

# Notre histoire

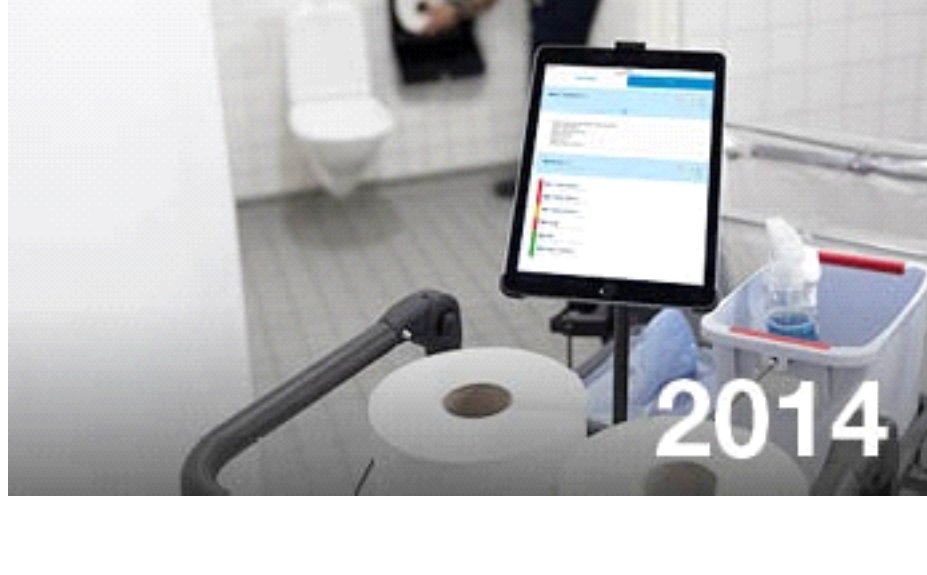
Tork, une histoire riche en innovations: depuis le départ avec le lancement des lingettes jetables, à aujourd'hui avec notre logiciel de nettoyage basé sur les données, notre passion constante est d'aider nos clients à améliorer leur activité professionnelle. En lien étroit avec nos clients, nous sommes devenus leader mondial de l'hygiène professionnelle. Aujourd'hui, nous voulons façonner l'avenir de l'hygiène professionnelle, avec vous.



2017



2010



2014



2009

## De leader mondial à architecte de marché

En tant que marque mondiale bien établie, nous développons continuellement notre offre avec des innovations uniques, tout en participant activement à une société durable. Vous trouverez ci-dessous une sélection des lancements et activités qui ont sillonné notre histoire.

2018

En 2018, nous célébrons notre 50e anniversaire ! En lien étroit avec nos clients, nous sommes devenus un leader mondial de l'hygiène professionnelle. Maintenant, nous sommes prêts à façonner le futur de l'hygiène professionnelle !

2017

Lancement de Tork PeakServe®. La première innovation majeure dans le marché du séchage des mains depuis des décennies permet une meilleure circulation dans les sanitaires des lieux à forte affluence. [En savoir plus sur Tork PeakServe](#)

Lancement de Tork PaperCircle®. Le premier service au monde de recyclage d'essuie-mains en papier usagés. [En savoir plus sur Tork PaperCircle](#)

2014

Lancement de Tork EasyCube®. Les informations en temps réel permettent au personnel de nettoyage et aux responsables d'installations de savoir où, quand et quels sont les besoins – transformant complètement la logique vis-à-vis du nettoyage. [En savoir plus sur Tork EasyCube](#)

2010

Lancement de la gamme de distributeurs Tork Performance. La première gamme de distributeurs conçue pour les lingettes en papier et chiffons de nettoyage, aidant les employés à maintenir un atelier d'apparence professionnelle et organisé.

2009

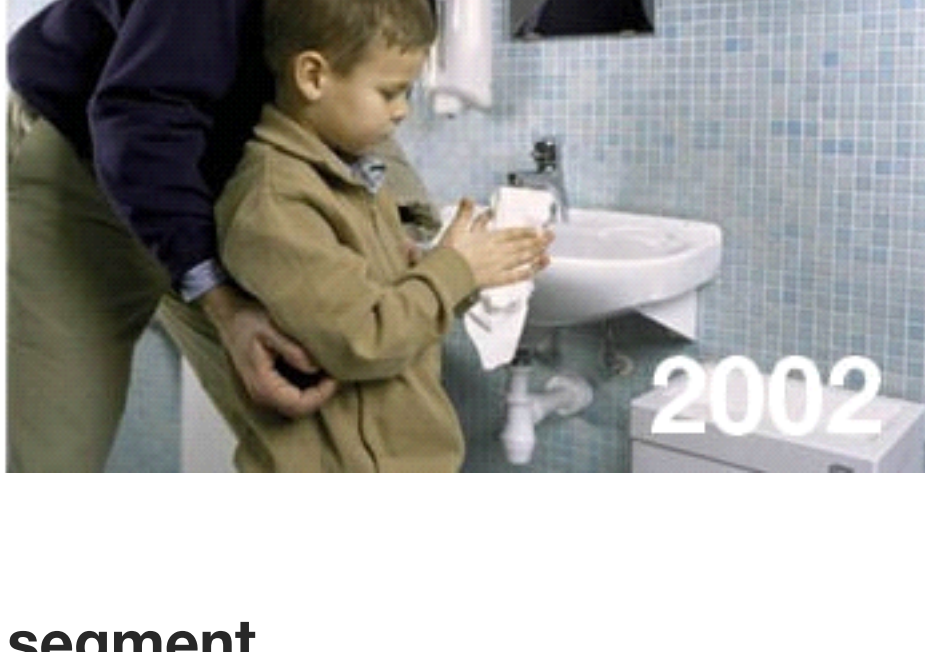
Lancement de Tork Easy Handling™. Le système d'emballage ergonomique qui simplifie l'ouverture, le transport et l'élimination, et s'impose comme la référence du secteur.



2007



2003



2002

## Une offre mondiale pour chaque segment

Nous définissons des normes supérieures pour nos distributeurs en ajoutant de nouvelles fonctions, et nous continuons notre expansion dans les marchés mondiaux. La décennie pendant laquelle nous devenons véritablement leader mondial.

2007

Tork devient une marque dont la valeur franchit le milliard de dollars dans 70 pays du monde entier en fusionnant avec les marques nord-américaines Mainstreet, Coronet et Park Avenue sous la marque Tork.

2003

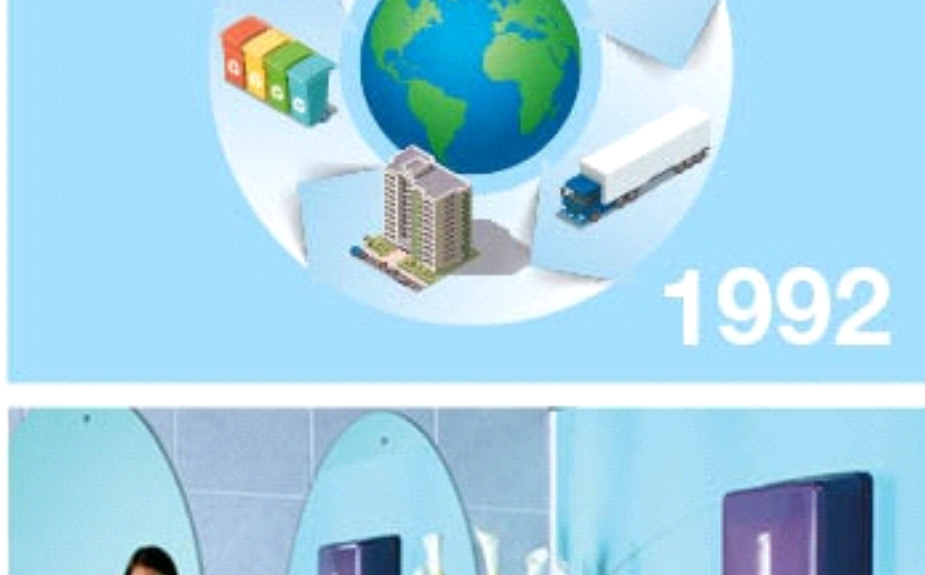
Lancement du système Tork Xpressnap® en Amérique du Nord. Il change la donne pour la distribution de serviettes conventionnelles, garantissant une réduction de la consommation de 25 %.

2002

Lancement de QuickDry. Avec la technique TAD (Through Air-Dried, séchage par soufflage transversal d'air), les clients peuvent se sécher les mains encore plus vite avec un produit plus doux.



1993



1992



1991

## Consolider une marque leader

Nous consolidons notre marque en étendant notre offre et en ajoutant des innovations qui établissent de nouvelles normes pour l'hygiène professionnelle.

1995

Mölnlycke acquiert PWA, et dans le même temps, quatre autres marques : Apura, Hotel Exclusive, MAP et Amandi. La décision est prise de donner la priorité à Tork comme première marque de l'hygiène professionnelle.

1993

Introduction de la gamme de distributeurs en métal conçue pour répondre aux besoins des environnements les plus exigeants.

1992

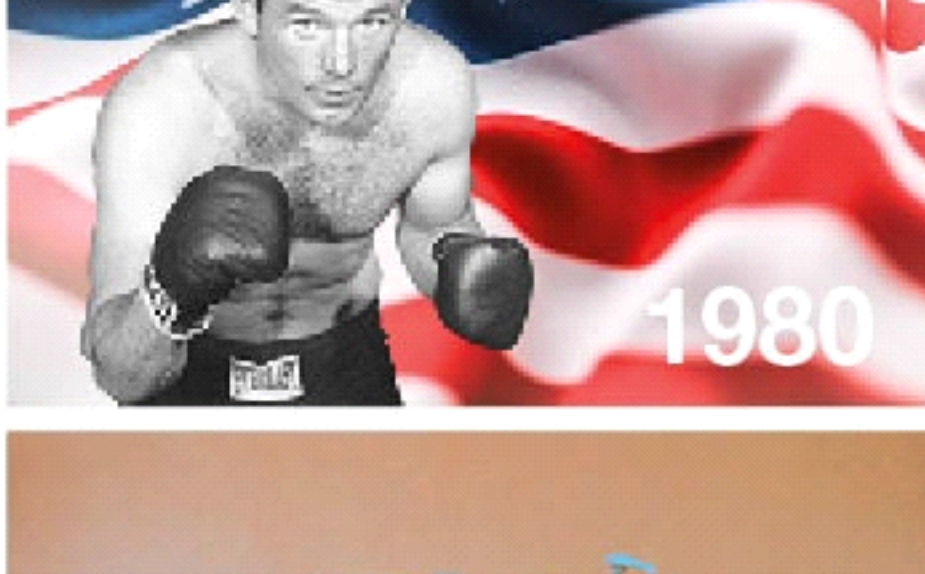
Tork est l'un des premiers fabricants de mouchoirs à commencer à utiliser l'analyse du cycle de vie dans le processus R&D.

1991

Lancement de la gamme de distributeurs Box 90, conçue par le célèbre designer automobile Giorgetto Giugiaro.



1987



1980



1980s



1979

## Des systèmes qui font la différence

Avec de nouvelles solutions, nous pénétrons dans de nouveaux espaces et marchés dans le monde entier.

1987

Tork devient une marque leader dans le domaine de l'hygiène professionnelle alors que l'assortiment atteint les 500 produits, et un logotype Tork est introduit.

1986

Mölnlycke achète l'usine Edet Bruk et commence à utiliser des produits papier recyclés pour les produits jetables pour la première fois dans le domaine de l'hygiène professionnelle.

1980

Tork pénètre le marché américain, et le boxeur poids lourd suédois Ingemar « Ingo » Johansson apparaît dans une campagne pour augmenter la notoriété de la marque.

Années 80

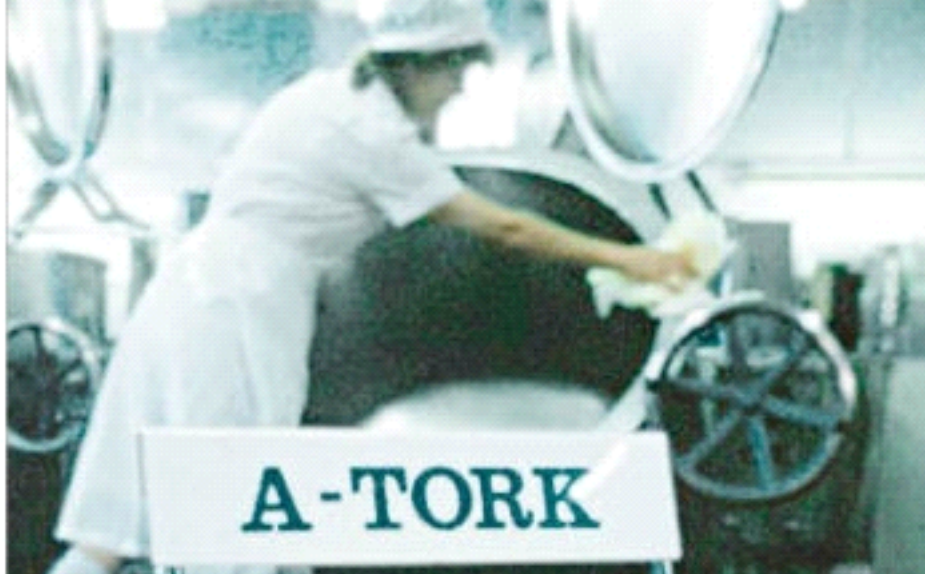
Lancement de la gamme de distributeurs Box 80. Une gamme complète de distributeurs avec des thèmes de couleurs différents, une première sur le marché. Le distributeur est fabriqué en plastique translucide, aidant les clients à savoir quand réapprovisionner.

1979

Tork fait son entrée dans l'espace des sanitaires avec un système de savon complet : le distributeur S-Box et une gamme de savons couvrant différents besoins, comme « extra doux », « usage intensif » et « cheveux et corps ».



1975



1968



1973



1968

## L'innovation : une tradition

L'histoire de la marque Tork commence en 1968 avec la création de la lingette All-Tork. « Torka » signifie « sécher » ou « essuyer » en suédois.

1975

Le groupe SCA acquiert Mölnlycke, mais conserve le nom Mölnlycke et commence à coopérer sur des techniques de production, R&D et approvisionnement en fibres.

1973

Lancement du distributeur M-Box basé sur le système de dévidage central sans mandrin. Il deviendra le système le plus utilisé en hygiène professionnelle pendant des décennies.

1968

La lingette All-Tork est lancée comme la première lingette conçue pour remplacer les chiffons en tissu. C'est le début d'une série d'innovations qui vont établir de nouvelles normes dans le secteur de l'hygiène professionnelle, encore et encore.