



S. Spitz GmbH
Témoignage client



Le producteur de denrées alimentaires autrichien Spitz bénéficie d'une meilleure qualité du codage et d'une réduction des coûts grâce aux solutions de codage de Videojet

Depuis 1857, le respect de la tradition et un engagement sans compromis envers la qualité constituent la base sur laquelle Spitz a élaboré son expertise dans le domaine de la production et de la commercialisation des denrées alimentaires.

Qu'il s'agisse de Jagertee, de Spitz Frizzante ou d'Orange Punch, de produits de boulangerie, de confitures de fruits ou de mayonnaise, la société, qui compte 700 employés, fait non seulement partie des « Marques les plus dignes de confiance » du marché autrichien, mais elle exporte depuis longtemps ses produits dans un rayon de plus en plus étendu et avec succès dans le monde entier.

Le fabricant de denrées alimentaires autrichien a choisi les solutions de codage de Videojet Technologies, en raison de leur extrême fiabilité et de leur excellente qualité de codage, associées à un concept intégré de fonctionnement et de service.



« Des phases de conception et d'installation à la prestation de services après-vente, Videojet a assuré un service de conseil et d'assistance de premier ordre. »

Günter Heimbuchner,
Responsable de la logistique et des achats techniques, S. Spitz



Les divisions centrales de Spitz représentent avec précision l'orientation de la marque de la société. La gamme « Boissons » inclut les boissons alcoolisées, ainsi que les jus de fruits, les sodas, les boissons sportives et les boissons pour enfants. La gamme « Confiseries et produits de boulangerie » comprend des produits de longue conservation et des produits de boulangerie. La division « Sucré et salé » possède une gamme de produits encore plus importante. Elle se compose de confitures de fruits, de gelées et de snacks aux fruits, ainsi que de moutarde, de ketchup, de mayonnaise, et de sauces (pour salades). Plus récemment, le secteur des denrées alimentaires de Spitz a généré un chiffre d'affaires de quelque 250 millions d'euros, dont une part des exportations légèrement inférieure à 50 %.



De gauche à droite : Markus Pihan, Günter Heimbuchner, Hubert Doppelhofer, Bernhard Halbartschlager, Martin Dvorak

En raison de la quantité et de la diversité des produits proposés par Spitz, les coûts d'emballage et d'étiquetage de la société sont très élevés. Le nombre des récentes activités d'impression sur l'ensemble des divisions (les chiffres les plus élevés étant liés aux divisions des boissons et des produits de boulangerie) était de 800 à 900 millions de codes par an.

Dans le segment sensible des denrées alimentaires en particulier, la qualité du codage et la traçabilité des produits en aval et en amont qui lui sont associés sont d'une importance capitale. Par conséquent, les imprimantes et leurs interfaces avec les gammes de produits respectives doivent être conçues aussi efficacement que possible. Ici, Spitz a récemment rencontré des difficultés à répondre à ses propres normes strictes.

Cela s'explique surtout du fait de l'âge et de la composition du parc d'imprimantes, qui est exploité en grande partie depuis plus de dix ans. Plus récemment, environ dix types d'appareils d'étiquetage différents ont été utilisés dans les installations de production. Cette situation générale était à la traîne par rapport aux exigences actuelles en termes de spécifications et d'équipements techniques. En outre, les contraintes de maintenance et d'entretien de l'entreprise ne correspondaient plus à ses exigences idéales en matière de flux de processus parfaitement organisé.

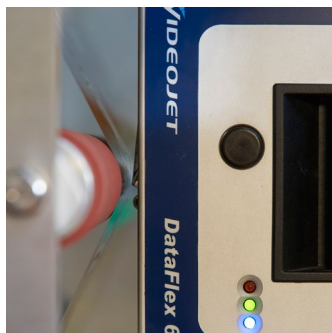
Les raisons justifiant un réajustement et une modernisation du secteur du codage ont pris davantage d'importance en 2012 et en 2013. La nécessité de réduire la complexité de la totalité du système et des tâches de maintenance/entretien associées s'est fait ressentir de façon de plus en plus pressante. Les exigences liées au nouveau concept de codage sont finalement apparues du fait de la situation existante peu satisfaisante et des nouvelles opportunités techniques (par exemple, une meilleure mise en réseau dans le cadre du concept Industrie 4.0).

Pour Spitz, cela impliquait :

1. La nouvelle génération d'imprimantes devait être remise à niveau techniquement afin de correspondre aux besoins actuels. Cela concernait non seulement la qualité des imprimantes et de l'impression, mais aussi la consommation des équipements (qui devaient être aussi économiques que possible), ainsi que leurs caractéristiques techniques mises en réseau de manière optimale.

2. Dans l'idéal et conformément aux types et modèles d'imprimantes, la nouvelle gamme d'appareils d'étiquetage devait être composée de façon à répondre à l'éventail complet des exigences de codage déployées selon un niveau de qualité élevée à l'échelle des produits de Spitz.





3. Il s'agissait de permettre aux opérateurs de réaliser eux-mêmes le plus possible les tâches de maintenance et les (petits) travaux de réparation nécessaires dans le cadre des opérations d'impression, en vue d'économiser un temps précieux utilisé d'ordinaire par un technicien.

4. L'interchangeabilité et le remplacement rapides et aisés des imprimantes dans n'importe quelle situation primaient par-dessus tout. Chez Spitz, il arrive que des équipes différentes travaillent sur les lignes de production. Il convenait de tenir également compte de cet aspect lors du remplacement des imprimantes.

5. En général, la réponse aux besoins en matière de maintenance et d'entretien jouait un rôle essentiel pour Spitz. Dans ce domaine, le facteur clé visait à obtenir la disponibilité (maximale) de l'ensemble de l'équipement, c'est-à-dire à réduire au minimum les restrictions entraînées par les appareils de codage, leur remplacement ou leur réparation.

6. Malgré la spécification rigoureuse des types et modèles d'imprimantes installés, la normalisation optimale des interfaces utilisateur visait à faciliter autant que possible le fonctionnement des différents appareils de codage.

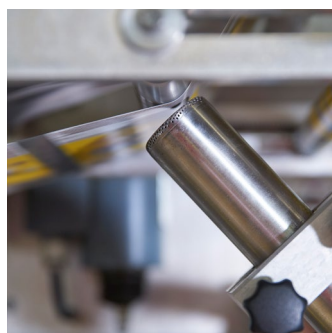
Les exigences liées à un concept de fonctionnement standardisé ont joué un rôle particulièrement crucial concernant l'évaluation des appels d'offres présentés pour le nouveau concept de codage. Günter Heimbuchner, Responsable de la logistique et des achats techniques chez Spitz, indique : « Nos expériences passées nous avaient appris que les unités de codage particulières conçues en fonction des spécificités des différentes lignes ne contribuaient pas à améliorer les résultats. Nous avions plutôt besoin d'un concept global portant sur les exigences de tous les produits, afin de pouvoir travailler de manière flexible et satisfaire aux exigences futures. »

Il était tout aussi important de choisir le bon concept, c'est-à-dire « de pouvoir créer des synergies à l'aide d'un système opérationnel et optimal, et de réduire les dépenses tout au long de la ligne de production. En matière de choix de notre partenaire futur, les économies de temps et de coût à moyen et à long termes importaient davantage à nos yeux que de compter sur les prix d'achat et d'installation de l'équipement les plus bas possibles », précise M. Heimbuchner. Il justifie le choix fait par sa société .

« Seule l'association d'une qualité et d'une disponibilité élevées nous donnera des avantages concurrentiels clés à long terme », poursuit M. Heimbuchner.

« Nous avons obtenu exactement ce que nous voulions : une meilleure qualité du codage de nos produits accompagnée d'une réduction à long terme des efforts, des coûts et du temps nécessaires ! »

Günter Heimbuchner,
Responsable de la logistique et des achats techniques, S. Spitz



te houdbaar tot / A consumer de
ce avant le / Mindestens haltbar bis :
armte en vocht beschermen.
de la chaleur et de l'humidité.
ne und Feuchtigkeit schützen.

16.02.2017



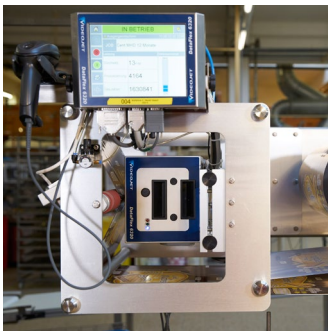
Le principal critère d'un « concept global homogène » a finalement fait pencher la balance pour Videojet.

« Nous avons été convaincus notamment par le concept de fonctionnement standardisé utilisé par Videojet pour connecter les différents types d'imprimantes », explique M. Heimbuchner.

Qu'il s'agisse d'imprimantes à jet d'encre continu, à jet d'encre thermique, à transfert thermique ou laser : « Une fois que vous avez compris l'interface utilisateur, ces connaissances peuvent facilement être transférées à l'utilisation de n'importe quelle autre imprimante Videojet ou Wolke. Compte tenu du changement fréquent du lieu de travail de nos employés sur la ligne de production, il s'agit là un atout majeur. »

La condition préalable pour tirer pleinement parti des aspects positifs d'un concept de fonctionnement standardisé est une gamme de produits différenciée correspondant parfaitement aux différentes spécifications du client. Dans le cas de S. Spitz, cette gamme de produits sur l'ensemble de la division comprenait 58 appareils, en mettant l'accent sur les « produits de boulangerie » et les « boissons ». À cet égard, Videojet s'est révélé être un partenaire convaincant.

« Notre critère était "La solution de codage appropriée pour le bon produit" », déclare M. Heimbuchner, « ce qui importait le plus dans ce contexte était de choisir la meilleure technologie pour chaque application. »



Dans la pratique, cela signifie que la société a continué d'utiliser des imprimantes à jet d'encre continu (dont le parc d'imprimantes précédent était exclusivement constitué) pour accomplir les tâches qu'elles réalisent de manière optimale, à savoir de l'impression de canettes et de bouteilles. Par ailleurs, les imprimantes à jet d'encre thermique de Wolke by Videojet ont été intégrées à la ligne pour l'impression des emballages en carton. Il en a été de même pour les imprimantes à transfert thermique, qui sont capables de produire des codes-barres nets, en particulier dans le domaine des produits de boulangerie, lors du codage des sachets, par exemple. Afin de répondre de manière optimale aux exigences particulières, une seule imprimante laser a été utilisée pour l'étiquetage (blanc) de couvercles noirs.

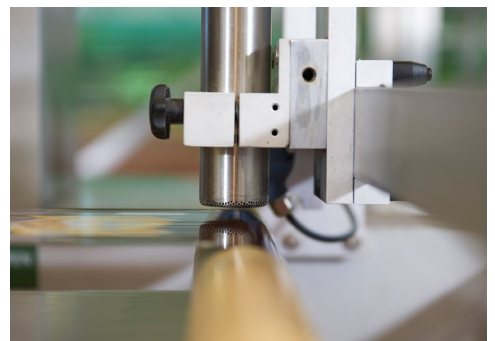
Les avantages de cette gamme d'imprimantes destinées à des applications spécifiques sont devenus évidents peu de temps après l'installation progressive de l'équipement entre le printemps et l'automne 2015. Selon M. Heimbuchner, la qualité du codage était systématiquement élevée. Depuis, aucun rappel coûteux dû à une mauvaise qualité d'impression n'a dû être effectué. En termes de qualité, S. Spitz a bénéficié en particulier du passage de l'impression à jet d'encre continu à l'impression à jet d'encre thermique et à transfert thermique. Étonnamment, en dépit du vaste éventail d'imprimantes, la complexité liée au logiciel pourrait également être réduite, à l'instar des 100 configurations de codage précédentes qui ont été ramenées à 70.

Parallèlement à la qualité d'impression, l'efficacité des processus d'étiquetage a également été améliorée grâce au concept récemment établi. Les temps d'arrêt ont été réduits au minimum et la disponibilité des installations de production a été augmentée.

Les compétences dans le secteur de la maintenance et de l'entretien ont également été réaffectées. Cette mesure a été prise en raison de l'allégement des tâches mis en œuvre dans ce secteur par le biais du « pack de garantie tranquillité complète » obtenu par S. Spitz dans le cadre d'un contrat de location-achat de sept ans passé avec Videojet. Outre le déploiement de périphériques, ce contrat comprenait d'autres services, ainsi que la fourniture de consommables. Ceci explique l'une des raisons pour lesquelles le nombre d'heures de service avait déjà pu être réduit pendant la première année d'utilisation. L'intervalle de révision était passé de 4 500 à 14 000 heures de travail. À ce jour, aucune heure de travail effectuée par un technicien n'a été consacrée à des travaux de réparation et de maintenance.

« Jusqu'à présent », précise Günter Heimbuchner, « la confiance placée dans l'utilisation des périphériques Videojet et Wolke a porté pleinement ses fruits. Des phases de conception et d'installation à la prestation de services après-vente, Videojet a assuré un service de conseil et d'assistance de premier ordre. Les employés chargés de l'entretien avec lesquels nous travaillons font preuve d'autant de compétence que de motivation.

Par conséquent, nous sommes très impressionnés par les résultats obtenus : le concept, qui reposait sur une disponibilité maximale des imprimantes, a eu un impact indirect sur la disponibilité de l'ensemble des installations », précise M. Heimbuchner. « Nous avons obtenu exactement ce que nous voulions : une meilleure qualité du codage de nos produits accompagnée d'une réduction à long terme des efforts, des coûts et du temps nécessaires ! »



Contactez **0810 442 800**
(prix d'un appel local)
E-mail **marquage@videojet.fr**
ou rendez-vous sur le site www.videojet.fr

Videojet Technologies SAS
ZA Courtaboeuf / 16 av. du Québec / Bât. Lys
91140 Villebon Sur Yvette / France

© 2016 Videojet Technologies SAS — Tous droits réservés.

Videojet Technologies s'est fixé comme politique de toujours améliorer ses produits. Nous nous réservons le droit de modifier la conception et/ou les spécifications de nos produits sans préavis.

