

Ces Belges qui ont relancé Coca-Cola

■ En 2005, un duo belge a imaginé "Share a Coke". Depuis, ils en sont à 300 projets.

Combien d'entre nous ont déjà contemplé leur prénom écrit sur leur canette ou bouteille de Coca-Cola en se demandant où ils allaient chercher des idées pareilles ? Réponse : en Belgique ! Chez Jean Schrurs. Ce Belge, ingénieur civil de formation, est à l'origine de cette idée qui fait le bonheur de Coca-Cola et de ses consommateurs.

"Share an idea with Coca-Cola"

Jean Schrurs a passé 10 ans au sein de la Coca-Cola Company durant lesquels il a été, entre autres, directeur industriel de plus de 23 usines dans 11 pays d'Afrique centrale et de l'océan Indien. En 2000, il décide de quitter Coca pour travailler en Europe, pour le groupe Amcor, leader mondial de l'emballage. Il y restera 3 ans avant de rejoindre le géant de la bière Interbrew, "retour aux boissons" comme dirait son épouse. Puis finalement, en 2005, il décide "de larguer les amarres" et de fonder Cape Decision, un cabinet de conseils dans le secteur de l'alimentation, des boissons et de l'emballage, avec son épouse, Dominique Huret. Et comme un bonheur n'arrive

jamais seul, la même année Coca-Cola sollicite leur aide. "Le vice-président de l'approvisionnement nous a demandé de leur donner des idées car leur portefeuille d'innovation était un peu asséché. Nous devions donner une idée par semaine. Ça a duré pendant 18 mois. Durant cette période, nous avons proposé à Coca l'idée des étiquettes personnalisées, à l'origine de la campagne 'Share a Coke' et j'ai aidé la société, entre autres, à approcher les technologies qui permettent de faire ces étiquettes", révèle Jean Schrurs avec une humilité presque déconcertante.

"Nous avons proposé à Coca l'idée des étiquettes personnalisées, à l'origine de la campagne 'Share a Coke'."

JEAN SCHRURS

Cofondateur du cabinet de consultation Cape Decision, à l'origine du concept "Share a Coke".

Et 9 ans plus tard

Depuis, Cape Decision a géré 300 projets, à travers 60 pays dans le monde. Et ils ont beau se suivre, ils ne se ressemblent pas. Ce cabinet de consultation, c'est une sorte de supermarché spécialisé dans l'emballage, la boisson et l'alimentation. Dans un premier rayon, vous pouvez trouver des conseils pour



Dominique Huret et Jean Schrurs, fondateurs de Cape Decision.

améliorer la productivité d'une usine, ou encore pour affiner les stratégies commerciales. Dans un autre rayon, on peut tomber sur des études de faisabilité d'un projet, des recherches de débouchés et parfois même des conseils aux grands acteurs économiques sur la viabilité d'un prêt, par exemple.

Tetra Pak, Carlsberg, Coca-Cola, Shell, la commission européenne, la banque mondiale, autant de "clients" avec qui Cape Decision a déjà travaillé. "50 % de nos affaires sont institutionnelles et 50 % sont en rapport avec les entreprises. La moitié des cas concernent l'emballage, et le reste est partagé entre le secteur de la boisson et de l'alimentation", précise le couple. En l'espace d'une dizaine d'années, Cape Decision s'est donc construit une réputation mondiale, bien plus que belge. "80 % de notre activité se fait à l'étranger, dont 40 % en Asie plus ou moins. La Belgique est un petit pays avec un marché assez restreint", commente la cofondatrice, Dominique Huret.

"A chaque jour suffit sa peine"

Et pour la suite, ce couple n'a pas d'objectifs précis. "On ne peut pas faire des prévisions sur notre chiffre d'affaires, c'est un marché trop fluctuant", explique le couple. Cependant, des projets au Japon, en Russie, et en Italie, sont déjà au programme des prochains mois. Et par la suite, pourquoi pas un partenariat avec un autre cabinet. Mais "à chaque jour suffit sa peine" comme le dit si bien Jean Schrurs. On pourrait aussi éventuellement annoncer que bientôt, Coca-Cola va présenter un nouveau distributeur de boissons innovant. Et devinez qui en est à l'origine... ?