

2011

Au cœur
de nos valeurs



RAPPORT DÉVELOPPEMENT DURABLE



L'Art de la Table
1825

SOMMAIRE

GOUVERNANCE

Partager la vision d'un futur équilibré

8

ÉCONOMIQUE

Adapter l'organisation du Groupe à l'évolution des marchés mondiaux

14

ENVIRONNEMENT

Agir sur les impacts environnementaux de nos activités

22

SOCIAL

Donner à chaque collaborateur la possibilité d'être un acteur de son avenir

32

COMMUNAUTÉ

S'impliquer aux côtés des communautés

44

PROFIL 2011

Arc International,
l'Art de la Table depuis 1825

Arc International emploie 12 600 collaborateurs dans le monde dont environ 6 800 en France. Le Groupe, originaire d'Arques, dans le Pas-de-Calais, a réalisé un chiffre d'affaires d'1,1 milliard d'euros en 2011. Fort de son savoir-faire verrier, il s'est développé à l'international et distribue aujourd'hui ses concepts complets d'art de la table dans plus de 160 pays.

Le Groupe évolue sur les marchés grand public et de l'hôtellerie et de la restauration à travers les marques de son portefeuille : Luminarc®, Arcoroc®, Cristal d'Arques® Paris, Pyrex®¹, Chef & Sommelier®.

Depuis plus de 40 ans, le Groupe s'adresse également aux clients professionnels – industriels, négociants, fabricants de produits semi-finis et finis, prestataires de service – avec un éventail de solutions sur mesure répondant à des problématiques précises (industrie, publicité, prime, fidélité).

Arc International est présent sur les cinq continents à travers des sites de production (France, Etats-Unis, Chine, Emirats Arabes Unis, Russie), des filiales de distribution (France, Etats-Unis, Espagne, Australie, Mexique, Brésil, Japon, Afrique du Sud) et des bureaux de liaison.

Le Groupe veille à équilibrer les exigences économiques, la responsabilité sociale et le respect de l'environnement et inscrit ses activités dans la démarche de développement durable, notamment en ayant adhéré au Pacte Global Compact de l'ONU en 2003.

(1) Pyrex®, propriété de Corning Inc. est exploitée par Arc International Cookware SAS sous licence exclusive en Europe, au Moyen Orient et en Afrique.

CHIFFRES CLÉS

1,107 Md€ de chiffre d'affaires en 2011.

59,1 Md€ de résultat opérationnel courant.

12 600 collaborateurs, dont 6 800 en France.

Plus de 70 ingénieurs pour la recherche et le développement

5M d'articles fabriqués chaque jour

3 marchés : grand public, hôtellerie et restaurant, BtoB

5 marques principales : Luminarc®, Arcoroc®, Cristal d'Arques® Paris, Pyrex®, Chef&Sommelier®

Une présence commerciale dans plus de 160 pays, sur 5 continents

6 sites de production, en France, aux Etats-Unis, en Chine, aux Emirats Arabes Unis et en Russie.

Luminarc®

Arcoroc
PROFESSIONAL

CRISTAL
D'ARQUES
PARIS

PYREX®

C&S
Chef & Sommelier

Pyrex® est une marque d'ument enregistrée appartenant à Corning Inc. et utilisée sous licence.

EDITO



Photo : Sofiane Morauiche



En mars dernier, le Groupe Arc International annonçait ses résultats annuels, les meilleurs depuis 10 ans. Après une année 2011 en demi-teinte, et dans un contexte politique et économique tendu, le Groupe a su évoluer et faire face, notamment à un plan social, tout en confirmant son leadership mondial dans les Arts de la Table.

Je profite de cet éditorial pour remercier chaleureusement les femmes et les hommes qui œuvrent chaque jour à cette performance. Ils forment une énergie individuelle et collective, symbole d'un grand groupe international.

En Europe, le second trimestre s'est avéré difficile. Mais grâce aux actions engagées depuis deux ans pour optimiser la productivité, le site d'Arques a décroché des marchés ambitieux. Le Kwarx®, le Zenix® ou le Diamax®... ces matériaux de haute technologie produits à Arques ont su apporter des réponses innovantes à nos clients exigeants.

Aux États-Unis, le contexte économique plus favorable et l'ouverture des marchés d'Amérique Latine laissent présager des profits à venir pour la 3^{ème} année consécutive. L'ouverture d'un 3^{ème} four de production permettra de couvrir les besoins du marché et d'entrevoir d'autres opportunités.

Au Moyen-Orient, la situation politique actuelle impacte fortement les activités d'AIME. Arc International soutient naturellement cette société qui a déjà largement contribué aux résultats du Groupe. Nous restons mobilisés autour d'elle et nous suivons attentivement la situation.

La stratégie internationale du Groupe se révèle efficace. Les pays émergents représentent déjà 38% de notre chiffre d'affaires. Le Groupe a renforcé ses capacités de production en Chine, à Dubaï et s'est installé en Russie. Notre présence dans ces régions en plein essor est une gage indispensable au développement du Groupe.

Car 2012 sera une année déterminante. L'environnement économique demeure très incertain et nous devons garder le cap : redresser, améliorer, innover.



Forts de notre savoir-faire, nous allons capitaliser sur notre qualité française. Les logos «Made in France» et «The French Brand», apposés sur nos emballages en attesteront auprès du public.



Toujours prompts à innover pour nous différencier, nous allons poursuivre nos investissements pour la flexibilité, l'innovation et l'optimisation de nos process industriels. En 2011, plus de 120 millions d'euros ont été investis dans les usines du Groupe.

Parallèlement, nous allons nous concentrer sur notre chaîne de valeur et améliorer le temps de mise sur les marchés de nos produits.

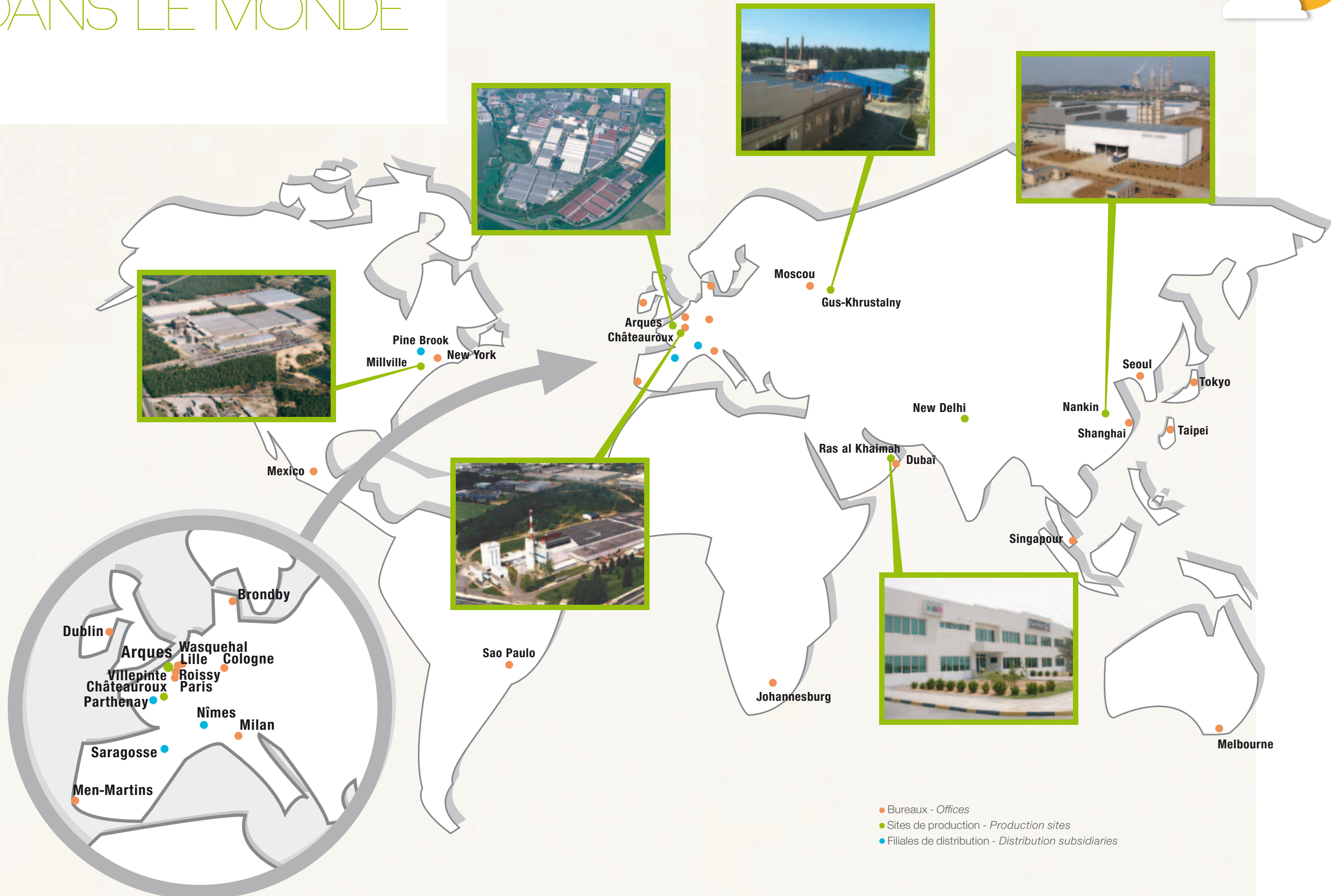
Enfin, en décembre 2012 s'achèvera le plan social en France. Une page lourde à tourner mais une étape essentielle, menée dans le respect des valeurs sociales qui sont les nôtres. La pérennisation du site d'Arques, et donc la survie du Groupe, en dépendait.

Cette étape aura transformé tant les organisations que les mentalités, et je félicite les femmes et les hommes qui se sont engagés à nos côtés dans cette évolution. La force de notre Groupe n'en est que plus unique.

Guillaume de Fougères
Président du Directoire



IMPLANTATIONS DANS LE MONDE



Pour Arc International, s'engager
dans le Développement Durable,
c'est bâtir et conduire des
stratégies à long terme et les
faire partager par tous.

GOUVERNANCE

8



Photo : Pierre-Marie Moulière

PROGRAMME FOCUS



1 - STRUCTURER LA DÉMARCHE



Depuis 2003, Arc International s'est engagé activement dans le Global Compact et a construit son projet sur un socle de valeurs fortes : le respect des femmes, des hommes et de l'environnement.

De nombreuses actions ont vu le jour et l'intérêt pour le Développement Durable s'est largement répandu dans les esprits.

Début 2011, un poste à plein temps y a été consacré et Caroline Barbier a pris en charge cette fonction.

Un projet spécifique Développement Durable a été intégré au Programme Focus qui accompagne la transformation du Groupe. Ce projet comprend 2 objectifs principaux :

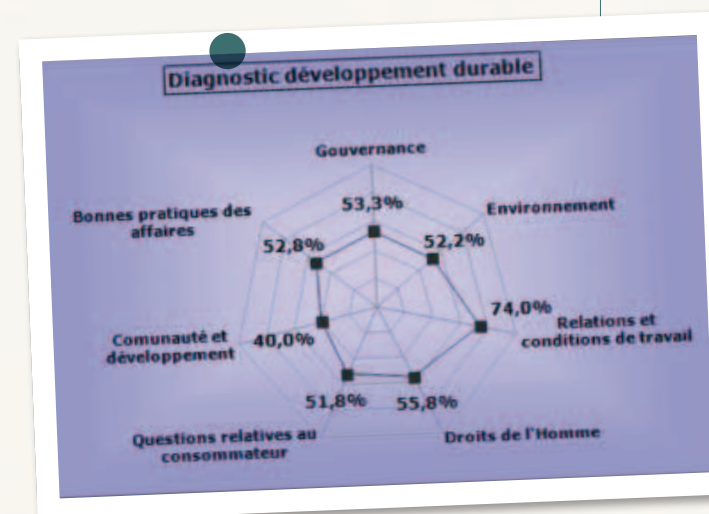
- structurer, pour évaluer et faire progresser la démarche.
- communiquer en interne et en externe, pour ancrer la démarche dans l'esprit de nos collaborateurs et instaurer un dialogue sur ce thème avec nos parties prenantes.

Le Développement Durable est un domaine qui peut sembler difficilement quantifiable, tant dans ses résultats que dans la maturité de sa démarche. En intégrant la norme ISO 26 000 à notre stratégie, nous nous sommes équipés d'un outil efficace d'évaluation interne et d'orientation des actions. Il nous permettra de mesurer les progrès que nous avons faits et le chemin qu'il nous reste à parcourir.

L'ISO 26 000 constitue donc la base de notre audit interne, nous permettant d'évaluer précisément la situation de chaque entité en terme de Développement Durable. La grille d'audit a été construite sur les bases de cette nouvelle norme qui fait référence en matière de responsabilité sociétale des entreprises. Elle s'articule autour des 7 questions centrales et couvre ainsi l'ensemble des domaines et ce au travers d'une trentaine de critères différents intégrant les notions de mise en place, de performance et de sensibilisation des collaborateurs.

Forts des résultats de l'audit, nous pouvons construire un plan d'actions à la fois complet et spécifique pour les entités d'ores et déjà engagées, prenant en compte les progrès repérés et les priorités de chacun. Dès lors, la feuille de route des actions et des avancements est écrite.

Aujourd'hui, deux filiales du Groupe ont déjà réalisé le diagnostic Développement Durable : AIC à Châteauroux, France et DGMC à Millville, USA.



9

AIC a initié dès 2008 son projet Cook n'Care sur la base d'un audit SD 21 000. En septembre 2011, un audit interne ISO 26 000, qui remplace la SD 21 000, a été réalisé. Les résultats de l'étude ont conforté la position d'AIC, leader reconnu au sein du Groupe pour ses pratiques sociales et environnementales. Ses points forts ont été mis en lumière, comme l'obtention de la norme ISO 14 001 pour l'usine de Châteauroux et la démarche Great Place to Work®.

Fin 2011, DGMC s'est porté volontaire pour engager un projet Développement Durable sur le site de Millville. L'équipe dédiée au projet a fixé les objectifs : valoriser les actions en cours, écrire une feuille de route et ancrer un état d'esprit Développement Durable au sein de l'entreprise. L'évaluation réalisée début 2012 a mis en évidence les atouts du site : les pratiques sociales et la maîtrise des rejets atmosphériques. Le projet est maintenant en route, construit sur l'action et la progression.

« Le site de Millville aura reconstruit le four US2 en mai 2012. Nous avons sélectionné les meilleures technologies disponibles de réduction des émissions atmosphériques pour faire du four le plus propre dans sa catégorie. Nous avons également ajouté cet équipement aux deux autres fours existants ce qui fait du site de Millville l'usine des arts de la table la plus propre au monde. Cet investissement important nous permettra de mieux servir nos clients tout en respectant toujours mieux l'environnement. Saisissant cette opportunité, nous pensions que c'était le bon moment pour revoir et formaliser nos engagements pour le développement durable. »

Afin de savoir où nous en étions et de construire un plan d'actions qui nous soit adapté, notre première étape a été de réaliser un audit selon l'ISO 26 000. Il a confirmé que nous avons déjà de nombreuses bonnes pratiques. Là où nous avons trouvé des points d'amélioration nécessaires, nous les avons ajoutés à un plan d'actions spécifiques. Nous avons une équipe transversale en place qui guide et fait avancer ces actions.

Nous avons également rencontré nos principaux clients sur le sujet afin de discuter de pratiques durables. De cette façon, nous pouvons conserver une stratégie de progrès permanent pour nos process et une différenciation par rapport à nos concurrents. Nous entendons en faire une différence réelle et permanente. »



TÉMOIGNAGE
FRED DOHN,
DIRECTEUR AMÉRIQUES
ET BTOB

Le Groupe continue de structurer sa démarche : les audits des sites de production et de distribution sont prévus dans les autres entités, en France et à l'international. Ils accompagneront le déploiement de la Charte Développement Durable Fournisseurs et du Questionnaire Développement Durable pour les projets Recherche et Développement.

2- COMMUNIQUER



Photo : Jacky Robert

Essentielle à la réussite du projet, la communication se développe parallèlement en externe et en interne.

Les clients sont de plus en plus sensibles à la notion de Développement Durable, tant dans leurs activités que dans les pratiques de leurs fournisseurs. Ils attendent d'être accompagnés dans leur démarche et demandent des réponses concrètes. Pour cela, nous avons édité un Livret Développement Durable, qui, en plus du Rapport Annuel, présente nos principales actions dans ce domaine. Cet échange permanent d'informations alimente et enrichit notre démarche.

En interne, nous misons beaucoup sur l'état d'esprit Développement Durable. Depuis 2011, un lien se tisse avec les salariés grâce à des événements internes et une communication active. Renforcer les connaissances sur le Développement Durable facilite l'adhésion et la motivation de tous sur ces projets. Ainsi, pendant la semaine du Développement Durable, un grand quizz de sensibilisation a été réalisé auprès de tous les collaborateurs français. Le Journal et la Newsletter hebdomadaire ont aussi largement relayé les actions menées dans les différents services.

Début 2012, un grand Concours Photo a été lancé auprès de l'ensemble des collaborateurs. Son thème : la représentation du Développement Durable dans l'activité d'Arc International. L'objectif était double : faire illustrer ce rapport par les collaborateurs eux-mêmes, et comprendre l'idée qu'ils se faisaient du projet. Nous avons reçu de nombreuses et magnifiques photos de France, d'Espagne ou des Émirats Arabes Unis... Vous pouvez les retrouver ici-même, en couverture pour la photo gagnante et au fil des chapitres pour les autres images sélectionnées.



Remise des prix quizz Développement Durable - AIF

AIC : CAMPAGNE DE COMMUNICATION INTERNE ET AMBASSADEURS



À travers Cook n'Care, AIC continue de développer son projet et d'y impliquer ses salariés.

Les formations Développement Durable se poursuivent et continueront encore en 2012 sous différents aspects. Des sessions particulières sont par exemple prévues pour préparer les commerciaux à répondre aux attentes de leurs clients.

De même, AIC a créé un réseau d'Ambassadeurs. Formés au Développement Durable et présents à tous les niveaux de l'entreprise, ils relaient la communication du projet. Leurs missions : rencontrer les salariés en réunions, informer, échanger avec eux les bonnes pratiques et enrichir les connaissances de chacun sur le sujet. Ce sont les promoteurs de la culture Développement Durable dans l'entreprise.

Autre moyen de sensibilisation, une campagne d'affichage et de questionnaires a débuté en 2011 avec les thèmes Environnement et Gouvernance. Elle se poursuivra en 2012 en traitant toutes les facettes du Développement Durable. En complément, une newsletter a été lancée fin 2011. Elle s'appelle "365 initiatives" et informe des diverses initiatives Cook n'Care en Europe.

Ces communications visent à sensibiliser les collaborateurs aux objectifs fixés et les informent des résultats obtenus. Elles leur permettent également de comprendre que c'est à chacun de faire progresser l'entreprise.



Ambassadeurs Développement Durable - AIC



Articles Pyrex

Inscrire notre savoir-faire dans une éthique.

En 2011, la Direction Achats a élaboré une Charte Éthique et Confidentialité. Cette charte vise à renforcer les processus d'achat et s'applique à tous les salariés et fournisseurs impliqués dans une relation commerciale avec le Groupe. Elle complète l'adhésion au Global Compact et fait partie intégrante des Principes d'Achat.

Le but : encadrer les pratiques dans nos relations professionnelles et en fixer les préceptes :

- Agir avec équité et objectivité
- Conserver une absolue confidentialité
- Protéger notre savoir-faire sont les trois grands thèmes abordés dans cette charte. Leur dénominateur commun : renforcer et garantir la position commerciale d'Arc International tout en conservant une éthique forte.

Il est capital que chacun applique ces principes de bon sens, et ce dans toutes les phases des transactions avec l'extérieur.

Cette charte a été diffusée en 2011 et s'applique progressivement à tous nos fournisseurs.

CHARTE ÉTHIQUE ET CONFIDENTIALITÉ



Charte Ethique & Confidentialité Achats



PYREX®

Pyrex® est une marque dument enregistrée appartenant à Corning Inc. et utilisée sous licence.



Dans un monde en perpétuelle mutation, Arc International a réussi cette année à maintenir le cap. Les projets de transformation laissent entrevoir des perspectives positives.

ÉCONOMIQUE



Photo : Michel Trintignant

EUROPE : LA TRANSFORMATION EN MARCHÉ

En Europe, l'année 2011 a été marquée par des projets majeurs d'amélioration de notre compétitivité et de développement de notre efficacité.

Depuis 2007, Focus a généré plus de 200 projets transversaux. La majorité d'entre eux est clôturée, une cinquantaine reste en cours, d'autres s'annoncent déjà. Plus de 1000 collaborateurs du Groupe se sont investis dans ces différents projets, et autant le feront en 2012.

Créé en 2009, Ambition Arques vise à relancer la compétitivité du site. Plus de 500 actions ont été initiées, qui ont mobilisé nombre de collaborateurs en 2011. Le projet doit être clôturé fin 2012 au profit d'une démarche d'amélioration continue.

Lancé en 2011, le projet Cluster 11 accompagne la croissance de la Division Internationale. Il est piloté depuis les Émirats Arabes Unis et génère une dizaine de projets en cours.

L'acquisition d'OSZ en Russie en 2011 engendre aujourd'hui un travail d'intégration de la nouvelle entité dans le Groupe ainsi que le développement des ventes en Europe de l'Est.

PROGRAMME
focus

6 UNITÉS DE PRODUCTION

ARC INTERNATIONAL FRANCE (AIF)

créé en 1825 : Arques, Aire-sur-la-Lys (France),
5 955 salariés

DURAND GLASS MANUFACTURING COMPANY (DGMC),

créé en 1982 : Millville, New Jersey (Etats-Unis),
845 salariés

ARC GLASSWARE NANJING (AGN),

créé en 2003 : Nankin (Chine), 1 148 salariés

ARC INTERNATIONAL MIDDLE EAST (AIME),

créé en 2004 : Ras-Al-Khaimah
(Emirats Arabes Unis), 1 664 salariés

ARC INTERNATIONAL COOKWARE (AIC),

dans le Groupe depuis 2006 :
Châteauroux (France), 533 salariés

ARC INTERNATIONAL RUSSIE

dans le Groupe depuis 2011 :
Gus-Khrustalny, 1 184 salariés



DIVISION EUROPE

La flexibilité, un choix réussi.

En 2011, la Division Europe a enregistré +2,8% de croissance et des gains de productivité importants. Le contexte s'annonçait pourtant peu favorable : ralentissement économique en Europe du Sud (Grèce, Espagne, Italie) et forte variabilité des marchés. Olivier B. Hasler, Directeur de la Division Europe témoigne ici : «La signature de l'accord de flexibilité sur le site d'Arques nous a permis de faire face à cette situation. J'en profite donc pour remercier tous les collaborateurs qui ont activement contribué à cette réussite».

Ambition Arques et Profil ont participé au retour des profits sur le site, qui était déficitaire depuis 2008. Aujourd'hui, Arques enregistre un résultat d'exploitation de 24 millions d'euros. «Nous avons dépassé les objectifs» précise le Directeur de la Division. En janvier 2012, s'est déroulée la 5ème édition du séminaire Ambition Arques. Cet événement fut l'occasion de valoriser les actions ayant contribué à la réussite et à l'avancement du programme. Un Prix Spécial a été attribué à Laurent Herbulot, pour son investissement dans l'accompagnement et la mise en place de nouvelles organisations.

Dupliqués sur le site de Châteauroux, les projets Ambition Châteauroux et Challenge ont fait, eux aussi, leurs preuves : le site réalise un profit de 2 millions d'euros, contre 4 millions d'euros de perte en 2010.

Ces projets vont générer d'importants gains de productivité. Olivier B. Hasler en atteste : «Ils portent à eux seuls 73 des 80 millions d'euros d'économies que nous nous sommes fixés pour la fin de l'année.»

La Division Europe a décidé de restructurer Arc Distribution Iberica (ADI) et de vendre Arc Distribution France (ADF), dans l'optique de réduire les coûts de 3% par an.

Parallèlement, Arques a investi 59 millions d'euros dans l'optimisation de l'outil de production et la R&D. Le four L, par exemple, offre 20% de capacité supplémentaire pour 20% en moins d'émissions de CO2 que son prédécesseur.

En Russie, le rachat d'OSZ a permis de retrouver en quelques mois les niveaux de ventes Drinkware d'avant la crise de 2008. Une croissance de 15% est attendue cette année sur ce marché.

Enfin, dans le domaine commercial, la Division Europe se félicite du repositionnement opéré sur les marques distributeurs (Ikea, Auchan...) en Consumer Goods. Les produits Color Vibrance de Luminarc® et de la marque Cristal d'Arques Paris® ont rencontré un vif succès.



Laurent Herbulot et Olivier Hasler lors de la remise des trophées



Color Vibrance

Luminarc®

Le 12 décembre 2011, la Direction de l'Environnement du Travail d'Arc International France, associée à GSF, a reçu le Trophée Qualité de la Relation Clients-Fournisseurs.

Rappelons que GSF est un groupe international spécialisé dans la propreté et les services associés.

Ce succès couronne une collaboration qui, en s'appuyant sur des valeurs sociales communes, a développé plusieurs objectifs : gains de coûts de propreté, développement du chiffre d'affaires et de l'activité du prestataire local, création de nouveaux emplois.

Ce Trophée nous honore d'autant plus qu'il est décerné par le plus grand réseau de Responsables de Services Généraux. Depuis 1975, l'ARSEG (Association des Directeurs et Responsables des Services Généraux) promeut cette fonction, autour d'un ensemble de professionnels et d'experts qui mettent en exergue les questions d'intérêt général.

Cette distinction récompense une démarche qui nous est chère...

TROPHÉE DE L'ARSEG



Remise des trophées de l'Arseg

DIVISION INTERNATIONAL

Les pays émergents, une croissance partagée...

En 2011, la Division International du Groupe enregistre à nouveau une croissance de 10%, dépassant ainsi l'objectif fixé. Une belle performance réalisée dans un contexte parfois délicat. En effet, le périmètre de la Division International comprend 25 États aux profils très différents. Parmi ceux-là, citons le Japon, touché de plein fouet par le tsunami et la catastrophe de Fukushima. D'autres pays, comme l'Australie ou la Corée, sont des marchés matures où la marge de croissance est plus ténue.

Sans surprise, le moteur de cette évolution se trouve dans les pays émergents : +33% en Chine, +30% en Inde, +29% en Afrique du Nord, +40% en Égypte et jusqu'à +55% dans les Émirats Arabes Unis. Bart Muller, Directeur de la Division Internationale, souligne : «Tous les segments y contribuent : le BtoB et le Food Service en Asie-Pacifique ; le Consumer Goods au Moyen-Orient, en Afrique et sur le sous-continent Indien».

De plus, cette croissance a été dopée par l'ouverture d'un 4ème four sur le site de Ras Al-Khaimah aux Émirats Arabes Unis. Un outil qui permet de couvrir au mieux les demandes d'Afrique, d'Inde et du Moyen-Orient. Cette réussite s'appuie sur l'exemple du four China 1+ en 2009 qui nous avait permis d'accompagner la croissance du marché asiatique.

Photo : Harold Lahaye



PROMOTION

Partons en campagne !

Cette année, nos équipes commerciales ont collaboré étroitement avec les distributeurs locaux, premiers promoteurs de nos marques. Un travail de fond relayé par des campagnes de publicité ciblées : Luminarc® en Chine, Inde, Iran et Émirats Arabes Unis ; Cristal d'Arcques Paris® en Arabie Saoudite. Comme le rappelle Bart Muller : «Notre métier est de créer de nouveaux produits, mais aussi d'en susciter la demande.» Une vocation qui trouve écho dans la capacité novatrice d'Arc International : 20% des ventes à l'international sont réalisées sur concepts originaux (Dinnerware, Drinkware, Diamax®, storage, etc).

Pour 2012, nous restons confiants tout en surveillant les tensions politiques au Moyen-Orient, qui affectent déjà notre activité dans la région. Bart Muller l'annonce : «Cette situation place nos équipes sous pression mais l'objectif reste néanmoins de croître».

Redressement aux États-Unis, croissance en Amérique latine.

Les États-Unis représentent 12% du chiffre d'affaires du Groupe. Il était donc crucial de redresser la tendance. Aujourd'hui, nous récoltons les fruits de nos efforts entrepris dès 2009 : concentrer les capacités de production sur les segments BtoB et Food Service, générateurs de marges importantes.

Les objectifs ont été dépassés en BtoB, compensant le ralentissement du Food Service en hôtellerie et en restauration. «Nous avons gardé la confiance de grands clients comme McDonald's et démarré des

programmes avec plusieurs brasseurs. Nous avons également bénéficié d'un contexte économique plus favorable.», confirme Fred Dohn, Directeur de la Division Amériques.

Dans le même temps, la modernisation du site de Millville par les équipes a permis à l'usine de tourner à plein régime tout au long de l'année. En 2012, un nouveau four offrira 20% de

capacité supplémentaire et un nouveau filtre réduira de 75% les rejets atmosphériques.

Nous sommes prêts pour la croissance à venir..



Campagne publicitaire

DIVISION AMÉRIQUES



Filtre De NOx à DGMC

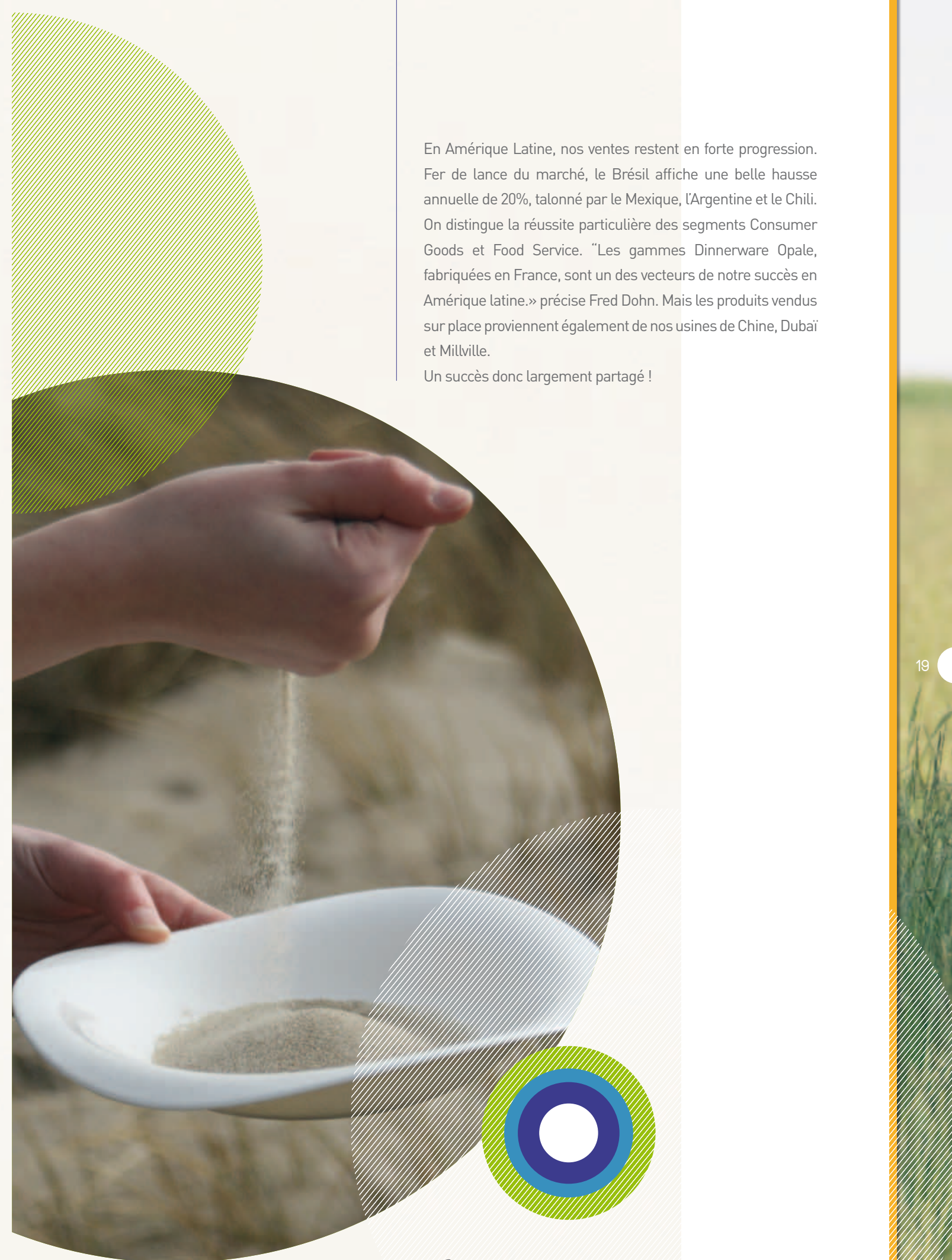


Photo : Eric Fouache

En Amérique Latine, nos ventes restent en forte progression. Fer de lance du marché, le Brésil affiche une belle hausse annuelle de 20%, talonné par le Mexique, l'Argentine et le Chili. On distingue la réussite particulière des segments Consumer Goods et Food Service. «Les gammes Dinnerware Opale, fabriquées en France, sont un des vecteurs de notre succès en Amérique latine.» précise Fred Dohn. Mais les produits vendus sur place proviennent également de nos usines de Chine, Dubaï et Millville.

Un succès donc largement partagé !

L'ANNÉE 2011 EN CHIFFRES

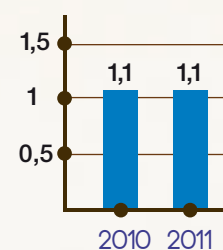
Le Groupe a réalisé cette année son meilleur résultat opérationnel depuis l'an 2000. Félicitons-nous de ce beau résultat et saluons pour cela les redressements effectués en France et aux États-Unis ainsi que le développement à l'international.

CHIFFRE D'AFFAIRES

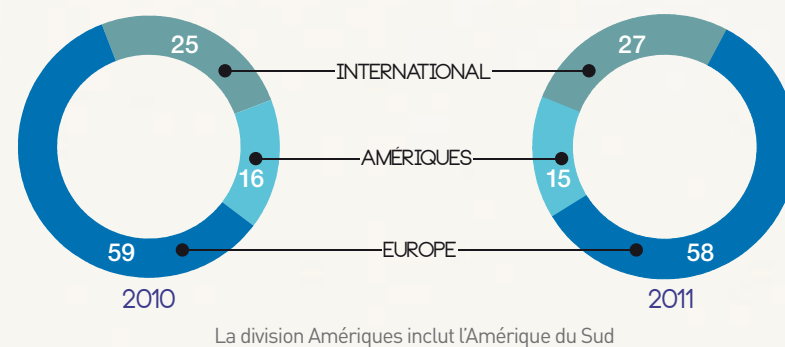
Le chiffre d'affaires enregistré en 2011 est de 1,1 milliard d'euros. Soit l'équivalent du chiffre 2010 mais en progression réelle de 2,5%, à taux de change équivalent. La répartition du chiffre entre les trois secteurs d'activité (Consumer Goods, Food Service et BtoB) reste globalement stable. Les pays matures représentent 62% du CA, dont 17% pour la France. Les pays émergents apportent 38% du CA - contre 36% en 2010. Ils enregistrent une croissance de 11% et semblent confirmer l'engagement d'atteindre 50% d'ici 2015.

La croissance du Groupe est donc portée par la Division International, qui tire profit des investissements réalisés, des actions marketing engagées et du renforcement des équipes commerciales sur place.

CHIFFRE D'AFFAIRES (EN MILLIARD D'EUROS)



CHIFFRE D'AFFAIRES PAR RÉGION (EN %)

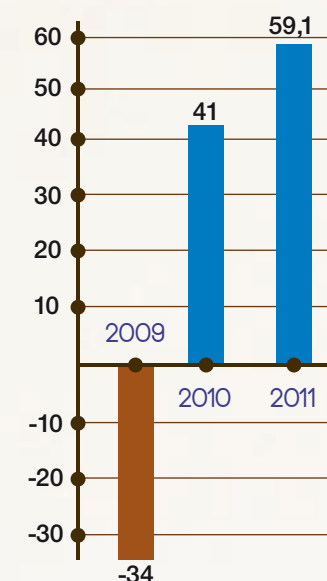


RÉSULTAT NET

C'est le résultat opérationnel courant moins les frais bancaires, les impôts et charges, et les éléments exceptionnels.

Le résultat net 2011 s'élève à 18,4 millions d'euros contre 10 millions en 2010. Ce résultat en hausse sensible conforte nos orientations stratégiques et la nécessité de poursuivre le travail de transformation et de développement.

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT



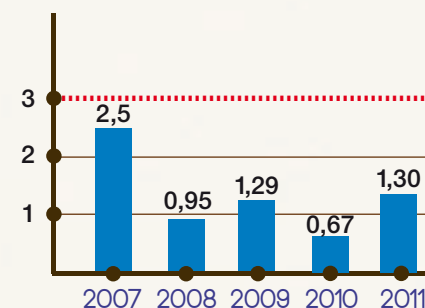
Il s'agit du chiffre d'affaires moins les coûts de production, commerciaux, administratifs et de structure. En nette amélioration, le résultat opérationnel courant atteint 59,1 millions d'euros contre 40,6 millions en 2010. La meilleure performance du Groupe depuis l'an 2000. Toutes les zones géographiques y ont contribué. La France et les États-Unis en poursuivant leur redressement ; les pays émergents en accroissant leur rentabilité.

Le Groupe espère donc atteindre son objectif de 80 millions d'euros de résultat opérationnel à l'horizon 2014.

RATIO D'ENDETTEMENT

Le ratio dette nette sur EBITDA s'élève cette année à 1,3 contre 0,67 en 2010, un chiffre qui exprime une hausse d'endettement du Groupe. Celle-ci s'explique par les investissements industriels engagés en 2011 pour un total de 120 millions d'euros. 59 millions en France, 11 millions en Amérique du Nord et 50 millions à l'International (dont la mise en service du four RAK4 aux Émirats Arabes Unis).

Le ratio dette nette sur EBITDA, c'est la capacité d'une entreprise à générer du cash avant la prise en compte des investissements et charges financières exceptionnelles, et donc, sa capacité à rembourser cette dette. Pour un ratio inférieur à 3, on considère que la situation de l'entreprise est saine.

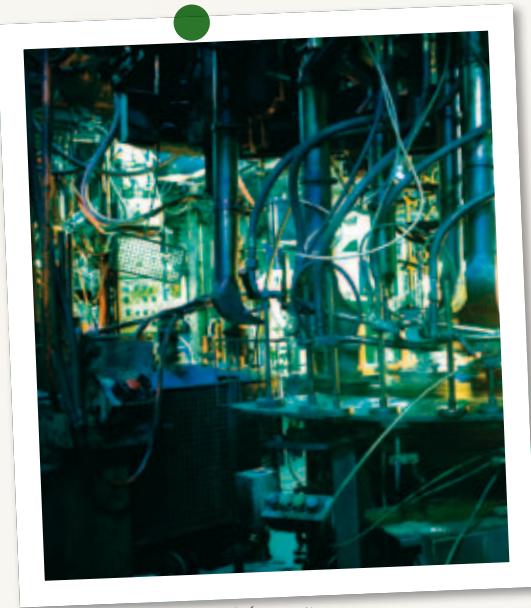


Pour un Groupe qui produit et distribue dans le monde entier, quoi de plus naturel que l'environnement. À chaque niveau de l'entreprise et à tous les stades de la réflexion, l'environnement a sa place.

ENVIRONNEMENT

22

LES ÉCONOMIES D'ÉNERGIE AU CŒUR DU VERRE...



Fabrication

AIME : INSTALLATIONS SOLAIRES

La fusion du verre est naturellement consommatrice d'énergie. Elle est au cœur de notre industrie, et donc de nos préoccupations. Nous menons sur chaque site un travail minutieux de maîtrise et de réduction des différentes consommations d'énergie. Ces actions vont de la sensibilisation à l'optimisation de nos process.

Sur l'ensemble du Groupe, des résultats probants sont déjà visibles : 10% de réduction des émissions de CO2 entre 2010 et 2011.

En 2011, nous avons créé sur le site d'Arcues un groupe de travail dédié au suivi des économies d'énergie et articulé autour de 3 vecteurs : audit, sensibilisation et suivi. Concrètement, des actions ont déjà été systématisées comme le calorifugeage des points chauds ou la détection des fuites d'air comprimé. Des "référents énergie" ont été nommés dans les secteurs les plus sensibles. Ils assurent le suivi des installations, leur mise en fonctionnement et l'étude des résultats attendus, voire de leur optimisation si besoin. Sur les autres sites d'Arc International, les bonnes pratiques sont également suivies, dirigées par les équipes de maintenance et de fabrication.

L'usine d'AIME, aux Emirats Arabes Unis, développe de plus en plus l'énergie solaire. Une première installation a vu le jour en 2010, puis une deuxième en 2011 qui permet de chauffer l'eau sanitaire des habitations des salariés. Ce système solaire chauffe 12 000 litres d'eau par jour, économisant ainsi plus de 350 MWh par an. Par ailleurs, l'adaptation de la puissance électrique de certaines machines a, elle, fait gagner près de 1000 MWh par an.



Photo : Velmurugan Ambazhagan

23

DÉCHETS



Tri sélectif

En 2011, l'optimisation du traitement des déchets s'est articulée autour de 2 axes forts : la sensibilisation aux bonnes pratiques et la réduction à la source. L'intégration des bonnes pratiques est un sujet sensible car il implique des changements d'habitudes et pose des questions précises dans le fonctionnement quotidien. Malgré cela, des gestes simples comme le tri sélectif ou la réduction d'impression ont été rapidement adoptés, par tous et sur tous les sites.

Les actions se mènent sur tous les fronts, aussi bien dans la partie administrative que dans la partie production. Ainsi, les déchets issus du fonctionnement des usines font l'objet d'un suivi particulier. Il vise à en réduire la production et à en améliorer le traitement et ce, dès la phase de tri. Ces pratiques, devenues courantes en Europe, se développent progressivement sur tous les sites. À Arques, la gestion et la revalorisation des déchets, auparavant réalisées en interne, ont été confiées en 2011 à deux prestataires extérieurs : GSF et Séché Environnement. Leur expertise nous fait entrevoir de nouvelles filières de revalorisation dont nous reparlerons bientôt ici...

L'EAU, ÉLÉMENT SENSIBLE

Photo : Caroline Robert



Épargner cet élément vital est devenu un objectif naturel dans tous les esprits. Mais le sujet hydraulique se conçoit différemment dans le New Jersey, le Nord de la France ou aux Émirats Arabes Unis... La pression exercée par les besoins en eau des entreprises n'est pas ressentie de la même manière. Néanmoins, Arc International a entrepris une sensibilisation globale à cette problématique, dont les résultats sont déjà assez éloquentes : entre 2010 et 2011, la consommation d'eau liée à la fabrication du verre a diminué de 20%. Un chiffre d'ores et déjà important qui encourage à poursuivre les efforts...



Dispositif de traitement de l'eau - AIME

LE GROISIL



Photo : Gonzage Lacroix

La fabrication du verre a ses déchets particuliers, réunis sous l'appellation de groisil.

Il en existe 3 types :

- le groisil transparent, qui est recyclé à 100% en interne, et qui représente plus de 85 000 tonnes par an.
- le groisil dit coloré, c'est-à-dire soit coloré dans la masse, soit décoré en surface. Celui-ci nécessite un traitement préalable à son recyclage. Ce traitement génère des contraintes indispensables pour garantir à la fois la qualité de notre verre et la longévité de nos fours.
- le groisil issu de la fabrication de verres spéciaux.

Mis en place en 2011, le tri sélectif du groisil coloré a nécessité un long travail de sensibilisation des collaborateurs d'Arc International France. En effet, le groisil coloré était en partie recyclé mais en cas de tri difficile, il était mis en décharge ou revendu pour être recyclé en fibre de verre.

Aujourd'hui, le groisil coloré a gagné ses lettres de "déchet noble". Recyclé à 34% en 2008, il l'est aujourd'hui à plus de 69%. Soit plus de 20 000 tonnes de groisil coloré recyclé cette année.

Les gains sont multiples : diminution des matières premières utilisées, suppression des transports voués au traitement externe, augmentation du recyclage.

Au total, Arc International recycle plus de 93% de son groisil.



Tri sélectif groisil

L'ÉTAIN

Acteur principal dans la finition de nos articles, l'étain est un métal qui retient toute notre attention. En trois ans, Arc International a réussi à maîtriser et à baisser de 37% sa consommation dans les processus de fabrication. Une économie de plusieurs tonnes d'étain au total obtenue par des optimisations de process à chaque étape de la fabrication. La préservation des ressources naturelles passe également par cette meilleure maîtrise de nos consommations.

R&D DURABLE

Moteur stratégique d’Arc International, le département Recherche et Développement ne cesse de se réinventer. Ce service prend en compte tous les impacts envisageables de chaque projet dès sa maturation. Des impacts aussi divers que l’environnement ou le social... En 2011, une grille complète des impacts a été créée. Elle se déroule en deux temps :

- 1- l’analyse des impacts
- 2- leur optimisation

Questionnaire Développement Durable - Projets R&D
(A joindre au dossier Projets R&D et en cas d'impacts importants
contacter Caroline Barbier - ☎8401- développement durable- ou transmettre une copie)

Nom du projet:		Code:		
Chef de projet:		Date:		
Axes	Description	Impacts		Commentaires (description, chiffrage, subventions, labels...)
		Positifs	Négatifs	
Environnement				
	Energie (consommation, durabilité, énergie renouvelable)			
	Consommation d'eau			
	Matières 1ères (consommation et durabilité)			
	Recyclabilité article et packaging			
	Emissions de CO2 ou particules, Rejets (eau, air)			
	Utilisation de l'énergie et déchets générés par la fabrication			
Ressources humaines				
	Sécurité du personnel			
	Conditions de travail (bruit, odeur, TMS)			
	Santé du personnel			
	Développement des compétences			
Consommateurs				
	Santé et sécurité			
	Confort d'utilisation (ergonomie, adapté à une population particulière, entretien)			
	Résistance, durabilité			
Communautés				
	Création d'emplois internes ou locaux			
	Partenariat avec des prestataires locaux			
	Partenariat avec des universités, centres de recherche, pôles de compétitivité			

FEDER



La R&D (Recherche et Développement) signée Arc International s’articule autour de l’amélioration des propriétés du verre et des process de fabrication. L’objectif est double : optimiser l’efficacité des process de fabrication tout en limitant leur impact environnemental.

Dans cette optique est né le projet DEMIVER (Développement d’une Moulerie Innovante pour la VERrierie), en partenariat avec Holophane, Bodycote et le CNRS, financé en partie par l’Union Européenne à travers le fonds FEDER. Ce projet entraîne une large réflexion autour de la moulerie: utilisation modérée des matières premières, longévité maximisée des moules, diminution du nickelage et du poteyage dans les process.

La réduction des impacts sur l’environnement passe également par l’amélioration des rejets. Ainsi, des actions préventives peuvent être menées pour réduire les émissions à la source. Une meilleure maîtrise de la combustion améliore notre impact environnemental. Ces mesures préventives sont accompagnées d’actions telles que la pose de filtres spécifiques.



Color Vibrance, décor organique

D’autres projets, comme l’optimisation du poids des articles et leur répercussion sur l’environnement ont vu le jour. Un projet porteur qui a déjà généré des impacts positifs en termes de matières premières tout en conservant les qualités esthétiques et résistantes des articles.

Enfin, des axes de travail s’organisent comme les décors organiques, sans métaux lourds et cuits à basse température (200°C au lieu de 600°C). Plusieurs unités de fabrication travaillent déjà sur cette nouvelle génération de décors qui limitera les impacts environnementaux tout en augmentant la luminosité et le rendu des couleurs. Un double avantage que les consommateurs pourront apprécier...

ECO-CONCEPTION



Pyrex® est une marque dûment enregistrée appartenant à Corning Inc. et utilisée sous licence.

Dans le cadre de son projet Cook n'Care, Arc International Cookware (AIC) a lancé une grande étude sur le cycle de vie de ses produits. AIC propose des articles en verre mais aussi en silicone ou en aluminium. Autant de matières diverses qui demandent des analyses aussi différentes que particulières comme les émissions de gaz à effet de serre, la consommation d'eau ou encore les ressources naturelles.

Le projet lancé va se concentrer sur les analyses de cycle de vie des différentes matières et leur empreinte environnementale avant de se poursuivre avec des analyses de cycle de vie des produits. À suivre donc...



Articles Pyrex

EMBALLAGES

Dans une verrerie encore plus qu'ailleurs, on ne peut concevoir un produit sans emballage. Agréable à l'œil et indispensable au marketing, il est d'abord pour nous un élément de protection indispensable.

Chez Arc International, les emballages sont majoritairement en carton, donc issus du recyclage, et par essence, écologiques. L'idée d'en réduire l'impact sur l'environnement relève donc du challenge ! Car la robustesse packaging représente un point non négociable. L'éco-conception des emballages d'Arc International passe donc par d'autres biais : suppression des films polyéthylène et polypropylène, optimisation des ratios produits/emballage, épaisseur réduite du carton...

Autant d'actions qui, mises bout à bout, réduisent l'empreinte carbone du Groupe.

ISO 14001



AIC : Certification ISO 14001

À l'automne 2011, le site chinois Arc Glassware Nanjing (AGN) a renouvelé sa certification ISO 14 001. Ce renouvellement est un signe fort pour nos clients asiatiques de plus en plus sensibles à l'environnement.

Dans le même temps, c'est le site de Châteauroux (France) qui obtenait sa première certification ISO 14 001. Un succès qui couronne une démarche globale menée depuis un an par toute l'entreprise. L'audit a mis en lumière des points forts, tels que la formation interne au travail, la prise en compte des enjeux environnementaux, la propreté du site, le développement de la rentabilité. Il a pointé également des axes de progression, notamment dus à la jeunesse du processus de management de l'environnement. AIC a d'ores et déjà inscrit ces améliorations à son plan d'actions.

AIF : SUPPRESSION DES GOBELETS EN PLASTIQUE

Les bureaux du site d'Arques ont lancé un test grandeur nature : la suppression des gobelets en plastique au niveau des fontaines à eau. Ils ont été remplacés par des verres "maison" et un système de nettoyage qui garantit une hygiène parfaite

aux collaborateurs. La qualité des verres est prévue pour le chaud comme le froid. De l'avis de tous, la sensation du verre est bien plus agréable et chacun apprécie le gain écologique réalisé. Fort de cette première expérience réussie, Arc International France généralisera cette mesure sur l'ensemble des bâtiments administratifs en 2012.



Photo : Muriel Ridet

TIMBRES VERTS



Lancé en octobre 2011 par La Poste française, le Timbre Vert a immédiatement été adopté par Arc International France et Arc International Cookware. Ce type d'affranchissement garantit un impact moindre sur l'environnement notamment en n'empruntant pas l'avion. Un geste simple pour réduire nos émissions de gaz à effet de serre...

Un petit coup de pouce à la nature !

TRI ET RECYCLAGE
DES MATIÈRES
PLASTIQUES
TONNES DE PLASTIQUE

	2008	2009	2010	2011
Europe	688	660	553	516
International	186	191	211	235
Amériques	0	0	0	0
TOTAL	875	851	765	751
2008/2011				-16,49 %

TRI ET RECYCLAGE
DU PAPIER
TONNES DE PAPIER

	2008	2009	2010	2011
Europe	8662	6420	8126	6883
International	851	847	915	1051
Amériques	836	828	448	529
TOTAL	10348	8095	9488	8436
2008/2011				-18,22 %

TRI ET RECYCLAGE
DES MÉTAUX
TONNES DE MÉTAL

	2008	2009	2010	2011
Europe	2936	1464	1660	2704
International	119	123	120	144
Amériques	183	22	12	117
TOTAL	3238	1609	1792	2965
2008/2011				-9,20 %

En 2011 par rapport à 2008, nous pouvons voir une baisse sur l'ensemble de la production des principaux déchets recyclables que sont les métaux, le papier/carton et les plastiques. Cette baisse indique une réelle prise en compte de la production des déchets et ce dès la source. Des actions comme la réduction de la quantité des emballages ou des impressions commencent à montrer de réels résultats. Toutefois, la production de déchets métalliques reste très dépendante de l'activité des fours et notamment de leur démontage d'où une augmentation pour l'Europe et principalement le site d'Arques qui a démonté des installations et reconstruit des fours en 2011.



EMISSION DE CO²
TONNE DE CO² ÉMISE / TONNE
DE VERRE PRODUITE

	2008	2009	2010	2011
Europe	1,03	1,09	1,17	0,90
International	1,62	1,28	1,35	1,35
Amériques	1,11	1,15	1,19	1,18
GROUPE	1,25	1,17	1,23	1,06
2008/2011				-15,50 %

En 2011, les émissions de CO2 ont largement diminué sur l'ensemble du Groupe pour atteindre -15,5% par rapport à 2008. La baisse est très nette en Europe et plus sensible sur les autres divisions. Les actions notamment énergétiques entamées dans chaque unité commencent à porter leurs fruits.

CONSOMMATION D'EAU
M³ D'EAU PAR TONNE
DE VERRE PRODUITE

	2008	2009	2010	2011
Europe	7,50	8,28	7,70	5,76
International	4,07	4,79	4,72	4,34
Amériques	4,21	5,70	5,72	5,94
GROUPE	6,29	6,96	6,67	5,38
2008/2011				-14,58 %

Pour la 2ème année consécutive, la consommation d'eau a diminué pour atteindre -15% par rapport à 2008. La baisse la plus significative se situe en Europe mais la Division International a également progressé. Cette diminution est particulièrement importante car ramenée à production équivalente ce sont 1 000 000 m3 d'eau économisée en 2011 par rapport à 2008.



Un Groupe, c'est un savoir-faire, de l'économie, mais surtout des femmes et des hommes qui y travaillent. La dimension sociale a toujours été au cœur du Groupe et continue d'être moteur dans tous nos projets.

SOCIAL

A SAFE ARC TOGETHER

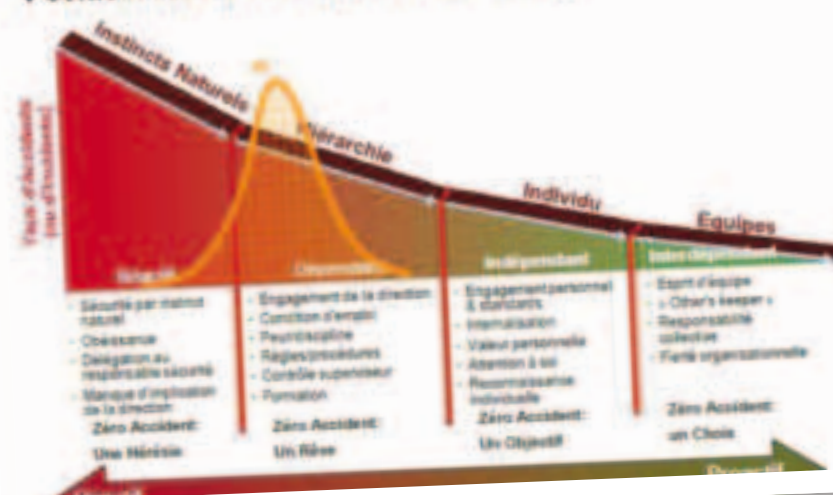


La sécurité est un point essentiel de la politique du Groupe. Toutefois, l'étendue des sites et les différentes cultures en font un sujet particulièrement sensible. A «Safe Arc Together» est un projet à l'envergure du Groupe, qui concerne l'ensemble des sites de production. Il vise à améliorer la prise en compte de la sécurité et à diviser par 2 le taux de fréquence des accidents avec arrêt. Arc International s'est fait accompagner sur ce projet par le Groupe DuPont qui a réalisé des audits précis dans tous les sites. Ces audits ont permis de placer chaque entité sur la courbe de Bradley, un outil de mesure dédié à la sécurité et à la santé en entreprise. Elle mesure sur 4 niveaux les rapports entre fréquence des accidents du travail et implication des salariés dans ce sujet. Elle montre clairement que plus la sécurité est un souci majeur partagé par tous, plus les chiffres d'accidents diminuent.

Les équipes ont ensuite défini une vision stratégique et une feuille de route. Elle est basée sur le leadership, l'organisation, les processus et les actions. Enfin, chaque filiale a déterminé son plan d'actions.

Depuis le début 2012, des formations sont dispensées aux managers opérationnels à tous les niveaux. Elles se poursuivront et s'étendront au cours des années 2012 et 2013.

Positionnement sur la Courbe de Bradley



Courbe de Bradley

AIF : LA SÉCURITÉ S'INVITE DANS LES ACCORDS D'INTÉRESSEMENT D'ARC INTERNATIONAL FRANCE

La situation financière s'étant améliorée en 2011, les salariés ont perçu un intéressement en 2012. Pour cela, un nouvel accord a été signé, qui ajoute aux critères économiques un indicateur de sécurité. De fait, une majoration de l'enveloppe dédiée à l'intéressement pourra être décidée selon l'atteinte de l'objectif lié à la fréquence des faits accidentels. Ce choix symbolique d'un indicateur sécurité renforce l'importance qui est donnée à la prévention et au suivi dans ce domaine.

Photo : Gireesh Kumar

« Dès nos premiers échanges avec ARC International, l'équipe dirigeante nous a impressionné par sa détermination à vouloir atteindre une cible fixée, formalisée et ambitieuse en sécurité.

Portée par une volonté de rupture, la démarche lancée par ARC International se veut globale, structurante et pérenne.

Lors de nos premières missions terrain, nous avons pu observer de nombreuses bonnes pratiques, une envie des managers de se développer en sécurité, mais aussi la nécessité de relever et d'uniformiser les niveaux d'exigence actuels afin d'éviter tous les accidents.

La démarche d'évolution de la Culture Sécurité au sein du groupe ARC International est passionnante mais complexe et doit s'inscrire dans la durée ; au-delà des outils et processus à développer, le changement essentiel portera sur les attitudes, perceptions et modes de pensées des personnes et des équipes.

Dans un contexte économique exigeant, le défi essentiel consistera à maintenir dans le temps le leadership des équipes de Direction et d'encadrement, à assurer la visibilité du changement et à reconnaître les efforts et progrès réalisés ; ce sont les clés du succès du projet « A Safe Arc Together »



TÉMOIGNAGE
THIERRY PIEL
CONSULTANT- ACCOUNT
MANAGER, DUPONT
SUSTAINABLE SOLUTIONS,
DUPONT DE NEMOURS
FRANCE

NOUVEL ÉTIQUETAGE SÉCURITÉ

Un nouveau système de classification et d'étiquetage des produits chimiques a été élaboré au niveau international, c'est le Système Général Harmonisé (SGH). Ses recommandations sont relayées en Europe par le CLP (Classification, Labelling and Packaging) qui a préconisé de nouvelles règles. D'ici 2017, toutes les étiquettes auront été modifiées et actualisées.

Chacun devra se les approprier et les comprendre : vocabulaire, définitions des dangers, pictogrammes, informations... Il faut dès aujourd'hui s'y préparer. Car lire et comprendre l'étiquette avant de manipuler un produit chimique, c'est déjà se protéger.

En mars 2011, un grand Quizz Sécurité a été lancé auprès du personnel sur ce thème des étiquetages. À travers un questionnaire-jeu, les salariés ont pu tester leurs connaissances sur les produits dangereux utilisés tant dans le milieu professionnel que domestique. S'en est suivi un programme de formations dispensé par la Direction Sécurité Environnement au personnel concerné. Une approche ludique et pédagogique qui a été très bien perçue et a rencontré un franc succès.



Étiquetage sécurité

AIF : EQUIPEMENTS DE PROTECTION INDIVIDUELLE



Distributeur EPI

Le site d'Arques a mis en place un nouveau système de distribution automatique des Equipements de Protection Individuelle (EPI). Les métiers de l'entreprise sont différents et un type de mission requiert une protection spécifique. Chaque collaborateur a reçu un badge encodé en fonction de son métier. En l'actionnant, le collaborateur dispose automatiquement des équipements spécifiques dont il a besoin, évitant ainsi les risques d'erreur. Chacun porte la protection adéquate et en devient responsable. Ce système génère également une meilleure gestion des stocks d'EPI.

SÉCURITÉ RENFORCÉE AU JAPON



Kit d'urgence

Suite au tsunami de mars 2011, Arc International Japan a instauré des actions énergétiques comme la réduction des consommations d'électricité et solidaires mais également sociales. Les salariés disposent désormais de kits d'urgence dans tous les bureaux. Ces kits de survie contiennent casque, nourriture et eau pour quelques jours. D'autre part, les procédures d'urgence et la liste des contacts ont été revues afin de faciliter leur accès et leur utilisation.

AIF : DES ENGIN DE MANUTENTION AUTOMATIQUES DANS LES CHAMBRES D'ARCHES

Les chambres d'arches servent à la finition et à l'emballage des articles. Certaines d'entre elles ont été équipées d'AGV (Automatic Guided Vehicles). Ces chariots de manutention sans conducteur sont munis de détecteurs ; ils suivent un chemin pré-tracé au sol et s'arrêtent au moindre obstacle, évitant ainsi toute collision avec des piétons. Leur mise en place a pour but d'améliorer la productivité tout autant que la sécurité des collaborateurs travaillant autour des zones de manutention. Les aires de circulation des AGV doivent être propres, rangées et exemptes de matériaux divers (morceaux de carton, de bois...). Ces exigences de fonctionnement impliquent une vigilance accrue qui rend ces zones plus sûres pour le personnel.

AIF : ERGONOMIE



Formation PRAP

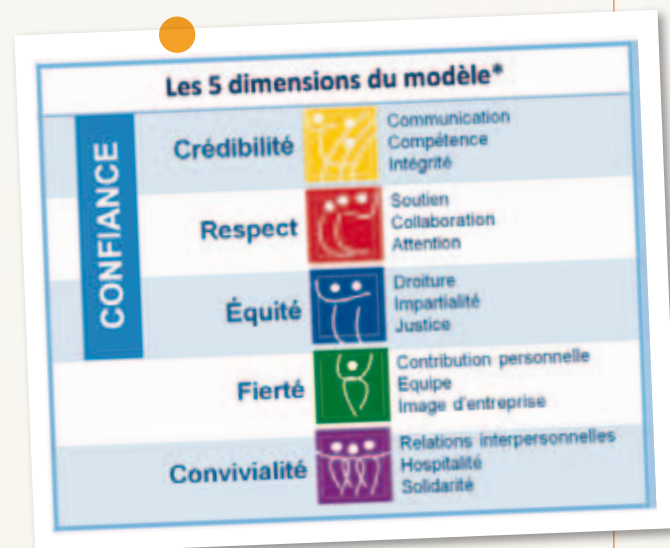
Sur le site d'Arques, l'ergonomie est bien ancrée dans les pratiques. Deux ergonomes y travaillent à temps plein, dans le cadre de projets définis ou à la demande. Certains services font appel à eux pour le renouvellement de matériel. Chaque remplacement se fera dorénavant au profit d'un matériel ergonomique et adapté (outillage, engins de manutention, process de fabrication ou matériel de bureau).

Dans de nombreux chantiers d'amélioration des lignes de production, l'ergonome est intégré dès le départ du projet. Il apporte alors une vision différente du poste de travail. Les contraintes ergonomiques énoncées dès la phase de réflexion sont ainsi plus aisées à mettre en place. Citons quelques exemples : remplacement de 80% des sièges de la moulure, développement du polissage automatique des moules (réduction de l'exposition aux poussières et des gestes répétitifs des salariés), automatisation de certains postes de travail comme la palettisation des articles ou le transfert des moules vers les machines.

Les formations PRAP (Prévention des Risques liés à l'Activité Physique) sont également développées. En 2011, 500 personnes de plus ont été formées à ces bonnes pratiques.

L'environnement industriel peut induire des conditions de travail difficiles et notamment le bruit. Ainsi, des études sur le bruit en zone de production, réalisées en 2011, ont abouti à des solutions concrètes : diminution d'intensité et meilleure absorption. Des actions sur les opérations les plus bruyantes ont été menées, comme l'insonorisation des berlines de casse des rebuts de production ou la diminution du volume sonore des alarmes machines. Grâce à ces résultats, des actions seront menées sur d'autres parties du process et étendues aux zones les plus bruyantes.

AIC : GREAT PLACE TO WORK®



Le modèle Great Place to Work® (GPTW), c'est une Charte de Confiance composée de 5 vecteurs : la crédibilité, le respect, l'équité, la fierté et la convivialité. Le salarié est au cœur de ce modèle. À travers lui, 3 relations-clés sont mises en lumière : avoir confiance dans son management, être fier de son travail, agir dans une atmosphère conviviale. D'après une enquête GPTW, 56% du personnel considèrent AIC comme une entreprise où il fait bon vivre. En 2011, des projets transversaux ont été menés : un séminaire de cohésion managériale, des ateliers et des enquêtes. Très impliqués, les participants ont fait de nombreuses suggestions dont la mise en place sera planifiée. Retenons également que la communication en est le thème majeur.

AIME : SYSTÈME DE RECONNAISSANCE DES BONNES PRATIQUES



Employée AIME

Dans le cadre du projet « Mieux vivre au travail », de nouvelles actions ont vu le jour en 2011. Parmi elles, on peut retenir les règles d'usage de la messagerie électronique et l'organisation des réunions. Certaines habitudes et comportements tels que l'envoi d'e-mails après 20h ou le week-end, l'organisation de réunions après 19h ou durant l'heure du déjeuner ont été particulièrement ciblés et les communications faites sur le sujet ont permis de rappeler les bonnes pratiques. D'autres thèmes comme l'amélioration des restaurants d'équipe et des espaces détente en production ont également été traités par ce groupe de travail. La prise des repas ou des pauses doit être associée à un moment de détente, et pour cela l'environnement de ces espaces est un point majeur.

Le système de remontée et de partage des bonnes pratiques du site d'Arc International Middle East (AIME), aux Émirats Arabes Unis, a été créé en janvier 2011 et il concerne tous les collaborateurs du site. Il est basé sur la sécurité, la qualité, la productivité mais aussi sur les économies d'énergie ou la réduction des déchets. Un comité se réunit tous les mois pour valider les suggestions et les inscrire au plan d'action. Après leur mise en place, et une fois les bénéfices attendus validés, le comité élit chaque mois la meilleure idée. Son auteur reçoit une récompense financière et fait l'objet d'un article dans la newsletter mensuelle du site.

Ce système permet de faire évoluer les pratiques et de s'améliorer, mais aussi de reconnaître le travail et les propositions faites par les salariés.

AIF : MIEUX VIVRE AU TRAVAIL



C&S
Chef & Sommelier

Flûte Open Up Arabesque

AIF : HANDICAP



Atelier du Lobel

Arc International France place l'insertion et le handicap au cœur de ses préoccupations depuis longtemps.

En parallèle, des réunions pluridisciplinaires ont été organisées, elles regroupent médecins du travail, ergonomes, managers et responsables ressources humaines. Des décisions comme l'adaptation du poste de travail ou le reclassement sont ainsi discutées et validées par tous, pour le mieux-être du salarié en situation de handicap.

Toutes ces actions permettent au site d'Arques de maintenir un taux d'emploi des personnes en situation de handicap largement au-dessus du minimum légal. Ainsi, ce nouveau dispositif concernait 8,14% des employés AIF en 2011.

AIF : ACCORDS SOCIAUX

- Égalité des chances dans le recrutement

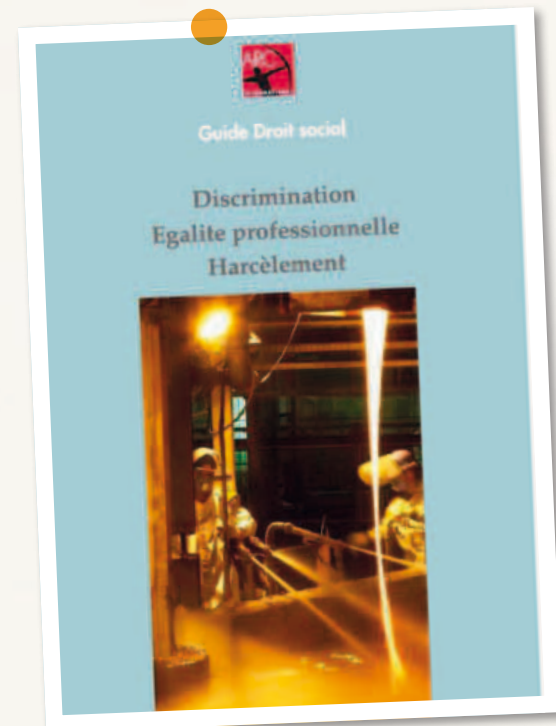
Arc International a édité un Guide de Droit Social sur la discrimination, l'égalité professionnelle et le harcèlement. Ce guide concerne les managers et les collaborateurs d'Arc International France. Il a pour but d'éclaircir les définitions et les notions, de rappeler les obligations et les engagements du Groupe dans ces domaines.

- Accord senior

AIF a signé un accord avec les syndicats sur la prévention de la pénibilité des seniors au travail. Une série d'actions a été définie : réduire les poly-expositions aux facteurs de pénibilité (bruit, températures extrêmes, horaires alternants), amélioration de l'ergonomie sur le poste de travail, développement des compétences et des qualifications, accès à la formation professionnelle. Enfin, un dernier volet sur le maintien en activité par reclassement interne a également été ratifié. Les objectifs chiffrés sont fixés à trois ans et un rapport annuel de suivi des résultats est prévu.

- Égalité Homme/Femme

Un rapport détaillé, réalisé fin 2010, a établi les taux de représentation et les répartitions hommes/femmes au sein de l'entreprise. Des disparités apparaissent dans les deux sens, dont certaines assez « naturelles », comme par exemple la faible présence des femmes à certains postes de travail notamment en production. Néanmoins, Arc International souhaite rétablir l'équilibre sur certains points : le rattrapage des salaires, le maintien des salaires pendant les congés maternité et paternité ou la flexibilité du temps de travail.



Livret discrimination

FORMATION



Les apprentis

AIF : Apprentissage : Bienvenue aux apprentis !

Le 6 février 2012, 10 apprentis sont arrivés pour préparer la Mention Complémentaire de conducteur de machines de verrerie. En alternance entre le Lycée Jacques Durand de Saint Omer et l'entreprise, ils seront chez nous pour une durée de 8 mois. Ils ont été accueillis par leurs maîtres d'apprentissage, recrutés sur la base du volontariat et formés spécialement à cette pratique. Ils les suivront dans leurs acquisitions, les évalueront et assureront la liaison avec le Lycée pendant toute cette période. Cette formation, qui n'était plus dispensée en interne depuis 2005, a été relancée en 2011. Sa préparation a été menée avec l'aide du service RH de l'entreprise. L'arrivée de ces apprentis montre l'implication de l'entreprise à préparer l'avenir.

Taux de formation

En France comme à l'étranger, la politique de Ressources Humaines d'Arc International encourage la formation des collaborateurs. Le taux de formation en France a atteint 3,41% en 2011. Très diverses, les formations permettent aux collaborateurs d'évoluer dans leur métier ou les aident à en changer, en interne comme en externe. De plus, l'évolution constante des process et des technologies nécessite des connaissances et des compétences régulièrement mises à jour.



Forum emploi

Sur le site d'Arques, la formation accompagne les collaborateurs désireux de changer de métier et d'entreprise pour optimiser leur employabilité à l'extérieur. L'ensemble du Groupe mise sur le développement des compétences techniques des salariés de production. Programmes de formation et partages des connaissances appuient cette politique.

SITE D'ARQUES



Espace Emploi-Mobilité

Le site d'Arques a connu des années difficiles, notamment en 2004 et 2009. Une évolution notable était nécessaire, ainsi que des mesures innovantes et efficaces pour accompagner les salariés dans ce tournant. Revenons ici sur 2 mesures phares, l'une consacrée aux salariés du site et l'autre dédiée au territoire. Elles reflètent toutes deux la volonté d'Arc International d'être acteur de son plan de revitalisation.

- Mesures consacrées aux salariés :

Un Espace Emploi-Mobilité a été créé en interne et ainsi ce sont 3 salariés, à plein temps, qui ont pris en charge l'accompagnement des collaborateurs du site d'Arques souhaitant évoluer vers d'autres métiers ou entreprises. Le travail s'est fait en partenariat étroit avec nos partenaires notamment l'AFPA (Association nationale pour la Formation Professionnelle des Adultes) et la Direction du travail. Un diagnostic collectif employabilité/GPEC territoriale a été mené sur le bassin de Saint Omer afin de mieux cibler les métiers dans lesquels il y avait de la demande.

Le service formation a également joué un rôle important en apportant son expertise et en accompagnant les collaborateurs dans leur recherche de formations les plus adaptées.

Ainsi, entre 2004 et 2011, 1272 collaborateurs ont été accompagnés dans leurs démarches, 1 211 000 heures de formation ont été dispensées, 1248 congés individuels de formation ont été accordés, et 452 validations des acquis par l'expérience ont été accomplies.

L'Espace Emploi/Mobilité a également organisé de 2009 à 2011, plus de 23 forums des métiers et du recrutement au sein de l'entreprise. Ces forums ont permis aux salariés de se renseigner sur de potentielles opportunités auprès d'entreprises qui recrutent ou de professionnels sur les métiers et ce sur le site même de l'entreprise.

Pour accompagner le changement et répondre aux inquiétudes des collaborateurs, le projet «Mieux vivre au travail» a su apporter des réponses et des actions concrètes pour soutenir les salariés restant sur le site (voir page 37).

- Mesures dédiées au territoire :

Arc International s'est engagé activement aux côtés des acteurs politiques et économiques pour la revitalisation du Pays de Saint-Omer.

Depuis 2005, Arc International a consacré 2 personnes et un budget de près de 10 millions d'euros à cette revitalisation et à la création de nouveaux emplois.

Depuis 2005 et jusqu'à 2013, 3 conventions de revitalisation ont été signées. Elles concernent 21 entreprises qui ont créé directement 1100 emplois. Des projets sont encore en cours et pourraient donner le jour à 500 à 600 emplois.



Trophée AFPA

D'autre part des activités ont été externalisées tel que l'entretien des locaux ou la maintenance du matériel roulant. Ces externalisations se sont faites dans le respect de nos valeurs et de la charte sociale signée en 2004 et ont permis de maintenir 250 emplois mais également d'en créer d'autres indirectement par le biais du développement de l'activité de ces prestataires dans la région.

Une action, assez innovante, a été le concours Créativallée qui a récompensé les entrepreneurs créateurs d'emplois. Ce concours a permis de mettre à l'honneur la vitalité du Pays de Saint Omer.

Arc International France a mis également à disposition des nouvelles entreprises souhaitant s'installer sur le territoire de l'immobilier industriel, les compétences techniques ou ressources humaines internes afin de faciliter leur implantation. Nous pouvons par exemple citer : Saverglass (320 emplois), Arvato (420 emplois), Transgourmet (140 emplois).

Les résultats 2011 du site d'Arques sont très encourageants : retour de la profitabilité et production en hausse de 10 %. Les investissements réalisés, à hauteur de 59 millions d'Euros (sur 120 millions d'Euros au niveau du Groupe) ont permis de maintenir le site et de le monter en performance. C'est la preuve du maintien possible d'une industrie en France.



Photo : Richard Dubois

RÉPARTITION DES EFFECTIFS

PAR ZONE AU 31/12/2011

	2010	2011
Europe	7695	7275
International	2815	3217
Amériques	1028	1003

Les effectifs du groupe ont peu évolué en 2011 par rapport à 2010. Les effectifs Europe ont continué à diminuer notamment avec le plan de départ volontaire aidé chez AIF. L'ouverture d'un nouveau four dans l'usine d'AIME aux Emirats Arabes Unis a nécessité un renforcement des équipes.

	2008	2009	2010	2011
AIF Formation en %	4,89	3,47	3,71	3,41
Taux légal en France	1,60 %	1,60 %	1,60 %	1,60 %

Les investissements en formation se sont poursuivis en France pour atteindre cette année encore un taux important de 3,41% contre les 1,6% réglementaires.

	2008	2009	2010	2011
Europe	12,34	8,34	10,13	9,88
International	9,13	9,22	9,57	8,64
Amériques	13,23	5,91	4,33	1,91

	2008	2009	2010	2011
Europe	0,44	0,50	0,40	0,43
International	0,07	0,11	0,13	0,12
Amériques	0,36	0,31	0,27	0,18

L'année 2011 est encourageante au niveau de la sécurité. Les taux de fréquence et de gravité sont en baisse dans l'ensemble des unités. Ces résultats 2011 sont une bonne base au projet «Safe Arc Together».

HANDICAP

EMPLOI DES PERSONNES EN
SITUATION DE HANDICAP
EN FRANCE

	2008	2009	2010	2011
Taux d'emploi	7,80 %	7,82 %	7,30 %	8,14 %
Taux légal en France	6 %	6 %	6 %	6 %

La prise en compte du handicap reste une priorité et différentes actions pour intégrer ou maintenir en poste de travail des personnes en situation de handicap portent leurs fruits comme en témoigne le taux d'emploi de 8,14%

ATELIER DU LOBEL

	2008	2009	2010	2011
Effectifs	38	41	41	40
Encadrants	5	5	5	6
Nb de personnes sorties avec succès	36	36	38	38
Nb de personnes ayant obtenu le CACES		3	0	1

En 2011, il n'y a pas eu de sorties de personnes de l'atelier. Les formations au CACES, permettant ainsi aux travailleurs handicapés d'exercer le métier de cariste et donc de développer leur employabilité. 1 personne de plus a obtenu ce permis, ce qui porte à 4 le nombre de CACES obtenus depuis 2009.

ATELIER DE LA BRIQUETERIE

	2008	2009	2010	2011
Effectifs	20	19	22	23
Encadrants	3	3	4	4
% de personnes réintégrées en entreprise	67 %	50 %	50 %	67 %

En 2011, l'atelier de la Briqueterie a vu son taux de sortie avec succès s'améliorer sensiblement puisqu'il a atteint 67%. Ainsi ce sont 6 jeunes sur 9 qui ont pu quitter l'atelier avec un CDI ou un CDD signé

EMPLOI DES SENIORS

	2008	2009	2010	2011
Salariés actifs de plus de 55 ans	18	15	15	73
Taux d'emploi	0,24 %	0,21 %	0,23 %	1,21 %

Dans l'accord sénior conclu pour les années 2010 à 2012, Arc International France s'engage à doubler le taux d'emploi des salariés de plus de 55 ans. En 2011, le taux d'emploi est de 1,21%.

Arc International est un leader commercial et économique mais le Groupe voit plus loin... En s'investissant dans des actions de partage et de solidarité, Arc International reste fidèle à ses valeurs et signe aussi sa singularité.

COMMUNAUTÉ



Photo : Alexandre Daniel



A BRITISH PINT, PLEASE !



Depuis juin 2011, Arc International s'invite dans les pubs anglais...

Courant 2010, le Gouvernement anglais a sollicité les services d'Arc International pour travailler sur un problème de santé publique : la dangerosité potentielle des verres à bière brisés lors des rixes à la sortie des pubs. En 2010, on dénombrait plus de 80 000 accidents dus aux éclats de verre qui deviennent de véritables armes létales.

Toujours enclin à relever les nouveaux défis technologiques, Arc International a travaillé le sujet en étroite collaboration avec une agence de design et un brasseur anglais.

Résultat : Ultimate Pint ! Un verre 5 fois plus résistant que la normale qui, en se brisant, génère des milliers de particules de verre non coupantes.

Pour l'obtenir, Arc International a concentré ses recherches sur la forme même du verre lors du processus de fabrication. Le process de «trempe» intègre une hausse sensible de la température interrompue brutalement afin de libérer les contraintes du matériau. Le verre ainsi obtenu est sans arrête et tout en rondeur.

Lancé en juin 2011 par Arcoroc sur le marché professionnel, Ultimate Pint tient aujourd'hui ses promesses, une gageure qui lui a valu les honneurs de la BBC en janvier 2012. D'autres pays comme l'Australie seraient d'ores et déjà intéressés par ce nouveau verre, séduits par sa technologie autant que par son design...



Arcoroc
PROFESSIONAL

ADSA : DONATIONS

EN AFRIQUE DU SUD, UN FAISCEAU DE GÉNÉROSITÉS

Arc Distribution South Africa (ADSA) a été sensible aux actions concrètes et efficaces de plusieurs associations réunies autour d'un même thème : aider les plus démunis. ADSA a fourni ces structures en services de table, modeste contribution à de belles et grandes idées...

CHILDHOOD CANCER FOUNDATION

En Afrique du Sud, de nombreux enfants sont touchés par le cancer. Childhood Cancer Foundation accueille dans ses maisons les familles d'enfants malades et les aide dans leurs démarches médicales tout en préservant l'unité familiale, facteur important dans la guérison de ces enfants.

LA FONDATION NKOSI HAVEN

Fondée par Gail Johnson, cette association récolte des fonds pour créer et maintenir des lieux communautaires ouverts aux personnes atteintes du sida.

STARS OF AFRICA FOOTBALL ACADEMY

Autour d'une passion commune, le football, des entrepreneurs sud africains ont créé cette Académie dont le but est de former et d'épauler les jeunes talents du football. Des enfants doués qu'il faut aider à vivre leur passion...

SOS VILLAGES D'ENFANTS

Membre de SOS-Kinderdorf International, la plus grande organisation privée mondiale à s'occuper du bien-être des enfants... À travers ce mouvement, ce sont plus de 200 000 enfants qui bénéficient d'une résidence d'accueil et de programmes éducatifs.

DIAMBARS FOOTBALL ACADEMY

Faire du football une force motrice de l'éducation. Cette association coopère avec le Gouvernement provincial de Gauteng et la Ville de Ekurhuleni pour offrir un programme éducatif aux enfants de la région. Environ 20% d'entre eux deviennent footballeurs.

SA FEDERATION FOR MENTAL HEALTH

Promouvoir et coordonner la prise en charge des personnes sujettes à des déficiences intellectuelles ou psychiatriques, tel est le but de cette Fédération pour l'amélioration de la santé mentale en Afrique du Sud.



Stars of Africa
Football Academy



SOS Villages d'enfants



Diambars Football Academy

« Beaucoup de personnes croient que les enfants n'ont pas de cancers et pourtant en Afrique du Sud, environ 1 enfant sur 600 développe une des différentes formes de cette maladie. Le pronostic des enfants diagnostiqués assez tôt et soignés dans un centre spécialisé est plutôt bon, environ 70%.

Mais en Afrique du Sud, il est estimé que seul 1 enfant sur 2 est diagnostiqué et parmi ceux-là trop le sont trop tard avec pour conséquence un pronostic très mauvais.

Un de nos projets est de mieux former le personnel des 1ers centres de santé au sujet des 1ers signes pour améliorer la détection et le traitement rapide des enfants.

Sans le soutien d'organisations comme Arc Distribution South Africa, nos projets ne pourraient aboutir. »



Childhood Cancer Foundation

TÉMOIGNAGE
BRENDA STEYN,
SECRÉTAIRE DE
L'ASSOCIATION
CHOC

MAISON RONALD MC DONALD

Le 22 mai 2011 avait lieu un grand nettoyage de printemps dans la Maison des Parents Ronald Mc Donald de Villejuif (France)

qui a également donné lieu à un relooking complet de cet espace de vie. Rappelons en préambule que les enfants hospitalisés à Villejuif viennent de toute la France et que, en plus de la maladie, l'éloignement est un facteur traumatisant pour chacun. L'idée de la Maison des Parents est simple : que les parents puissent séjourner près de leur enfant un certain temps, sans grever leur budget et dans des conditions chaleureuses. Créer un foyer, un centre de retrouvailles.... Le lieu est vaste, doté de véritables espaces de vie et d'échanges.

Et comme tout endroit vivant, la cuisine est le centre névralgique. Là où bat le cœur de la maison... Et c'est tout naturellement qu'Arc

International a apporté sa contribution. À la demande de la Fondation, Arc International a fourni les services de table et de cuisine Pyrex, gais et colorés pour équiper l'espace repas, et amener un peu de soleil avec des articles simples et faciles à vivre pour la confection des repas. Le 19 octobre 2011, la maison fêtait ses 20 ans et s'offrait une 2ème inauguration. Une belle aventure commune pour une grande idée qui verra peut-être le jour dans d'autres villes. Arc International suit le projet de près...



Maison des Parents
Ronald Mc Donald de Villejuif



Pueblo Corail de Luminarc

AIF : CAP'CITÉS



Photo : Alexandra Blyth

DESTOCKAGE ENTRE VOISINS

LE MANIFESTE POUR UNE CROISSANCE RESPONSABLE

En septembre 2011, l'association Cap'Cités a sensibilisé Arc International France (AIF) à son nouveau projet : l'ouverture d'un ClubHouse en plein cœur de Paris. Un lieu de vie créé avec et pour des personnes fragilisées psychologiquement. Dépression, accidents de la vie, troubles bipolaires ou addictions...

Des problèmes souvent mal soignés ou sous-estimés. Cap'Cités construit son action autour d'une idée simple : aider les membres du ClubHouse en s'appuyant sur leurs envies et non pas leurs faiblesses ; exploiter le potentiel de chacun pour l'aider à se surpasser. Une approche qui a largement séduit AIF... Le ClubHouse de Cap'Cités s'inspire d'un modèle américain fondé en 1948 à New York. Depuis, le concept de Fountain House s'est largement répandu dans le monde : on compte aujourd'hui plus de 300 maisons de ce genre pour 57 000 personnes accueillies chaque année. Soumises à des évaluations régulières, les maisons affichent des résultats probants. Le ClubHouse de Paris propose un lieu ouvert à la parole, à la prise en charge et à l'accompagnement professionnel.

AIF a concrétisé son aide en offrant la vaisselle nécessaire à la structure. Des services de table pour le partage des repas et l'équipement de cuisine pour la préparation culinaire, apprentissage vital de la ré-insertion.

le 5 décembre 2011, Arc International Cookware a organisé au siège de Villepinte un déstockage Pyrex au bénéfice de la Banque Alimentaire, réservé aux personnes travaillant autour de l'entreprise.

Le but de cette vente : faire de la place sur les étagères et participer tous ensemble à une action généreuse. Au de la journée, l'intégralité de la somme récoltée a été reversée à la Banque Alimentaire de Villepinte.

La même initiative a été organisée le 18 novembre à DGMC pour la Banque Alimentaire du New Jersey.

Arc International milite au sein de cette nouvelle Fondation qui fait la passerelle, en France, entre les écoles et les entreprises. Deux mondes souvent éloignés et qui gagnent à mieux se connaître. Les entreprises signataires du Manifeste proposent aux enseignants et aux conseillers d'orientation de tisser des relations durables et interactives afin de répondre ensemble aux besoins des jeunes qui entreront demain dans le monde du travail. Les entreprises s'engagent à ouvrir leurs portes pour partager les expériences réciproques et réfléchir aux solutions à apporter. Relations, formation, insertion... Une conviction pour relever les enjeux de notre société de demain.

Arc International fait partie des 100 premières entreprises à avoir signé ce manifeste lancé en 2011.

À PARIS, LES ÉCHANTILLONS AIDENT L'INSERTION



Atelier du Lobel

L'A.S.C.A.I., LE TÉLÉTHON ET LE HANDICAP



JAPON

Le siège parisien d'Arc International a inventé un nouveau mode de recyclage... En effet, les échantillons-produits de retour des salons professionnels ou des présentations de presse sont nombreux. Nos collègues ont donc imaginé et organisé des ventes intra-muros, ouvertes au personnel d'Arc International et des autres sociétés de l'immeuble. Elles ont lieu 2 à 3 fois par an. Celle de décembre 2011 a connu un franc succès. L'intégralité de la somme récoltée sera versée à l'Atelier du Lobel, une association créée et soutenue par Arc International. Cette association emploie et aide des personnes handicapées, sur Arques, à s'insérer dans le monde du travail (voir page 43).

... une longue histoire qui ne s'essouffle pas !

L'A.S.C.A.I., c'est l'Association Sportive créée en 1973 sur le site d'Arques et ouverte à tous : les salariés, leur famille, les retraités mais également tous les habitants des alentours. Résolument active, l'association multiplie les offres : sport, loisirs, vacances... le tout à des tarifs très privilégiés. L'A.S.C.A.I. compte à ce jour 30 activités, plus de 2000 adhérents et un beau bilan associatif. Depuis plusieurs années, l'A.S.C.A.I. s'associe tout naturellement et avec enthousiasme au Téléthon. L'édition 2011 a été riche en activités sportives et ludiques : démonstrations de zumba et de danse country, challenges basket ou courses de voitures télécommandées... tous les membres ont donné de leur personne pour relever le défi ! À l'arrivée, plus de 3000 euros récoltés et une journée 100% bonne humeur.

Par ailleurs, l'A.S.C.A.I. possède une session handisport dont la principale force est la mise à disposition d'un mini-bus ; les déplacements étant un problème majeur pour les sportifs handicapés. L'association finance entre autres ce mini-bus par une récolte de bouchons et l'organisation annuelle d'un Handithon.

Agir vite et à sa mesure...

Face à la tragédie de Fukushima le 11 mars 2011, le personnel d'Arc International France, États-Unis et Japon ont réagi unanimement. Une collecte interne a fait rapidement un don à la Croix Rouge américaine présente sur place. Dès le mois de juin, un container de 5000 services de table partait pour le Japon. Des services 19 pièces pour toute la famille comme sait les inventer Arc International, une autre façon d'aider les familles japonaises à reconstruire leur foyer...

NOTES

CONTACT

Caroline BARBIER
Responsable Développement Durable Corporate

Arc International
104 avenue du Général de Gaulle
Arques - France

Tél : +33 3 21 46 47 - GSM : + 33 6 50 69 1342

caroline.barbier@arc-intl.com



Pyrex® est une marque dûment enregistrée appartenant à Corning Inc. et utilisée sous licence.

