улучшать наше лидирующее положение на рынке.”

