

Tetra Pak sur la voie de la diversification



Tetra Pak n'est plus seulement synonyme d'emballage de lait ou de jus de fruits. C'est aussi, via de multiples marques, un conditionnement pour l'huile d'olive, des produits à base de soja et même du vin.

Sans oublier Tetra Recart, sa nouvelle tête de pont pour investir le domaine des produits solides.

L'an dernier, Tetra Pak lançait une vaste campagne de publicité télévisée¹ afin de mieux se faire connaître du consommateur final et d'accéder ainsi au statut de marque à part entière. Mais derrière cette politique de communication se cache une stratégie d'innovations fondée sur un leadership technologique dans le domaine du conditionnement alimentaire en emballage carton. L'objectif que le groupe d'origine suédoise affiche clairement est désormais d'étendre ses solutions au-delà des liquides grâce à des systèmes globaux, alliant équipements et matériaux pour traiter, conditionner et distribuer tous les produits alimentaires.

"En terme d'innovations consommateurs, la stratégie de Tetra Pak repose sur deux grands axes de diversification" explique Laurence Levêque, responsable du département innovations

Tetra Pak s'intéresse à de nombreux marchés.



Format Evian
demi-litre
pour l'Allemagne

et projets chez Tetra Pak France. D'une part, "le développement de nouveaux formats, en phase avec les attentes de consommateurs". Il peut s'agir de plus petits conditionnements visant notamment à accompagner l'essor de la consommation nomade, comme le lancement d'un format de 500 millilitres avec Evian en Allemagne, ou inversement de formats plus importants, en 1,5 ou 2 litres, accompagnés d'un nouveau bouchon à vis. Il peut également s'agir du développement de Tetra Wedge en version de 200 millilitres micro-ondables, pour contenir des sauces par exemple, notamment à destination de la restauration hors-domicile. Enfin, Tetra Pak décline toute une gamme de bouchons pour couvrir les besoins des consommateurs, entre autres en fonction du surcoût qu'il peut accepter suivant les marchés: "naturellement, un bouchon complexe s'adaptera plus facilement sur un marché plus haut de gamme" résume Laurence Levêque.

Le vin, prêt pour des nouveaux emballages

D'autre part, "notre volonté est de diversifier notre offre au-delà du lait et des jus de fruits" poursuit-elle. Ainsi, l'entreprise développe des emballages pour le marché du vin, afin de proposer une alternative au "bag-in-box" qui a le vent en poupe ces derniers temps, mais reste d'un format supérieur à deux litres. Tetra Pak entend développer tant des petits con-



Après le succès
du "bag-in-box",
le vin est-il prêt
pour diversifié ses
conditionnements.



Danone a adopté Tetra Top
pour le développement
de sa gamme Danao
en petits conditionnements.

Tetra pak

L'histoire

Tetra Pak est née en 1952 du lancement, par Ruben Rausing, de Tetra Classic, un des premiers emballages destiné au lait, composé de carton et de plastique.

Jusqu'ici, le lait était distribué en bouteille, directement par les laiteries, et ne disposait donc que d'une courte durée de vie. Ruben Rausing rapporta son concept de ses études aux États-Unis où il découvrit le libre-service et les emballages réfrigérés.

Nouvelle révolution en 1961, Tetra Pak adopte la technologie aseptique, où, grâce à une couche d'aluminium haute barrière rajoutée au matériau initial, la stérilisation à haute température durant une courte période permettait de conserver le produit à température ambiante pendant plusieurs mois. En 1968, Tetra Pak lance Tetra Brik Aseptique, de forme rectangulaire, qui reste encore la plus grande source d'activité du groupe.

Après une OPA sur sa compatriote Alfa Laval au début des années 1990, Tetra Pak intégrait un savoir-faire sur le traitement de tous les liquides alimentaires, lui permettant d'offrir à ses clients des solutions industrielles complètes, depuis la réception du produit jusqu'à l'emballage final, en carton et en plastique, le tout à partir d'une seule source.

Outre sa diversification dans le plastique, Tetra Pak a multiplié son offre avec Tetra Prisma Aseptique (de forme octogonale, l'emballage est doté d'un système d'ouverture qui permet d'y boire directement), Tetra Recart offrant le premier carton stérilisable apportant une alternative à la boîte de conserve en métal ou encore Tetra Top et Tetra Rex.

tenants pour la consommation individuelle (en restauration de transport par exemple) ou pour la préparation en cuisine que des formats d'un litre munis d'un bouchon, comme cela vient d'être réalisé avec Trilles-Val d'Orbieu en AOC côtes de Provence et Corbières. "Le consommateur est maintenant prêt à accepter d'autres types d'emballage sur le marché du vin" estime Laurence Levêque et "nous apportons désormais une praticité supérieure par rapport à des

Après l'Italie et l'Allemagne, Bonduelle développe Tetra Recart en France. Une rupture dans l'univers de la conserve.

tentatives antérieures". De même, Tetra Pak a développé pour l'huile d'olive de l'espagnol ArteOliva un bouchon spécifique avec un dispositif anti-goutte. Sans oublier le marché des produits dérivés du soja (lait, desserts) presque entièrement préempté par l'emballage carton. Par ailleurs, Tetra Pak mène une stratégie d'innovation à l'égard de ses clients industriels puisque le groupe est autant fournisseur de machines de conditionnement que de matériau d'emballage. Ainsi, il peut contribuer à "améliorer la flexibilité des lignes de production avec des équipements



Avec Tetra Wedge, Tetra Pak développe un conditionnement pouvant être placé dans un four à micro-ondes.

évolutifs" ou à "augmenter les cadences pour diminuer les coûts de production". Plus spécifiquement, Tetra Pak vient de lancer FlexDos, un système de dosages des ingrédients juste avant le conditionnement du produit qui permet à la fois de réduire les coûts et d'améliorer les qualités gustatives du produit.

Un bouchon personnalisable

Dans le domaine des boissons, l'une des innovations majeures récentes de Tetra Pak est Tetra Top, adopté par Danone et son Danao ainsi que par Tropicana, pour des références individuelles. "Il s'agit d'une famille d'emballages déjà présente au Royaume-Uni ou en Espagne" explique Émilie Bleton, chef de groupe Boissons. Tetra Top repose justement sur un choix industriel, combinant l'alimentation du corps carton en continu à partir de bobines et l'injection du sommet plastique directement sur la conditionneuse, avant le remplissage du produit. En outre, le bouchon apposé en sortie de machine est personna-

Tetra pak

En 2003

Dans le monde...

- 21 100 employés,
- 7,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires,
- 8 702 conditionneuses,
- 12 332 machines de suremballages
- et 20 763 unités de process
- implantées dans le monde,
- 105 milliards d'emballages livrés.

... et en France

- Trois sites : Levallois-Perret (siège social),
- Dijon (usine de fabrication
- de matériau d'emballages)
- et Villepinte (division processing),
- 583 employés,
- 356,3 millions d'euros de chiffre d'affaires,
- 3,9 milliards d'emballages livrés.

lisable suivant le client. "Tetra Top combine les avantages du carton et du plastique" résume Émilie Bleton, "garantissant la souplesse industrielle et apportant les avantages consommateur du carton, notamment une importante surface imprimable". Autre innovation en boisson, Tetra Rex est proposé en format deux litres avec un bouchon à vis. Car le marché garde un beau potentiel, notamment sur les segments en fort développement comme l'eau aromatisée ou le thé glacé : "en dehors des boissons gazeuses, rien n'est exclu" estime Émilie Bleton.

Le futur de la conserve

Reste bien sûr l'univers solide auquel Tetra Pak s'intéresse désormais au plus haut point, via sa marque Tetra Recart. "Notre centre de R&D de Lund, en Suède, a développé un système supportant la stérilisation en autoclave grâce à un emballage résistant à des températures atteignant 128 degrés durant une à deux heures" explique Frédérique Thomas, responsable commerciale de Tetra Recart. Premier résultat : le lancement en avril 2003 par Bonduelle de légu-

mes appertisés en Italie, dont le succès a permis la déclinaison en Autriche, en Suisse et en Allemagne courant 2004, et bientôt le développement au Bénélux et en France.

Depuis, d'autres types de conserves alimentaires ont adopté le dispositif comme les chili d'Hormel Foods aux États-Unis ou le test mené en Italie avec le fabricant de sauce tomate Columbus. "Tetra Recart apporte une rupture dans l'univers de la conserve" selon Frédérique Thomas : "sa pré-perforation laser permet l'ouverture facile d'un emballage à la fois souple et solide, partiellement refermable". De plus, "Tetra Recart véhicule une image de fraîcheur et de qualité ; recyclable, il facilite la collecte sélective en pouvant être applati". Aujourd'hui disponible en version de 400 millilitres, Tetra Recart pourrait prochainement être développé dans d'autres formats. Parmi d'autres innovations envisageables, l'adaptation du dispositif à deux types de stérilisation ou le développement de solutions micro-ondables. La conserve du futur ? ■

1 - Cf La Revue des Marques n°44 d'octobre 2003.