

Compagnie Franco Suisse

Elle enveloppe tout, salade et chocolat

Propriété du groupe suisse Baumgartner mais installée en France, la Compagnie Franco Suisse est un acteur important de l'emballage souple, sur les marchés de l'alimentaire.

Présente sur tous les rayons des magasins alimentaires, la Compagnie Franco Suisse de façonnage du papier fabrique de l'emballage souple, en papier, film et complexes. Sa gamme de produits va du papier enveloppant le CaramBar au sachet pour la salade préparée. C'est aussi le premier producteur mondial de coussinets pour les chocolats.

La société a été créée en 1924, dans les Vosges, par un membre de la famille Baumgartner. La petite histoire dit qu'on y faisait les emballages pour le célèbre bouillon Kub. Elle est venue s'installer sur le site d'Illfurth (Haut-Rhin) dans une ancienne usine de tissage, vers 1940. Elle a intégré en 1961 le groupe suisse Baumgartner. Le site de production d'Illfurth est la seule usine opérationnelle du Groupe Baumgartner Holding SA (Lausanne) auquel la CFS appartient à 100%. Il réalise un chiffre d'affaires de 30 M€ et emploie 220 personnes. Située au carrefour de trois pays (France, Suisse et Allemagne), la CFS exporte 54% de son chiffre d'affaires, principalement en Europe, qui en absorbe 35%,

devant l'Amérique du Nord avec 12%. Les ventes export de la CFS vont jusqu'en Australie, en Nouvelle-Zélande et en Afrique.

L'usine d'Illfurth dispose d'environ 17 000 m² de surface couverte. Aux commandes de la CFS, Bertrand Glasser, directeur général, part à la retraite à la fin de mars 2007, après 17 ans sur ce site, et c'est un collaborateur de longue date qui lui succède : Guillaume Moissonnier, directeur d'entreprise et ingénieur chimiste de formation.

Une infinie variété

La diversité des emballages souples réalisés à la CFS est impressionnante. « *Nous sommes encore un vrai spécialiste du papier, qui représente 50% de notre activité, devant le film (40%) qui progresse peu à peu et l'aluminium (10%),* » explique Fabien Itty, directeur des ventes.

La CFS transforme des milliers de tonnes de papier par an, de 20g à 150g, selon les produits. Elle utilise à la fois des papiers frictionnés ou calandrés, des papiers traités REH (résistants à l'état humide), sulfurisés ou cristal, torsion couché ou non, des papiers couchés...

« *Au départ, nous étions spécialistes du papier paraffiné (pour les papillotes, les CaramBars, les bonbons Ricola)... Nous fabriquons aussi des complexes alu/papier pour les rochers Suchard, les bonbons-caramels, les chocolats,* » explique Fabien Itty. Les « *overstrip* » qui sont des papiers torsions paraffinés sur lesquels sont collées de fines bandes d'aluminium imprimées et les « *understrips* » (film et bande alu au verso, imprimés) utilisés pour les papillotes par exemple, exigent une technique spéciale qui n'est pratiquée que par deux ou trois entreprises en Europe. La CFS est l'un des experts de ce produit.

La CFS, qui emballa aussi les chewing-gums, fait même des « *tatouages* » en papier siliconé

complexé avec un film OPP (imprimé pour transfert à sec), qui sont insérés dans les emballages de bubble gum.

Car le premier marché de la CFS est la chocolaterie-confiserie qui représente 55% de ses ventes, avec une multitude de produits différents.

De la haute couture pour les chocolats

Pour la chocolaterie, la CFS fabrique aussi des centaines de millions de coussinets, ces matelas de calage en papier, glissés entre les couches de chocolats dans les boîtes. « *Nous en sommes le premier producteur mondial et nous réalisons 4 M€ de ventes avec ce produit* » indique Guillaume Moissonnier. « *Nous sommes les seuls en France à pouvoir faire l'ensemble des opérations : impression, gaufrage, découpage...* » ajoute Bernard Glasser. Car c'est une fabrication très technique. « *Nous donnons aussi un aspect « luxe » au coussinet, avec des motifs et des films dorés par exemple. Nous offrons une large gamme car nous sommes si diversifiés que nous avons de grandes capacités tech-*



Des bobines de papier pour CaramBars, d'autres pour Monsavon...



Les coussinets pour les chocolats jouent sur les formes et les décors.



Guillaume Moissonnier (à g.), Bertrand Glasser (assis) et Fabien Itty.

tal de Baccarat, des matériels électroniques, des produits pharmaceutiques tout aussi bien que des fruits ou des légumes dans des cagettes... La CFS a même réalisé des coussinets publicitaires pour les banquettes du stade de l'OGC Nice, voici quelques années ! Le marché du coussinet exige une très grande organisation tant pour l'étalement des plannings de fabrication que pour la logistique car c'est un produit volumineux.

Des films spécifiques

Le deuxième marché de la CFS est celui des produits frais (fruits et légumes) qui représente plus de 20 % de son chiffre d'affaires. Il requiert divers types de films. Après avoir inventé un traitement anti-buée pour les sachets de salade, au début des années 80, la Franco Suisse s'est développée sur ce marché et est devenue spécialiste de l'emballage à perméabilité contrôlée qui permet de prolonger la durée de conservation selon les produits. Une technique qui concerne les salades mais aussi des légumes et des fruits frais avec l'offre large de la gamme « Vitalis ».

Les films des sachets de salades sont en général (95 %) réalisés en polypropylène. « Nous développons avec nos fournisseurs, des films spécifiques adaptés aux caractéristiques des légumes ou fruits. Notre éventail est vaste et nous apportons un conseil au client grâce à notre expérience » précise Guillaume Moissonnier.

La CFS opère avec des films dont l'épaisseur va de 12 microns à 150 microns. Elle imprime et transforme des polypropylènes (orientés, coextrudés, enduits, blancs, expansés, métallisés), mais aussi des pellicules cellulosiques, du polyester, du polyéthylène, du PLA (bioplastique)... Elle prépare des sachets de divers types (préformés, avec ou sans soufflets), pour machines horizontales (HFFS, flow pack) ou verticales (VFFS)...

Ces produits lui sont très demandés, notamment pour les salades, par



Les emballages de fromages respirent grâce à des microperforations.

le marché nord-américain, où la CFS exporte beaucoup. Dans l'usine, Guillaume Moissonnier montre des bobines de « Ready Pac » prêtes à partir vers les États-Unis pour emballer des épinards. Il explique : « grâce à leur perméabilité contrô-

niques en impression, en estampage etc. » Il faut pouvoir superposer de 3 à 9 couches de papier, y ajouter éventuellement du film PP, blanc, métallisé ou transparent, ce que la CFS maîtrise totalement. Les épaisseurs varient de 2 à 9 mm. Et les coussinets prennent parfois des formes de cœur ou autres. « Nous sommes les grands couturiers du coussinet car nous habitons les chocolats » dit joliment Bertrand Glasser. D'aucuns penseront que la Suisse voisine n'est pas étrangère à l'activité de la CFS dans les chocolats (Lindt, Nestlé), ce qui n'est pas faux mais sa clientèle va bien au-delà. Les coussinets peuvent d'ailleurs caler d'autres produits : du crî-

SÉRÉNITÉ

Pour votre tranquillité d'esprit, nous vous garantissons toujours les mêmes encres et vernis de qualité répondant à toutes vos exigences d'impression.

SIJURA

Tempo

UNI

www.siegwerk.com

lée et à la microperforation, qui allongent la durée de vie des légumes emballés, nos produits peuvent voyager d'une côte à l'autre des États-Unis en conservant leur fraîcheur. D'où leur succès. Les Américains apprécient aussi la qualité de nos impressions hélios. »

En film, la CFS réalise aussi des opercules de barquettes, pelables ou non. Et elle a mis au point un emballage pour cuisson vapeur et micro-onde, avec une technique particulière de « cheminées » calculées selon l'aliment contenu.

Perméabilité sur mesure

La CFS fait de la microperforation des films (moins de 0,1 mm) sur des sachets comme sur des opercules. « Nous adaptons les perméabilités en modifiant la densité des microperforations (jusqu'à 24 perforations/cm²) et leur localisation (en aplat, par bande ou par fenêtre repérée). »

Cette technique de microperforation est aussi appliquée, dans certains cas, pour les fromages. Et la fromagerie constitue le troisième marché de la CFS (environ 8 % de son chiffre d'affaires). Ce sont les fromages à pâte molle les plus nombreux chez ses clients, mais la CFS en emballe d'autres. « Le fromage respire, il faut réguler les échanges gazeux entre l'intérieur et l'extérieur, ce qui impose une technologie particulière, en associant film perforé et papier enduit » expliquent les dirigeants de la CFS. Les fromages sont emballés dans des complexes à la colle qui associent papier et film, deux films, un film et une feuille alu, mais aussi dans des

papiers enduits de cire fromagère... La CFS propose de nombreuses formules de complexes, selon le produit à envelopper et au-delà du fromage (beurre, confiserie).

Le quatrième marché de la CFS est celui de l'hygiène, avec la savonnerie. La CFS est en effet leader européen de l'emballage de savon en papier. Celui-ci est spécial, composé d'un papier couché enduit d'un hot-melt, avec un traitement antifongique.

Des produits divers sont également réalisés par la CFS : emballages de cassettes vidéo et audio, sachets de thé, spirales pour boîtes de sel... Et si elle compte, parmi ses clients, de grands groupes de l'industrie alimentaire (Bongrain, Cadbury, Kraft Foods...) elle fournit aussi bien d'autres industries (Henkel, Dupont de Nemours, Sony).

Technologie et innovation

« Le vrai capital de la Franco Suisse, c'est la qualité, l'innovation et l'esprit orienté client qui nous impose de la souplesse. Nous voulons conserver cette force. Avec tous nos services basés sur notre site, nous pouvons nous adapter » assure Guillaume Moissonnier.

En matière de technique « nous imprimons en héliogravure, en recto verso, sur tout support, nous effectuons du complexage à la colle et à la cire, de l'enduction de cire, de la microperforation... » rappelle-t-il.

Le travail est de plus en plus organisé en 3X8 (pour 80 %), et sur 5 jours. L'activité est annualisée car elle demande moins d'heures en saison basse et davantage à partir de mai. La CFS doit aussi tenir compte des délais de plus en plus courts pour les lancements de nouveaux produits et s'adapter en productivité.

La multiplicité de supports dans chaque famille (papiers, films) demande une large palette d'équipements et de compétences. « Le papier demande plus de technicité que le film mais le plus difficile à imprimer c'est l'aluminium, par exemple le 8 microns utilisé dans le complexage » souligne Guillaume Moissonnier. Pour ce qui est des performances de la CFS en matière d'impression, le Superprestige 2006 qui lui a été remis par Pro-Hélios (voir *Transfoplus* N°1, p.21), pour



Une longue machine hélios dix couleurs de Windmüller et Hölscher.

un emballage de glace cerise de la société Thiriet, en atteste.

Et, en visitant l'usine, on découvre un imposant parc de machines d'impression hélios, dont deux énormes machines dix couleurs de Windmüller et Hölscher qui peuvent travailler en tandem. Chacune est capable d'effectuer simultanément, deux travaux différents. D'où une capacité accrue de production.

La CFS possède aussi des machines d'impression hélios six couleurs (Rotomec, Schiavi...). Et elle vient d'installer une nouvelle Rotomec deux couleurs. « Nous réservons toujours un fort investissement pour nos machines. Nous y avons consacré de 1,5 à 2 millions d'euros par an au cours des cinq dernières années. Et, en 2006, nous avons mis en place un système informatique ERP » explique Bertrand Glasser. « Nous allons continuer à investir et à moderniser nos outils en remplaçant les machines au fur et à mesure pour conserver notre compétitivité. » La CFS projette donc d'acheter de nouvelles machines d'enduction, d'impression et de bobinage.

Et comme elle veut être toujours portée par l'innovation, son laboratoire de Recherche et Développement joue un rôle essentiel. Il assure aussi aux clients un savoir-faire exceptionnel pour adapter leurs emballages aux spécificités des produits. Un laboratoire d'analyse et de contrôle suit également les produits réalisés afin de répondre aux exigences de qualité.

Comme toute la filière de l'emballage, la CFS a subi, en 2006, la hausse des matières premières (films dérivés du pétrole, aluminium...), de l'énergie, des transports. Mais Guillaume Moissonnier constate : « Le chocolat est un marché en croissance, les salades préparées aussi. La consommation est bonne, même si notre visibilité est très courte. »

D'ailleurs, après une année 2006 un peu plate, la CFS avait beaucoup d'activité au début de 2007 et la pleine « saison du chocolat » approche, en prévision de Noël...

Danièle Bouvron



La nouvelle Rotomec deux couleurs en cours d'installation.

QUALITÉ/ DES CERTIFICATIONS INTERNATIONALES

Tous les emballages de la CFS destinés au contact alimentaire sont évidemment conformes aux réglementations en vigueur en France mais aussi à l'étranger (BGVV, UE et FDA). La CFS va y ajouter la certification BRC (Grande-Bretagne) sur la sécurité alimentaire, qu'elle doit passer en juin 2007, pour satisfaire ses grands clients britanniques et les autres qui veulent exporter au Royaume-Uni. La CFS est par ailleurs certifiée ISO 9001/ version 2000. Elle a aussi investi, voilà deux ou trois ans, dans une unité de traitement des solvants récupérés, en vue d'une certification ISO 14001 ultérieure.