

DANONE EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

La logistique au rayon frais

Numéro 1 mondial des produits laitiers frais, le Groupe Danone a réalisé 14 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2006 grâce à ses 90 000 collaborateurs présents sur les cinq continents. En Europe de l'Est, ses ventes se sont élevées à plus de 1,2 milliard d'euros, notamment grâce à un positionnement fort en République Tchèque, où le Groupe est leader sur le marché des produits laitiers frais.

Sur le marché des produits laitiers frais, Danone Tchèque, à l'image de la zone Europe Centrale, est aujourd'hui un exemple de dynamisme de marché. Les normes de qualité et de sécurité de ses produits, dont 55 % sont distribués sur le territoire national et 45 % exportés en Europe, sont appliquées dans le plus strict respect des normes européennes.

Pour fournir un pays de dix millions de personnes et exporter des produits laitiers frais "en Slovaquie, Autriche, Hongrie, Italie, France, Finlande, Danemark et Suisse, Danone exige de son partenaire logistique la même exemplarité", explique Matthieu Boulanger-Guillard, Responsable Logistique Danone en République Tchèque.

Un exemple au niveau européen

En 2007, sur les 5 000 m² d'entrepôt sous température dirigée, près de 90 000 tonnes de produits laitiers frais (principalement yaourts classiques ou buvables et fromages frais) ont été stockés, emballés, filmés et étiquetés par une centaine de collaborateurs du Groupe Norbert Dentressangle.

“L'entrepôt était déjà certifié Hazard Analysis Critical Control Point (Analyse des dangers et contrôle des points critiques ou HACCP), ce qui permet d'identifier, d'évaluer et de maîtriser les risques en ce qui concerne la sécurité des aliments”, explique Pascal Leroux, Directeur de la zone Europe centrale pour le Groupe Norbert Dentressangle. *“Et lors de l'audit AIB réalisé fin décembre 2007, le site a obtenu un score de 900/1000, ce qui le classe dans la catégorie “Supérieure” dans la classification AIB”.* Les normes AIB permettent aux professionnels de l'agroalimentaire d'analyser les risques qualité associés à leurs processus et de mettre en place les plans d'action adéquats répondant aux critères de ces normes.

Livraison “juste à temps”

Autre exigence : la livraison des clients dans des fenêtres très serrées. *“La fenêtre de livraison pour un client dit “modern trade” comme la grande distribution est de 5 heures en moyenne”,* explique Matthieu Boulanger-Guillard. *“Si l'on rate un chargement, cela peut reporter la livraison de 12 heures.”* Danone doit donc s'assurer que ses produits sont prêts à livrer dans des délais très courts, tout en respectant la chaîne du froid.

Co-packing et co-manufacturing

Depuis 2006, les Groupes Danone Tchèque et Norbert Dentressangle ont développé deux techniques de customisation des produits ayant pour but d'apporter une valeur ajoutée au consommateur et de supporter l'innovation “produit”.

La première, le co-packing, est une forme manuelle de customisation des produits.

Il existe différentes opérations de co-packing :

- Le mix de 2 ou plusieurs saveurs (abricot, fraise, banane...);

- Le stickering (d'étiquettes, de code-barres, etc.);
- La mise en cartons;
- La re-palettisation, selon les besoins des clients;
- Le topping (rajout d'un cadeau, de céréales, pépites de chocolat, etc. sur le pot).

“Il existe 80 sortes de co-packing, et plusieurs sortes peuvent être effectuées sur un seul produit,” commente Matthieu Boulanger.

Le co-manufacturing est, lui, une customisation automatique ou semi-automatique des produits. En 2006, deux projets de co-manufacturing ont été réalisés : le transfert de deux lignes

Les normes de qualité et de sécurité des produits Danone, sont appliquées dans le plus strict respect des normes européennes.

de production avec emballage, pickup et impression des dates, un *“gros défi technique et de suivi”,* selon Matthieu Boulanger-Guillard, *“et le shrinkwrapping en semi-automatique, avec un cerclage machine.”*

Pour répondre à une demande de plus en plus importante et pour disposer d'un espace plus important, Danone a décidé de transférer en 2006 l'activité de co-packing sur l'entrepôt Norbert Dentressangle de Divisov.

Challenge réussi : *“Sur le même espace, nous avons multiplié par quatre les volumes co-packés sur cet entrepôt,”* conclut Matthieu Boulanger-Guillard.

Respect de la chaîne du froid

Afin d'assurer le maintien des produits entre 2 et 5°C, l'entrepôt est, grâce un système électronique, maintenu en permanence à une température constante et un suivi est effectué sur six points différents de l'entrepôt. Toutes les demi-heures, les températures sont déclarées et signalées au service qualité de Norbert Dentressangle, qui dispose d'un personnel qualifié pour assurer le maintien de la qualité des produits.

