



Rapport **Arc International**  
**Développement Durable**

2009-2010





## Sommaire

- Malgré la crise, nous avons maintenu nos engagements ..... p. 5
- Placer le développement durable au cœur de la stratégie..... p. 6
- Faire des produits les vecteurs de la responsabilité d'entreprise..... p. 10
- Accélérer les transformations pour faire face à un environnement économique difficile ..... p. 16
- Proposer des solutions socialement responsables ..... p. 21
- Renforcer les relations avec les communautés ..... p. 30
- Respecter la planète ..... p. 32



## Chiffres-clés 2009

- Chiffre d'affaires : **1 Md d'euros**
- Résultat d'exploitation : **- 26 M d'euros**
- Une présence dans **160** pays
- **12 200 collaborateurs** dans le monde, dont 8 000 en France
- Plus de **100 ingénieurs** pour la Recherche et Développement
- Environ **5 millions d'articles** fabriqués chaque jour

## Profil

Arc International, l'Art de la Table 1825

Arc International emploie 12 200 collaborateurs dans le monde dont environ 8000 en France. Le Groupe, originaire d'Arques, dans le Pas-de-Calais, a réalisé un chiffre d'affaires de 1 milliard d'euros en 2009. 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/restauration à travers les marques de son portefeuille, Luminarc®, Arcoroc®, Cristal d'Arques® Paris, Pyrex®<sup>1</sup>, 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), 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 pour 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.

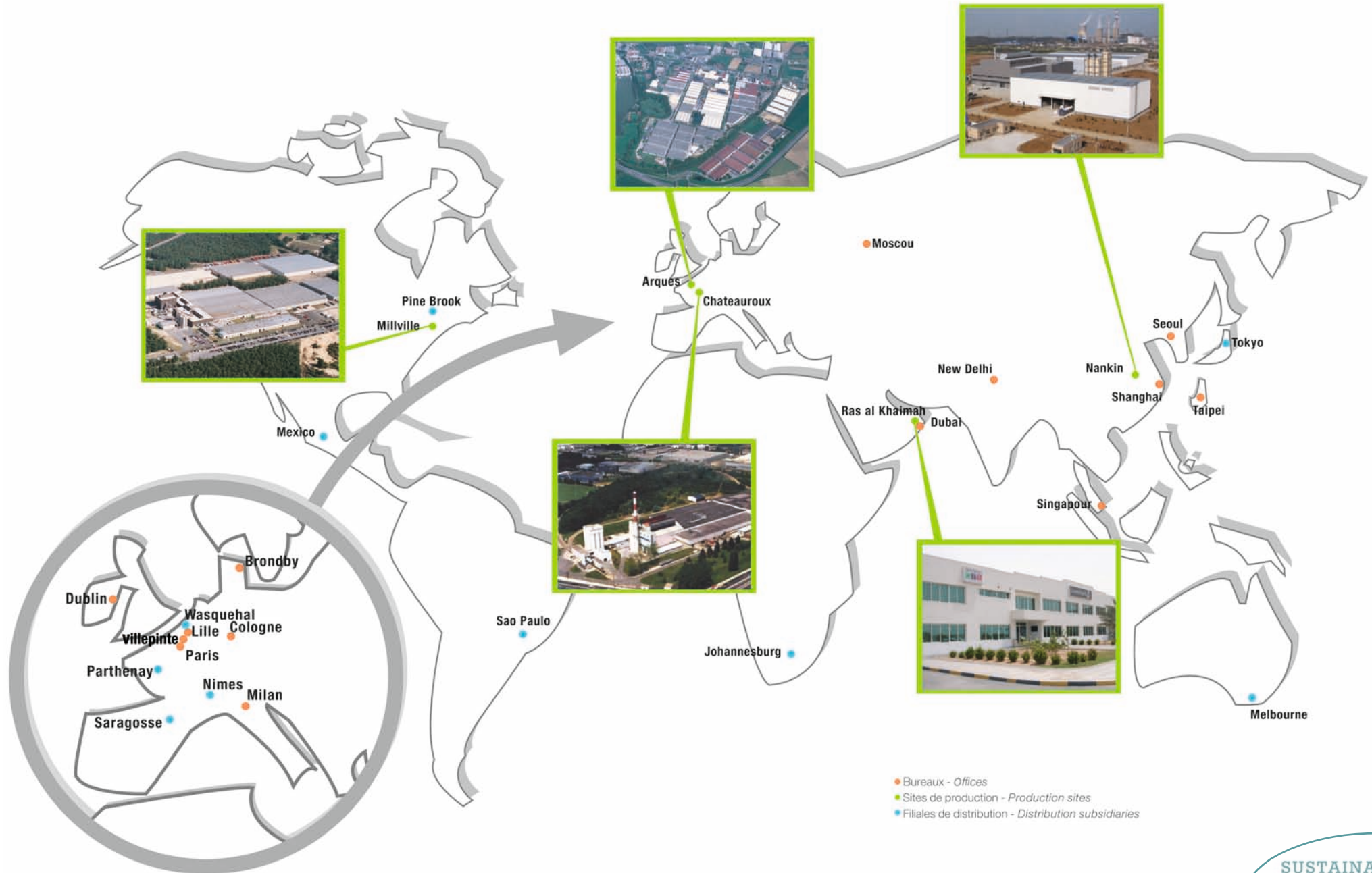
<sup>1</sup>Pyrex, propriété de Corning Inc. est exploitée par Arc International Cookware SAS sous licence exclusive en Europe, au Moyen Orient et en Afrique.



Chef & Sommelier

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









## « Malgré la crise, nous avons maintenu nos engagements »

Entretien avec Guillaume de Fougères, Président du Directoire

*Arc International a été fortement impacté par la crise mondiale...*

Comme prévu, le Groupe a affronté une année particulièrement difficile en 2009. Cela ne nous a pas empêchés de poursuivre notre stratégie et faire face à l'évolution des marchés mondiaux. Nous avons renforcé notre plan de transformation et notre programme d'adaptation conjoncturelle dans toutes nos unités, avec un engagement fort de nos équipes. En 2010, nous prévoyons une légère augmentation de notre chiffre d'affaires grâce à notre présence sur les marchés émergents. Nous mettons tout en œuvre pour que notre résultat d'exploitation revienne à l'équilibre ; c'est un impératif.

*Comment Arc International défend-il ses valeurs humaines historiques ?*

Elles constituent une priorité. Nous avons maintenu l'ensemble de nos engagements locaux, dont la pérennité de notre site d'Arques, et ce dans un contexte économique tendu. Ce creuset historique est indispensable pour le Groupe, tant par sa capacité industrielle que par son savoir-faire unique en Recherche & Développement. Nous avons mis en place avec les partenaires sociaux les conditions organisationnelles et sociales qui permettront d'assurer son avenir. Notre ambition est d'atteindre un équilibre durable et profitable entre les effectifs du site et les besoins des marchés européens à partir de fin 2011. Je suis confiant dans notre capacité collective à mener à bien ces évolutions exigeantes, dans le respect des valeurs du Groupe.

*Le Groupe a-t-il continué à investir en Recherche & Développement ?*

Nous avons respecté nos objectifs. Nous restons précurseurs sur notre marché, où nous avons maintenu notre position de leader mondial. Arc International sera ainsi armé pour profiter de la sortie de crise, lorsque celle-ci se produira. Au travers de nos produits, nous portons les valeurs des arts de la table à la française. Nous venons de mettre sur le marché deux nouveaux matériaux exceptionnels, le Diamax® et le Zenix®. Ils placent l'innovation au cœur de notre stratégie, au service de nos clients et des consommateurs.

*Comment le développement durable s'intègre-t-il au cœur de votre stratégie ?*

Notre volonté est d'offrir des produits esthétiques, résistants et accessibles, qui facilitent la vie quotidienne de nos clients partout dans le monde. Cela doit se faire dans le plus grand respect des hommes et de l'environnement. Nous veillons en permanence à la durabilité de nos actions et à leurs conséquences sur notre environnement. C'est pourquoi nous intégrons le développement durable dans toutes nos décisions. Nous savons que la tâche est vaste et qu'elle demande du temps. En aspirant sans cesse à faire mieux demain qu'aujourd'hui, nous donnerons à notre Groupe l'énergie pour progresser, dans une vision de développement pérenne et équilibré.





## Placer le développement durable au cœur de la stratégie

**Dans un contexte en forte évolution, Arc International réaffirme ses valeurs historiques. La pérennité du Groupe et la responsabilité sociale d'entreprise sont au cœur de toutes ses décisions stratégiques.**

La responsabilité sociale est une valeur incontournable pour Arc International. La Verrerie Cristallerie d'Arques, à l'origine du Groupe, a été un précurseur dans de multiples domaines. Dans les années 20, le site d'Arques instaurait déjà un système de récupération des emballages ; dès l'après-guerre, ses salariés disposaient d'une couverture sociale et d'un accès facilité à la propriété ; des ateliers protégés ont ensuite été créés pour les personnes handicapées et les jeunes en réinsertion... Aujourd'hui, Arc International développe un outil industriel et commercial durable, refusant toute politique dictée par la seule logique financière à court terme. Le Groupe mène ses activités dans le respect de l'être humain et veille à respecter les spécificités des marchés et des cultures. Il s'engage à adopter une attitude volontariste au regard des questions sociales, environnementales et éthiques partout où il exerce ses activités.

Le Groupe a poursuivi sa réflexion sur une charte de développement durable pour l'ensemble de ses unités sur le modèle de celle mise au point par Arc International Cookware. Cette charte intègre des approches de qualité et d'amélioration continue dans les systèmes de management et d'évaluation des performances. Elle encourage la concertation avec les parties prenantes, afin de mieux connaître leurs attentes et favoriser leur contribution. Dans le domaine des ressources humaines, la charte vise à favoriser le développement des personnes, en respectant l'équité et la diversité. Elle valorise l'autonomie ainsi que l'innovation sociale et organisationnelle. Enfin, « l'éco-responsabilité » est déclinée par chaque service pour réduire les impacts environnementaux des activités (énergie, gaspillage, pollution et nuisances...) à travers l'échange de bonnes pratiques.

D'une manière générale, Arc International souhaite :

- proposer à ses clients des produits susceptibles d'améliorer leur qualité de vie ;
- faire évoluer les business models de ses activités pour en garantir la pérennité ;
- inventer de nouvelles matières et élaborer de nouveaux modes de fabrication pour faire profiter ses clients des progrès de la technologie ;
- faire passer les hommes et les femmes en priorité pour l'ensemble de ses décisions ;
- réduire les émissions de gaz à effet de serre dans tous ses sites de production et pour toutes ses activités ;
- maîtriser ses consommations au plus juste niveau et lutter contre tous les types de gaspillage ;
- s'intégrer activement dans toutes les communautés sur chacun de ses lieux d'implantation ;
- ne pas faire de concessions sur les valeurs humaines fondamentales, qui sont celles du Groupe depuis sa création.





## Témoignage

« Le produit est le fil directeur de toutes nos initiatives de développement durable »



*Les valeurs du développement durable sont dans les gènes du Groupe, qui le pratiquait déjà bien avant que l'on en formalise le concept... Nous les avons aujourd'hui intégrées dans toutes nos décisions. Nous partageons nos bonnes pratiques et souhaitons aller au-delà de chaque action, en les coordonnant dans un ensemble cohérent, en phase avec la vision stratégique du groupe. Nous avons choisi de faire de nos produits les éléments fédérateurs de notre démarche de développement durable. Leur pérennité constitue le symbole de nos succès.*

*L'essentiel de nos initiatives y converge : dans les domaines de la production, de la distribution, de la recherche et innovation, mais aussi notre connaissance des attentes de nos clients et nos relations avec l'ensemble de nos parties prenantes.*



José-Maria Aulotte,  
directeur des Ressources Humaines, de la Communication  
et du Développement Durable du Groupe Arc International



# Témoignage

## « 30 ans d'expérience de la fabrication du verre »



Nos premières actions environnementales datent de la fin des années 90. En dix ans, sur notre site de production de Châteauroux, nous avons réduit nos émissions de gaz à effet de serre de 40 %, nos rejets de poussières de 98 % et notre consommation d'eau de 95 %. Dans notre région, nous avons acquis une valeur d'exemple auprès d'autres entreprises, car nous intégrons l'environnement dans toutes nos évolutions technologiques. Parallèlement, nous avons maintenu une préoccupation sociale constante, en développant des projets et en favorisant des centres d'aide par l'emploi.



Michel Girodin,  
responsable Développement Durable,  
Recherche et Innovation d'Arc International Cookware.

Cette année, nous avons engagé une démarche sur le thème « AIC, une entreprise où il fait bon travailler ». Un diagnostic a été réalisé pour évaluer la situation initiale et mettre en place les axes d'amélioration. Nous travaillons actuellement à mieux intégrer l'ensemble de nos parties prenantes à notre activité. Nous avons été à l'origine de la création d'une charte Groupe de partenariat avec nos fournisseurs, dans laquelle nous les amenons à respecter les valeurs du Global Compact. Enfin, nous avons adapté notre modèle économique, en évoluant d'un producteur de verre à un fabricant de solutions globales. Notre nouveau site Internet Pyrex illustre notre démarche, à travers des conseils qui créent des liens avec les consommateurs. Après la mise en place d'une structure et d'une démarche Développement Durable en 2009, nous allons continuer l'intégration de ces valeurs et de ces concepts dans l'ensemble de notre système de management et d'évaluation de nos performances.





# Le respect des principes du Pacte Mondial des Nations-Unies

Initié par le Secrétaire Général de l'ONU, le Global Compact définit les valeurs à prendre en compte pour inscrire ses activités dans le respect des droits de l'homme et du développement durable. En le signant dès 2003, Arc International s'est engagé sur ces dix principes en matière de droits de l'homme, de normes du travail, de respect de l'environnement et de l'éthique :



## Droits de l'homme

1. Promouvoir et respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme dans sa sphère d'influence.
2. Veiller à ne pas se rendre complice de violations des droits de l'homme.

### Réalisations

- Engagement dans une politique de respect des droits fondamentaux du travail, tant par le Groupe que par ses fournisseurs.
- Mise en place d'audits sociaux en interne : « Mieux Vivre au Travail » à AIF et « Great Place to Work » à AIC.

## Normes du travail

3. Respecter la liberté d'association et reconnaître le droit de négociation collective.
4. Eliminer toutes les formes de travail forcé ou obligatoire.
5. Abolir le travail des enfants.
6. Eliminer la discrimination en matière d'emploi et de profession.

### Réalisations

- Signature d'un accord d'égalité homme-femme avec les partenaires sociaux (Arques).
- Programmes d'emploi et d'insertion de personnes handicapées.
- Emploi local favorisé dans toutes les implantations.
- Application des normes sociales les plus avancées.

## Respect de l'environnement

7. Appliquer l'approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement.
8. Entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement.
9. Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.

### Réalisations

- Diminution de la consommation d'énergie et du volume des rejets.
- Réduction des impacts environnementaux des unités de production et de distribution.
- Sensibilisation de l'ensemble des salariés aux problématiques environnementales.
- Optimisation du transport.

## Ethique

10. Lutter contre la corruption sous toutes ses formes.

### Réalisations

- Le respect de l'éthique fait partie des valeurs historiques du Groupe Arc International.

Cet engagement, déployé à l'échelle mondiale, concerne tous les sites du Groupe.



# Faire des produits les vecteurs de la responsabilité d'entreprise

Présents sur les tables partout dans le monde, les produits Arc International fédèrent la démarche développement durable du Groupe. Porteurs d'innovations industrielles, ils s'efforcent de contribuer à la qualité de vie de millions de familles.

## *Des produits universels...*

Les produits Arc International s'insèrent dans la vie familiale quotidienne. La longévité de ses marques est exceptionnelle : plus de 40 ans pour Cristal d'Arques® Paris, de 50 ans pour Arcoroc® et de 60 ans pour Luminarc®. Certains produits sont emblématiques. Ainsi, le verre ballon satisfait la plupart des besoins à un coût accessible, avec une résistance et une durée de vie améliorées au fil des années grâce à de nouvelles techniques de production. Il s'en vend un toutes les secondes dans le monde, ce qui représente plus d'un milliard d'unités vendues depuis sa commercialisation.

## *... qui savent s'adapter aux usages locaux*

L'universalité de nombreux produits du Groupe ne les empêche pas de s'adapter aux usages locaux qui varient d'un pays à l'autre. Dans certains pays, le volume idéal d'une tasse à thé est de 16 cl, contre 22 cl, lait oblige, dans d'autres. Ici, l'on préfère servir une tasse de thé sur une soucoupe, ailleurs, c'est l'anse qui est indispensable... Pour répondre aux attentes de tous ses clients dans chaque région du monde, les équipes commerciales et marketing décryptent en permanence les comportements de consommation, pays par pays. L'offre de base est ensuite adaptée pour répondre aux attentes de chaque marché.



### Des innovations majeures

Dans une conjoncture économique difficile, le Groupe a continué à investir de manière constante en Recherche et Développement. Plus de cent ingénieurs contribuent à mettre au point de nouvelles matières et de nouveaux procédés de fabrication. Ces innovations se traduisent par un bénéfice réel offert aux consommateurs, tout en progressant dans la prise en compte de l'environnement. Cette démarche s'inscrit naturellement et depuis longtemps dans la culture du Groupe, dont l'histoire s'est nourrie d'innovations industrielles, de la fabrication mécanique du verre dans les années 30 à la mise au point du verre opale et à la production automatisée de collections de cristal en première mondiale à la fin des années 60.

Arc International a lancé cette année deux nouvelles matières développées par le Centre de Recherche du Groupe : le Zenix® et le Diamax®. Elles constituent des avancées technologiques considérables dans les arts de la table.

#### Pur et léger comme le Diamax®

Diamax® offre une pureté exceptionnelle avec un indice de transparence extrêmement élevé, une solidité à l'épreuve des maladroites et une brillance capable de résister au lavage quotidien en lave-vaisselle. Innovation majeure, cette nouvelle matière est destinée uniquement à la marque Cristal d'Arques® Paris. Elle en illustre au mieux la philosophie : « le luxe au quotidien, le beau à portée de tous » et signe une nouvelle nature de l'élégance. En offrant des articles fonctionnels, accessibles et esthétiques, Diamax® permettra notamment l'accès aux marchés émergents de Russie, du Moyen-Orient et de Chine.

#### Élégant et résistant comme le Zenix®

Issu de la fusion à très haute température de matières premières minérales, Zenix® est un matériau lisse et non poreux, à l'esthétique très proche de celle de la porcelaine. Les assiettes en Zenix® sont extrêmement résistantes à la rayure, elles ne s'ébrèchent pas et présentent une résistance aux chocs en moyenne trois fois supérieure à celle de la porcelaine. La présence d'alumine dans sa composition en fait l'une des matières les plus solides du marché de la vaisselle. Souple à façonner, Zenix® offre une grande liberté pour la création de formes originales, tout en permettant d'obtenir une teinte délicate inspirée de la « bone china ». Zenix® est une innovation du Groupe dédiée aux marques Luminarc® et Arcoroc®.





## Part des encres organiques dans la production d'Arc International France

- 2010 : **20 % de la production**
- 2009 : **5 % de la production**
- 2007 : **2,5 % de la production**



### Des gammes en évolution permanente

A travers les gammes Purebox, lancée en 2009, puis Keep'n Box en 2010, le Groupe s'est positionné sur le marché de la conservation des aliments. Matériau non-poreux, le verre permet une hygiène parfaite et un nettoyage facile. Sa résistance mécanique et thermique remarquable lui permet de supporter les passages du congélateur au four micro-ondes. Une base en verre transparent, fermée d'un couvercle en plastique coloré hermétique répond aux attentes d'esthétique et d'hygiène exprimées par les consommateurs.



### Un design durable

La qualité du design des produits est un gage de durabilité. C'est grâce à sa forme épurée et intemporelle que le verre ballon est devenu un standard mondial, capable de traverser les époques. Cette année, le département design d'Arc International s'est appuyé sur les tendances actuelles pour imaginer des produits attractifs conçus pour durer comme la gamme Random, porcelaine en forme de vague, ou encore la collection Arom'Up de Chef & Sommelier.

### Des produits qui préservent l'environnement

Outre les qualités d'hygiène et de santé liées à une utilisation alimentaire, les produits du Groupe progressent sans cesse davantage pour respecter l'environnement. Arc International mène une politique drastique de réduction des métaux lourds utilisés dans la production verrière traditionnelle, devançant ainsi les nouvelles réglementations de plus en plus exigeantes. Par ailleurs, la résistance des matériaux comme le Zenix® ou le Diamax® permet des économies de matière qui peuvent aller jusqu'à 30 %. Elles entraînent une réduction de poids non négligeable dans les coûts de transport et surtout les émissions de CO2. Enfin, l'utilisation d'encres organiques pour la décoration des produits de table est en fort développement. Elles représentent un réel progrès car elles ne contiennent ni métaux lourds ni solvants. Ces décors peuvent être cuits à des températures plus basses, divisant ainsi par trois les émissions de CO2.







### *Des produits solidaires*

Les produits Arc International constituent les supports de nombreuses actions de solidarité vis-à-vis des communautés.

#### *Secours Populaire.*

En France, grâce à son opération « 0,50 € reversé au Secours Populaire à chaque achat d'un produit Pyrex », la marque a pu remettre une aide de 10 000 euros à l'association humanitaire.

#### *Cœur de Forêt.*

La vente de produits solidaires a permis à AIF de recueillir 15 000 euros, versés au programme Cœur de Forêt en Guyane. Son objectif est de planter 50 000 arbres sur une zone de 100 hectares, en partenariat avec quatre associations amérindiennes. Une unité expérimentale de distillation de plantes médicinales issues de la pharmacopée traditionnelle va ainsi être créée. Ce dispositif d'insertion par l'horticulture vise à développer des alternatives économiques à la déforestation, à travers une gamme de produits issus du commerce équitable.

#### *Ateliers du Lobel.*

Des opérations de vente privée de produits destinées aux salariés sont organisées tous les 6 mois et permettent de récolter des fonds au profit des Ateliers du Lobel, employant des personnes handicapées. Près de 3 700 euros ont été remis aux Ateliers depuis 2009.

#### *Croix Rouge Internationale.*

Un chèque de 1 200 euros a été envoyé à la Croix Rouge Internationale pour venir en aide aux victimes du séisme en Haïti.

#### *Inondations dans le Var.*

Arc International a fait don de 300 services de table complets, distribués aux familles sinistrées par les inondations du département du Var.



# Témoignage

« Nous réapprenons en permanence à comprendre les attentes des consommateurs »



Une innovation comme le Zenix® prend sa source dans une analyse fine des positionnements de nos matériaux et des attentes des consommateurs en termes d'aspect, de performance et de couleur. Ce travail nous a permis d'alimenter un cahier des charges technique, tout en préparant le design de formes inédites. Le produit d'Arc International est avant tout un élément de décoration de la table, qui contribue à faire du repas un moment agréable et convivial. C'est la première attente de nos consommateurs, que nous devons garder en permanence à l'esprit.

Nous avons souhaité intégrer la responsabilité environnementale dans la conception de nos produits. Pour cela, nous avons cherché à connaître plus précisément les attentes de nos consommateurs vis-à-vis du développement durable. Avant le bénéfice pour la société, elles sont essentiellement personnelles, avec une priorité accordée au bien-être et à l'équilibre personnel qui passe par ce que l'on appelle le bien manger auquel les arts de la table sont associés : « le produit dans lequel je mange ou je bois doit être sain pour moi ». Nous allons par exemple y répondre avec Color Vibrance, un nouveau concept d'assiettes ornées de décors organiques. Ils offrent des couleurs intenses dont l'éclat et la brillance accentuent les subtils effets de dégradés. Des décors désormais possibles sans métaux lourds, avec une garantie alimentaire et une grande résistance au lave-vaisselle. Cette nouvelle gamme sera lancée début 2011.



Franck Collin,  
directeur Marketing Produits







## Témoignage

Jeanette Skjelmose,  
direction du Développement Durable,  
Groupe IKEA

« Nous attendons de nos fournisseurs qu'ils s'engagent »



*IKEA souhaite travailler avec des fournisseurs qui partagent ses valeurs et sa volonté de développer des collaborations à long terme. Nous attendons d'eux qu'ils remplissent toutes nos exigences dans le domaine de la responsabilité sociale et environnementale, telles qu'elles sont définies dans notre Code de Conduite IWAY. Nous souhaitons également qu'ils aillent au-delà de IWAY, en nous aidant dans nos efforts permanents pour utiliser plus efficacement l'énergie, l'eau et les matériaux. Tout cela doit nous permettre d'offrir des produits qui allient haute performance et durabilité à un coût peu élevé, pour être accessibles au plus grand nombre.*



## Accélérer les transformations pour faire face à un environnement économique difficile

**Arc International a repensé ses business models, pour renforcer son savoir-faire d'industriel verrier, garant de son leadership mondial. Ce choix implique la cession d'entités non-stratégiques, un investissement soutenu en R&D et une autonomie plus large pour les filiales de distribution.**

La crise a fortement pesé sur les résultats consolidés d'Arc International en 2009, avec un chiffre d'affaires d'un milliard d'euros. Son recul de 14 % par rapport à 2008 est lié à la fois à une baisse des ventes et à une pression sensible sur les prix. Le résultat d'exploitation s'inscrit en repli à - 26 millions d'euros, contre + 39 millions l'an dernier. La diminution de 25 % des niveaux de stocks et la maîtrise des investissements ont permis de contrôler la situation de trésorerie.

### *Repli en Europe*

L'Europe a été la région la plus touchée par ce contexte défavorable. La crise financière a modifié les comportements d'achats, les catégories arts de la table et cuisson représentant des biens d'équipement non prioritaires pour les consommateurs. Cette conjoncture a accentué une situation commerciale peu favorable depuis plusieurs années avec des conséquences particulièrement importantes en Espagne et au Royaume-Uni. La dévaluation du rouble a également pénalisé l'exportation vers la Russie, provoquant une chute brutale de 50 % du chiffre d'affaires dans le pays. Le site d'Arques, dimensionné pour la production de gros volumes et fondamentalement exportateur, a été très fortement impacté par la variation brutale de certains marchés. La réorganisation de la production a permis de réduire les stocks et de réaliser une économie de 95 millions d'euros, sans affecter la qualité du service. Elle repose sur une logique de flux tirés où les volumes de production sont dictés par les ventes réalisées. La chaîne de production a été flexibilisée au maximum grâce à une réduction des tranches de production et une plus grande fréquence de changements.

### *Redressement en Amérique*

La division Amérique a ouvert la voie à l'Europe, en faisant la preuve qu'une transformation du business model peut restaurer une situation, afin de la rendre profitable et durable. Les objectifs de résultats ont été atteints, malgré un recul de 5 % du chiffre d'affaires. Le plan triennal lancé début 2009 privilégie les « domaines d'excellence » comme la qualité des produits, le design et la décoration, tout en réduisant le niveau moyen des stocks.





## Reprise sensible à l'International

Après un premier semestre difficile en retrait de 19 %, le secteur International a rétabli l'équilibre dans un second semestre digne d'une sortie de crise. Le résultat d'exploitation est équivalent à celui de l'année précédente, malgré un chiffre d'affaires en retrait de 9 %. Pour répondre efficacement aux besoins des clients, quatre entités marketing ont été créées : Moyen-Orient, Afrique, Asie et Inde. Chargées de travailler en étroite collaboration avec les sites de production, elles s'assurent du développement des produits attendus par les clients dans les sites de production de Chine et des Emirats. Ainsi au Japon, Yamazaki, leader de la boulangerie, a distribué plus de 15 millions d'assiettes Arc International pour le 30ème anniversaire de son programme de fidélité.

## Une accélération du plan de transformation du Groupe

Dans un contexte économique difficile, Arc International a continué à se renforcer grâce à la mise en œuvre de son programme de transformation. Ce plan s'articule essentiellement autour des efforts indispensables de compétitivité du site d'Arques, d'amélioration de l'efficacité des organisations et d'accompagnement de la croissance sur tous les marchés prometteurs. Plusieurs projets visent à placer le site d'Arques, à terme, à un niveau de performance en coûts, le protégeant contre les exportations de pays tiers sur son marché naturel, celui de l'Europe. En particulier, un projet de production pilotée par la demande DBRS (Demand Based Run Strategy) a été développé. S'appuyant sur des processus de planification et des outils industriels mieux adaptés aux tailles de lots demandées par le marché, il doit permettre de réduire les stocks tout en améliorant le service aux clients. Ce projet interdisciplinaire sollicite les équipes de planning, de production, de changement d'outils, de logistique, du conditionnement... Une phase pilote a été lancée sur 1 500 références avant un déploiement sur l'ensemble des références de l'usine d'Arques et éventuellement sur d'autres sites de production.

## Des entités non stratégiques cédées dans le respect des valeurs sociales du Groupe

L'emploi des salariés du site de production espagnol de Vicrila (Bilbao) a été sauvegardé, grâce à sa reprise par ses propres managers, avec le soutien des autorités des gouvernements basque et central. Il se tournera vers de nouveaux marchés, tout en maintenant une collaboration dégressive avec Arc International.

L'emploi a également été préservé lors de la cession de la filiale de distribution britannique AITUK (Leeds). Des réunions ont été tenues afin d'informer les équipes de l'avancement du processus de cession. L'entreprise restera le partenaire privilégié d'Arc International au Royaume-Uni pour le Food Service.

Arc Distribution France a été réorganisée. Le schéma logistique a été entièrement revu pour optimiser le niveau de service au client. Un site principal gèrera l'ensemble de l'assortiment et deux sites secondaires prendront en charge un éventail de produits à rotation rapide. Avec la baisse du stock, les surfaces nécessaires à l'activité ont été redimensionnées. L'entrepôt de Neuville-en-Ferrain a été fermé et l'activité a été centralisée au sein d'un entrepôt France Nord, situé à Arques. La majorité des emplois a été maintenue et la réduction des coûts de fonctionnement doit permettre de garantir la pérennité de l'entreprise.

Arc Distribution France (ADF) et Arc Distribución Ibérica (ADI) se sont rassemblées au sein d'une entité de distribution européenne (ADE). Celle-ci constituera désormais sa gamme avec davantage d'autonomie, tout en ayant l'exclusivité de la distribution des produits verriers Arc International.



## Cinq unités de production

Afin de suivre au mieux les tendances des marchés locaux et être réactif face à la demande, Arc International a installé des unités de production au cœur des régions de consommation. Les usines des Emirats Arabes Unis et de Chine produisent ainsi essentiellement pour les marchés locaux, ce qui limite les coûts de transport et les rejets de CO2. Elles s'efforcent également de privilégier l'embauche de personnel local.

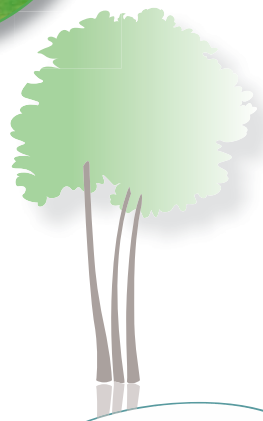
- **Arc International France (AIF)**  
créé en 1825 : Arques, Aire-sur-la-Lys (France), **7000 salariés**
- **Durand Glass Manufacturing Company (DGMC)**,  
créé en 1982 : Millville, New Jersey (Etats-Unis), **600 salariés**
- **Arc Glassware Nanjing (AGN)**,  
créé en 2003 : Nankin (Chine), **1100 salariés**
- **Arc International Middle East (AIME)**,  
créé en 2004 : Ras-Al-Khaimah (Emirats Arabes Unis), **1 300 salariés**
- **Arc International Cookware (AIC)**,  
dans le Groupe depuis 2006 :  
Châteauroux (France), **430 salariés**

### *Maintien des investissements en Recherche et Développement*

De nouveaux matériaux, Diamax® et Zenix®, ont été mis au point. Ils disposent de forts leviers de croissance, qui leur permettront de capter de nouveaux marchés (cf p.11).

### *Un renforcement de la production dans les pays à croissance élevée*

Les sites de production déjà saturés ont été renforcés afin de servir la croissance des marchés locaux. La capacité de production en Chine a été augmentée de 50 % et l'usine de Nanjing tourne à plein régime pour répondre à la demande locale. Quant à l'usine de Ras Al-Khaimah, aux Émirats Arabes Unis, sa flexibilité a permis au Groupe de conforter son leadership sur le très important marché du Moyen-Orient.







Fred Dohn,  
directeur général Amériques

## Témoignage

### Les effets positifs de la réorganisation



Nous avons mis en application le mot d'ordre de notre plan triennal : « se concentrer sur ce que l'on fait bien... pour le faire encore mieux ». Cette année, l'usine de Millville a donné les premiers signes du redressement du Groupe aux Etats-Unis. Nous sommes au maximum de notre capacité de production et nous devons même rediriger des commandes vers l'Europe... L'entrepôt, les services distribution et les ateliers de décoration de notre filiale Cardinal ont rejoint le site de Millville. Au-delà d'une économie de deux millions de dollars sur les coûts d'exploitation, ce rapprochement a créé des synergies, comme le renforcement du savoir-faire de notre atelier de décoration. Notre activité B to B en a profité pour dédier une nouvelle équipe au développement de produits décorés pour les brasseurs et les chaînes de fast-food. L'initiative s'est concrétisée par deux premières commandes d'envergure pour lesquels nous avons offert de meilleurs délais que nos concurrents chinois...



## Indicateurs

### Répartition du CA par région

	2007	2008	2009
<b>Europe</b>	<b>59 %</b>	<b>65 %</b>	<b>61 %</b>
<b>Amérique du Nord</b>	<b>23 %</b>	<b>12 %</b>	<b>14 %</b>
<b>International</b>	<b>18 %</b>	<b>23 %</b>	<b>25 %</b>

La part de l'activité à l'international et en Amérique progresse par rapport à celle de l'Europe.

### Répartition du CA par activité

	2007	2008	2009
<b>Consumer Goods</b>	<b>57 %</b>	<b>52 %</b>	<b>53 %</b>
<b>BtoB</b>	<b>25 %</b>	<b>27 %</b>	<b>27 %</b>
<b>Food Service</b>	<b>18 %</b>	<b>21 %</b>	<b>20 %</b>

La répartition dans les trois secteurs est globalement stable.

Guillaume Soenen,  
expert en management,  
enseignant à l'EM Lyon Business School.



## Témoignage

« Arc International doit se concentrer sur son métier d'industriel verrier »



*J'ai accompagné Arc International dans l'élaboration de sa nouvelle stratégie. Nous avons travaillé dans le cadre d'une démarche participative qui a permis aux principaux managers de s'approprier le processus de changement. En remettant en cause certaines idées reçues, dans l'ouverture et la transparence, nous avons défini une évolution du Groupe autour de trois idées fortes :*

- recentrer Arc International sur son métier d'industriel verrier ;
- développer l'outil de production et la capacité d'innovation, en investissant dans la R&D ;
- accentuer le développement international en investissant notamment dans les marchés en cours d'équipement, comme le Moyen-Orient, où les arts de table progressent fortement.

*Nous avons ensuite abordé la distribution avec le même raisonnement stratégique. Les filiales de distribution doivent elles aussi se concentrer sur leur métier, celui de distributeur. Elles proposent une gamme complète, intégrant des produits complémentaires à ceux d'Arc International, afin de mieux répondre aux attentes de leurs clients et d'assurer leur rentabilité financière de façon autonome. Elles mutualiseront leurs moyens avec un positionnement de distributeurs indépendants, tout en disposant de liens privilégiés avec le Groupe.*





## Proposer des solutions socialement responsables

La pérennité du site d'Arques face à la concurrence des pays à bas coûts passe par l'organisation d'une mobilité externe et interne pour un personnel en sureffectif. Dans une recherche permanente de solutions concertées, les initiatives sociales se sont intensifiées pour accompagner cette évolution indispensable.

### *Un plan de départs volontaires*

La responsabilité sociale est une démarche naturelle pour le Groupe, précurseur dans le domaine depuis son origine. Les salariés du site d'Arques ont toujours bénéficié d'une protection sociale avancée. Mais le site a vu son chiffre d'affaires baisser de 25% entre 2008 et 2009. Un sureffectif représentant une moyenne annuelle de 400 personnes avait été maintenu au sein de l'entreprise. Arc International a proposé un plan de départs volontaires couvrant la période 2009-2010, pour assurer la pérennité d'un site indispensable au Groupe, tant par sa capacité industrielle que par son savoir-faire unique en R&D. Fidèle aux valeurs de l'entreprise, ce plan a été finalisé à l'issue de plusieurs réunions de concertation avec les partenaires sociaux, grâce à la qualité de l'écoute et des échanges. Outre les conditions de départ (prime liée à l'ancienneté, allocation de formation, etc.), le plan propose des perspectives aux salariés motivés par un projet professionnel en dehors de l'entreprise. Dans ce cadre, Arc International est resté fidèle à son engagement de ne procéder à aucun départ contraint.

Au sein de l'Espace Emploi Mobilité du site, créé il y a maintenant deux ans, les salariés qui le souhaitent bénéficient d'un accompagnement personnalisé : chacun est conseillé sur les possibilités de formation et de reconversion au sein du bassin d'activité (propositions d'offres, mise en relation avec des partenaires, etc.), de création d'entreprise ainsi que des solutions de mobilité géographique chez AIC à Châteauroux. Chaque mois, un Forum Mobilité d'une journée permet la présentation d'une catégorie de métiers. Chaque Forum a rassemblé entre 200 et 300 personnes.

### *La mobilité externe favorisée*

En parallèle, le Groupe a poursuivi ses efforts pour permettre au site d'Arques d'être compétitif face aux importations des pays à bas coûts. Deux projets ont été présentés aux partenaires sociaux : « Ambition Arques » concerne la partie industrielle du site et « Profil » la partie non-industrielle. Ces deux démarches impliquent un sureffectif de 643 salariés d'ici fin 2011. Avec l'objectif d'accompagner ces transformations nécessaires, les efforts en matière sociale ont été intensifiés à trois niveaux :

- en améliorant le plan de départs volontaires déjà en place ;
- en favorisant la mobilité interne et externe des salariés, au travers d'un programme de formation portant sur 155 000 heures de formation en moyenne par an ;
- en poursuivant ses efforts de revitalisation du bassin d'emploi de Saint-Omer (cf p.30).





### *Un gros investissement en formation*

Le budget formation d'Arc International France atteint 4 % de la masse salariale, alors que l'obligation légale est à 1,6 %. La formation a permis 1 300 mouvements de personnel en interne et 900 reclassements externes vers des emplois pérennes ces cinq dernières années. Les formations diplômantes sont également favorisées. Chaque année, 70 à 80 salariés se voient offrir un contrat de formation de trois ans, entièrement pris en charge par l'entreprise, vers une nouvelle qualification professionnelle (bac pro, BEP, master bac + 5...). Cette mesure représente un total de 40 000 heures de formation par an.

En France également, AIC a mis en place un module de formation pour sensibiliser en trois ans l'ensemble du personnel aux valeurs du développement durable. 15 % de l'effectif a été formé en 2009, par quatre cadres de l'entreprise.

Aux Etats-Unis, dans le cadre du développement continu des compétences, DGMC a conçu un programme de formation visant à faire progresser le niveau d'intervention technique du personnel de production.

### *Toujours davantage de sécurité*

Les nombreuses initiatives liées à la sécurité au travail ont été poursuivies dans l'ensemble des entités du Groupe. Les chantiers les plus importants ont porté sur la mise à niveau des procédures de sécurité des usines des Emirats (AIME) et de Chine (AGN). Elles sont à la fois plus récentes et exploitées par des personnes dont la perception de la sécurité est moins proche du standard européen. Les efforts ont également porté sur l'amélioration des conditions de travail, à travers la mise en place de plans sécurité au travail. Ce type d'actions a été particulièrement renforcé à AIME, où le Groupe s'est engagé à

faire baisser le nombre d'accidents graves en agissant plus profondément sur l'aspect culturel de la sécurité (formation à tous les niveaux, renforcement de la prévention physique, plan de communication, évaluation des risques professionnels), tout en continuant d'œuvrer sur les aspects organisationnel et matériel. Le plan d'installation de détection automatique d'incendie va arriver à son terme sur le site d'Arques (AIF), les 21 bâtiments devant être entièrement équipés fin 2010.

Aux Etats-Unis, DGMC a développé depuis 2005 un programme visant à améliorer les résultats de la sécurité et à créer une « Priorité Sécurité » au sein de l'entreprise. Plusieurs actions ont été mises en place :

- stimuler et récompenser les initiatives visant à améliorer la sécurité ;
- inclure des objectifs de réduction des accidents du travail dans les priorités de chaque manager ;
- développer les inspections et les audits ;
- systématiser les enquêtes à la suite des accidents ;
- recenser les principales causes d'accidents et y consacrer des actions préventives.

Le nombre d'accidents enregistrés est passé de 128 en 2005 à 29 en 2009.







### *La préoccupation santé*

Dans l'usine AIME des Emirats Arabes Unis où la protection sociale des citoyens est peu développée, une clinique libre d'accès aux employés ainsi qu'une assistance médicale 24h sur 24 ont été mises en place. Un système d'assurance santé privé est également proposé. Un comité de restauration d'entreprise supervise la qualité de la nourriture et un plan de rafraîchissement est prévu pour les mois de forte chaleur, de mai à septembre.

Face au succès de la Journée de la Santé organisée en 2008, le site de production de Millville aux Etats-Unis a travaillé à la mise en place d'un Programme Santé individuel et gratuit, en partenariat avec des organismes de santé privés. Des stands de prévention sont installés à l'intérieur de l'entreprise, afin d'offrir des informations sur des sujets tels que la mesure de la pression artérielle, le diabète, l'obésité, les cancers de la peau et du sein... Une trentaine de stands a accueilli les employés pour leur proposer informations et dépistages. Des démonstrations de premiers secours ont également été organisées.

De son côté, Arc International France a poursuivi ses initiatives pour la prévention de l'alcool.

### *Une meilleure écoute de la vie au travail*

Depuis plusieurs années, Arc International France opère de nombreuses évolutions indispensables à sa survie. Cette transformation en profondeur génère des interrogations, des incertitudes sur l'avenir et, parfois même, un mal-être chez certains collaborateurs. Au-delà de l'obligation légale, le Groupe a souhaité mettre en place un plan de prévention et d'actions contre la souffrance au travail avec le soutien de l'organisme « Toit de Soi ». Cette démarche, conforme à ses valeurs historiques, répond au souhait de s'inscrire dans un état d'esprit, une culture du mieux vivre au travail.

Dans un premier temps, les salariés de tous les sites d'Arc International France ont été invités à répondre à une enquête. Elle visait à établir un diagnostic objectif et complet concernant le bien-être et la santé des salariés, afin de proposer des solutions d'améliorations adaptées. 38 % des salariés ont répondu à l'enquête, ce qui constitue un taux de retour statistiquement fiable. De premières actions concrètes seront mises en place au second semestre 2010, dans trois domaines :

- **écoute** : tous les managers vont suivre une formation pour mieux détecter les situations difficiles et accompagner leurs collaborateurs ; le nombre de permanences de la psychologue du travail a été augmenté ; une liste de contacts externes spécialisés dans l'accompagnement psychologique a été diffusée ;
- **conditions de travail** : un processus permettant de suivre la résolution des problèmes de disponibilité de matériels identifiés par les salariés a été mis en place ;
- **prévention** : un comité de pilotage du projet « Mieux vivre au travail » a pour mission de sensibiliser et d'alerter la direction sur les sujets délicats. Il établira des rapports et les soumettra chaque trimestre au Comité de direction lors de réunions spécialement dédiées aux risques psycho-sociaux.





### *Handicap et réinsertion professionnelle*

Pour Arc International, l'emploi des travailleurs handicapés est un élément important de sa responsabilité sociale. Après avoir été l'une des toutes premières entreprises de sa région à signer un accord d'insertion, elle a créé en 1993 une structure adaptée, l'Atelier du Lobel, afin d'aider les personnes handicapées (déficience intellectuelle) à rejoindre le milieu ordinaire du travail. Au 31 décembre 2009, ce sont 36 travailleurs handicapés qui ont intégré les effectifs d'Arc International. Un 7ème accord d'entreprise en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap a été signé pour les années 2010 à 2012. Ce nouvel engagement se distingue par un audit qui sera réalisé par un cabinet extérieur. Il permettra d'établir un diagnostic sur la problématique de maintien dans l'emploi, suivi par la proposition de champs d'action comme la formation, l'aménagement spécifique de postes... L'atelier d'aide par le travail et de réinsertion de la Briqueterie a également poursuivi son action. Enfin, le Groupe a maintenu ses efforts en matière de reclassement professionnel à la suite d'un problème de santé. Lorsque le médecin du travail déclare un salarié inapte à poursuivre son travail, une structure de reclassement le prend en charge, afin d'examiner avec lui la solution qui lui convient le mieux : formation en vue d'un autre métier, étude ergonomique et adaptation d'un poste de travail.



### *Des accords d'amélioration des conditions de travail*

A Arques, le protocole d'accord sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, signé avec les organisations syndicales, a été renouvelé. Il réaffirme la volonté d'Arc International de promouvoir l'égalité professionnelle, la mixité et la diversité dans tous les secteurs et à tous les niveaux de l'entreprise : accès à l'emploi, formation professionnelle, conditions de travail, évolution de carrière... Il propose la mise en œuvre de mesures concrètes visant à assurer la plus grande équité de traitement entre hommes et femmes.

Un accord relatif à l'emploi des seniors a été signé avec les organisations syndicales. Dans une économie fondée sur la connaissance, le capital humain occupe une place importante qu'il convient de valoriser. En renonçant aux compétences et à l'expérience des seniors, Arc International se priverait d'un atout considérable. C'est pourquoi la motivation et la situation des collaborateurs de plus de 45 ans, qui abordent la seconde partie de leur carrière professionnelle au sein de l'entreprise, doivent faire l'objet de mesures d'accompagnement particulières. Fidèle à son principe de non-discrimination, l'entreprise réaffirme que l'âge ne peut être un obstacle ni à l'embauche, ni à l'évolution professionnelle, ni à l'accès à la formation. L'accord répond également à la nécessité de faciliter la poursuite de l'activité professionnelle jusqu'au départ à la retraite à l'initiative du salarié.



# Témoignage



« Notre entreprise fait preuve d'un "capitalisme patient"... »



*Nous avons fait un pari sur l'avenir : continuer à fabriquer du verre en France, sur notre site d'Arques. L'impératif d'être compétitif pour y parvenir a entraîné la mise en place d'un plan de sauvegarde dès 2004. Le site d'Arques employait alors près de 11 000 salariés ; ils sont aujourd'hui 6 400 environ. Il n'y a eu aucun départ forcé et l'ensemble du sureffectif a été résorbé sur la base du volontariat : départs en préretraite après 55 ans, départs volontaires aidés ou créations d'entreprises individuelles. Toute l'entreprise s'est mobilisée pour accompagner cette réduction d'effectifs. Nous avons ainsi soutenu plus d'un millier de départs volontaires grâce à une forte implication sociétale dans la revitalisation de notre bassin d'emploi et par un plan de formation soutenu. Tout cela a été possible grâce à notre actionnariat familial pour lequel les valeurs sociales ont toujours été et restent prioritaires. Nous avons la chance d'être dans une entreprise qui fait preuve d'un*

*« capitalisme patient ». Depuis plusieurs années, le Groupe accepte de porter un sureffectif afin de permettre la mise en place du plan de départs volontaires. Le personnel concerné est employé au sein d'un pôle de mobilité dans diverses missions : surveillance des bâtiments, gestion de l'Espace Mobilité, vacations de pompiers volontaires... Toutes les mesures que nous avons prises ont été décidées dans le cadre d'un dialogue permanent avec nos partenaires sociaux. Il est caractérisé par un grand nombre de protocoles d'accord, régulièrement renouvelés : égalité professionnelle, emploi des seniors, accord sur les travailleurs handicapés, règles de fonctionnement entre les syndicats et la direction, gestion prévisionnelle des emplois et compétences...*



Dominique Bouquet,  
directeur des Ressources Humaines Europe

# Témoignage

Charline Minebois,  
responsable de la politique d'emploi en faveur des personnes en  
situation de handicap, Arc International France



« Nous sommes l'une des rares entreprises à posséder une infrastructure adaptée »



Arc International est au-dessus du taux légal obligatoire de 6 %, cela depuis plusieurs années. Nous sommes la première entreprise du Pas-de-Calais à avoir signé un accord en faveur des personnes en situation de handicap et nous avons ainsi longtemps été cités en exemple par la DIRECCTE (Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence et de la Consommation, du Travail et de l'Emploi).

Nous restons encore aujourd'hui l'une des rares entreprises à posséder une infrastructure adaptée comme l'Atelier du Lobel. En 2009, trois personnes de notre atelier ont obtenu un permis pour les engins de levage, après une période de formation de remise à niveau de la maîtrise des savoirs de base.

Nous avons aussi accueilli et formé quatre personnes issues d'Instituts Médicaux Educatifs (IME) dans le cadre d'un contrat d'apprentissage de trois ans, en vue d'obtenir un CAP de l'Education Nationale. Tous ont réussi et l'un d'eux poursuit aujourd'hui un BEP maraîcher. Après une intégration en IME, il est pourtant très difficile pour les jeunes de réintégrer le circuit de l'Education Nationale et poursuivre ainsi une carrière normale. Ces personnes peuvent être fières de leur réussite, qui récompense également notre travail et l'engagement du Groupe.

C'est d'autant plus vrai que nous sommes aujourd'hui dans une période où il est particulièrement difficile pour les personnes handicapées de trouver un emploi. De même, nous faisons tout pour tenir nos engagements au sein de l'Atelier du Lobel. Suite à une baisse de notre activité de conditionnement, nous avons formé des salariés et mis en place une activité de repassage. Elle nous a permis de maintenir des emplois et d'offrir un nouveau service à nos salariés.





Rhonda Anderson,  
responsable projets chez Medco,  
fournisseur de services de santé,  
Franklin Lakes, New Jersey, Etats-Unis

## Témoignage

**« Proposer une journée consacrée à la santé et au bien-être est un bénéfice pour tous »**



*Organiser des rencontres Santé pour leurs salariés est quelque chose d'assez nouveau pour les entreprises. D'après ce que j'ai pu constater, moins d'un employeur sur deux le fait. La réussite de ce type d'événement repose essentiellement sur la communication et l'organisation. Plus vous communiquez, plus les participants sont nombreux. Et mieux l'événement est organisé, plus ceux qui y assistent en tirent parti. Chez AINA/DGMC, l'organisation était excellente. Ils ont eu de très bonnes idées pour stimuler la participation et encourager leurs salariés à découvrir ce que chaque exposant avait à leur offrir. Les participants ont bénéficié de tests de dépistage et ont pu poser des questions précises sur leur niveau de couverture actuel face aux problèmes de santé. Les fournisseurs de services étaient là pour leur répondre et expliquer ce qu'ils avaient à offrir. Nous encourageons AINA/DGMC à poursuivre ce type d'initiatives dans le domaine de la santé.*





## Témoignage

« Une première expérience professionnelle déterminante »



*Je suis entré à l'Atelier de la Briqueterie début novembre 2007 pour un contrat d'insertion de deux ans, après un entretien. C'est la Mission Locale qui m'avait envoyé. Au début, je réparais des palettes, puis j'ai intégré l'atelier de chaudronnerie. J'ai ensuite passé mon permis de cariste et je suis devenu magasinier jusqu'à la fin de mon contrat, fin octobre 2009. Depuis, j'ai effectué des missions d'intérim en tant que magasinier-cariste dans plusieurs entreprises de la région de Saint-Omer. Mais face à la difficulté d'obtenir un emploi fixe dans ce domaine, je vais bientôt commencer une formation de douze semaines au Centre de Formation Transport de Saint-Martin pour passer mon permis poids-lourd. Je voulais le faire depuis longtemps... Sans mon expérience à l'atelier de la Briqueterie, je n'en aurais jamais eu la possibilité.*



Dimitri Frognier,  
ancien salarié de l'Atelier de la Briqueterie



## Indicateurs

### Répartition des effectifs par zone

Europe	8 259
Amérique du Nord	800
International	2 633

### Formation

Heure/individu	2007	2008	2009
Europe	21,68	22,93	24,59
Amérique du Nord	9,97	5,24	4,68
International	2,41	6,54	8,83

2009	Industrie	Distribution
Europe	25,69	15,83
Amérique du Nord	4,40	5,61
International	7,29	10,38

Le nombre d'heures de formation par individu a continué sa progression en Europe, afin de renforcer l'adaptabilité des métiers et l'évolution d'un emploi vers un autre. Dans la zone internationale, la formation progresse également, en phase avec l'ouverture de nouvelles unités de production.

### Accidents du travail

Nombre de jours perdus suite à des blessures

1 000 h travaillées	2007	2008	2009
Europe	0,36	0,44	0,5
Amérique du Nord	0,34	0,36	0,31
International	0,06	0,07	0,11

2009	Industrie	Distribution
Europe	0,44	0,85
Amérique du Nord	0,25	0,5
International	0,11	n/a

### Accidents du travail

Nombre d'accidents avec arrêt de travail supérieur à 1 jour

1 000 000 h travaillées	2007	2008	2009
Europe	10,02	12,34	8,34
Amérique du Nord	19,95	13,23	5,91
International	10,17	9,13	9,22

2009	Industrie	Distribution
Europe	6,21	21,02
Amérique du Nord	5,33	7,93
International	9,22	n/a

Les chiffres restent globalement inférieurs aux normes du secteur. À noter les chiffres du taux de fréquence des accidents du travail sur les zones Europe et Amérique du Nord, en forte diminution.



### Atelier du Lobel

	2007	2008	2009
Personnes	38	38	41
Encadrants	5	5	5
Heures travaillées	58 333	57 592	56 933
Personnes sorties avec succès depuis l'ouverture de l'atelier	36	36	36

### Atelier de la Briqueterie

	2007	2008	2009
Personnes	15	20	19
Encadrants	3	3	3
Heures travaillées	27 178	28 930	29 778
Personnes sorties avec succès depuis l'ouverture de l'atelier	57 %	67 %	50 %

L'activité des ateliers d'insertion est restée stable, malgré les difficultés liées à la crise.

## Un travail de longue haleine

- 1 650 entreprises prospectées
- 31 contacts rapprochés
- 5 projets d'envergure aboutis ou en train d'aboutir.
- 1 350 emplois créés



# Renforcer les relations avec les communautés

Le Groupe s'est engagé dans la revitalisation du bassin d'emploi de son site historique d'Arques. Son partenariat étroit avec les collectivités locales a abouti à l'implantation de plusieurs entreprises et à la création d'emplois réels et durables.

### Une réelle politique de revitalisation du bassin d'emploi

En collaboration avec les pouvoirs publics, Arc International a déployé depuis 2005 des moyens considérables pour attirer de nouvelles entreprises sur le territoire d'Arques - Saint-Omer. A ce jour, elles sont une vingtaine à s'y être implantées, créant plus de 1 600 emplois. Ces réalisations ont été menées dans le cadre de deux conventions de revitalisation représentant un engagement d'environ 8 millions d'euros.

Si la loi française oblige les entreprises qui réduisent leurs effectifs à subventionner la création de nouveaux emplois sur leur territoire, Arc International a souhaité s'engager dans le processus au-delà d'une simple contribution financière. Il s'agit d'une réelle politique de revitalisation du bassin d'emploi, engagement moral incontestable vis-à-vis du territoire, visant à donner de véritables perspectives aux personnes. Ce travail collectif a été entrepris avec les acteurs économiques, les acteurs politiques et les salariés. Les sommes dépensées correspondent ainsi à des projets concrets que l'entreprise a accompagnés dans toutes les phases de leur réalisation.

### Un bilan positif

Dans un premier temps, 750 emplois réels et durables ont été créés dans le cadre de la convention signée en 2006. 450 salariés sont déjà en fonction, dont 300 issus du Groupe. Une deuxième convention, signée il y a un an, vise au moins 580 emplois - industriels pour un grand nombre - qui pourraient être proposés aux salariés du Groupe. Outre l'encouragement des PME locales à recruter chacune quelques personnes, la difficulté consiste désormais à attirer dans le bassin d'emploi de Saint-Omer de grandes entreprises capables d'embaucher à court terme 100 ou 200 salariés. Fabricant de bouteilles de luxe, Alphaglass a créé 300 emplois dans un premier temps et pourrait en offrir 150 supplémentaires dans le cadre du développement de son site. Un bâtiment de 2 000 m<sup>2</sup> a été câblé et aménagé pour permettre à la société Camaris d'implanter un centre d'appel de 320 salariés. À Blaringhem où la fabrication du cristal a cessé en février 2010, plusieurs centaines d'emplois vont voir le jour avec la création, à proximité, de la centrale électrique Poweo et l'arrivée d'un fabricant de palettes en plastique, L.E. Manufacture. Ces entreprises sont séduites par une main-d'œuvre compétente et garantissant un climat social paisible. Elles sont encouragées par le partenariat actif existant entre Arc International et les acteurs économiques de la région, dans une volonté partagée de développer le bassin d'emploi.





## Témoignage

« Un partenariat exemplaire avec les collectivités locales »



Arc International et Saint-Omer Développement sont devenus partenaires en 2005 dans le cadre du premier contrat de revitalisation. L'entreprise a toujours été citoyenne et elle a engagé un gros effort dans la revitalisation de son bassin d'emploi. Au-delà de proposer un plan de départ à ses salariés, elle s'est investie en profondeur aux côtés des élus politiques et économiques, afin de trouver les solutions les mieux adaptées. C'est vraiment une démarche menée avec les partenaires locaux. Au fil des années, nous avons construit un partenariat exemplaire avec Arc International, car le Groupe s'engage à nos côtés bien au-delà de ses obligations. Nous avons uni nos forces afin de nous donner le maximum de chances dans la réussite de cette mutation économique sans précédent dans le secteur de Saint-Omer. Les résultats sont très positifs, car nous sommes parvenus à attirer de nouvelles entreprises sur notre territoire, qui passe pour être l'un des plus dynamiques de la région Nord - Pas de Calais. Nous devons maintenant nous inscrire dans la durée, car il faudra à mon sens une quinzaine d'années pour absorber cette mutation très importante.



*Daniel Pecqueur,  
Président de Saint-Omer  
Développement*



## Respecter la planète



L'ensemble du Groupe se mobilise pour intégrer la dimension environnementale dans toutes ses actions. La réduction des consommations d'énergie, une meilleure maîtrise des émissions et la valorisation des déchets apportent des résultats concrets à un engagement qui s'intensifie d'année en année.

### *Une réduction des consommations d'énergie*

Le Groupe a poursuivi les initiatives visant à réduire sa facture énergétique, dans le cadre d'un plan d'économies déployé dans l'ensemble de ses unités. Elles portent essentiellement sur le gaz (60 % des consommations de l'unité d'Arques), sur l'électricité, l'oxygène et l'hydrogène. Ce plan de réduction comporte 3 niveaux :

- **de nouveaux procédés** sont mis au point par la Recherche et Développement. L'un des quatre programmes stratégiques de la R&D est baptisé « programme citoyen ». Il vise principalement à réduire la consommation d'énergie et à augmenter la part d'électricité utilisée dans les usines, en tant qu'énergie moins émettrice de gaz à effet de serre. Pour les autres grands programmes touchant à la matière, au décor ou aux procédés de formage, les objectifs des projets intègrent systématiquement une dimension environnementale. Le programme Décor, en particulier, comporte un grand volet d'évolution vers le décor organique. Entre autres avantages, l'énergie consommée pour leur polymérisation est nettement inférieure à celle nécessaire pour les décors non-organiques.
- **le personnel est sensibilisé** à éteindre les machines lorsqu'elles ne tournent pas. Leur temps d'arrêt prévu par le programme de fabrication est pris en compte afin de ne pas les arrêter pour les relancer aussitôt ;
- **les échanges de bonnes pratiques sont valorisés.** Les idées venant du terrain sont collectées grâce à des réunions par secteur avec un effet très positif de mobilisation, d'implication et d'appropriation du personnel. Les propositions sont ensuite inscrites dans des plans d'action suivis tous les mois. Plusieurs dizaines d'actions sont en cours de mise en œuvre, à tous les niveaux.

En 3 ans, les actions entreprises sur le site d'Arques ont rendu possible une baisse de 40 % des consommations en énergie pour un équivalent de 8 à 10 millions d'euros par an. En Espagne, le nouveau bâtiment HQE d'ADI a permis une réduction de 38 % de la dépense en énergie au m<sup>2</sup>. L'ensemble du personnel est impliqué et sensibilisé aux économies d'énergie sur la totalité des sites d'Arc International. Chaque mesure s'accompagne d'indicateurs de suivi qui permettent à chacun de mesurer précisément et directement l'impact de ses efforts. De leur côté, les services achats intègrent systématiquement le critère consommation énergétique dans les appels d'offres d'acquisition de machines.





### *Des émissions de CO2 mieux maîtrisées*

La réduction des consommations d'énergie a un impact favorable sur les rejets de CO2. En réduisant les transports, le développement des unités de production au cœur des nouveaux marchés du Moyen-Orient et d'Asie du Sud-est a également eu un fort impact sur les émissions nocives. Le niveau de rejet de CO2 est systématiquement pris en compte dans l'évolution des modes de distribution et de transport. En Espagne, ADI a réduit ses émissions de CO2 de 155 tonnes en 2009 grâce à des améliorations dans le transport de son personnel. En France, les voyages professionnels ont diminué de moitié. L'agence Carlson, partenaire du Groupe, a mesuré une baisse des émissions CO2 liées aux déplacements de 10 % entre 2007 et 2009. Enfin, une procédure de contrôle des dépenses de carburant du parc voitures a été mise en place en 2009 : un outil supplémentaire pour mieux évaluer l'impact des déplacements.

AIC a réalisé un bilan carbone de son activité à partir de la méthode élaborée par l'ADEME. Un rapport sera réalisé annuellement, avec l'objectif de réduire les émissions de CO2 à la tonne de verre fabriquée de 10 % d'ici 2015. Deux axes d'évolution : les processus industriels (optimisation de l'efficacité des installations, réduction de la consommation, modernisation des équipements de combustion) et les transports (optimisation des chargements, transports alternatifs à la route, réduction des déplacements).

### *Une consommation d'eau en baisse*

La méthodologie d'optimisation des consommations d'eau a été étendue au sein du Groupe. Elle s'appuie sur plusieurs recommandations : établir le bilan en eau, détecter et minimiser les fuites, éliminer les usages non nécessaires, utiliser des sources alternatives, évaluer les ressources et leur origine, privilégier le recours à des eaux de qualité inférieure, recycler les effluents. La consommation d'eau potable a ainsi été globalement réduite, même si rapporté à la tonne, l'indicateur n'a parfois pas progressé en raison du ralentissement de la production. En effet, la consommation en eau est proportionnellement plus importante pour un four tournant au ralenti.

### *Une détection d'éventuels rejets toxiques*

Un processus de Recherche des Substances Dangereuses dans l'Eau (RSDE) a été mis en place afin d'identifier d'éventuelles substances toxiques. Arc International analyse désormais chaque mois la qualité des eaux rejetées en milieu naturel par ses unités de production. Une fois par an, la conformité des mesures réalisées en interne est validée par un laboratoire extérieur. Un contrôle des eaux souterraines en amont et en aval est également réalisé deux fois par an. De même, le Groupe contrôle cinq fois par an les rejets de ses fours dans l'air : poussières, métaux... Issu d'une technologie innovante, un système de dépoussiérage permettant de descendre en-deçà des seuils imposés a été installé.





## L'exemple

### Arc International Cookware

AIC a fait régulièrement évoluer depuis dix ans la technologie de ses fours de fusion verrière afin de réduire ses consommations d'énergie, ses émissions de GES et de gaz générateurs de pluies acides. Les résultats obtenus sur la période 1999-2009 sont très significatifs :

- consommation : **réduction de 75 %** ;
- énergie par tonne de verre fondu :  
**réduction de 50 %** ;
- émission de NOx : **réduction de 95 %** ;
  - émissions de HCl :  
**réduction de 90 %** ;
  - durée de vie du four :  
**augmentation de 100 %.**



#### Des déchets valorisés

Le tri sélectif est devenu l'usage dans la plupart des unités de production. Les équipes ont été sensibilisées à la valorisation des déchets à travers trois recommandations principales :

- trier en respectant l'affichage (étirables, housses, carton et papier, verres divers...) ;
- jeter le moins possible en mélange ;
- réduire au maximum les déchets.

Le recyclage du verre reste une priorité afin de valoriser ce qui peut l'être et de limiter au strict minimum les enfouissements. Quant aux équipements informatiques et électriques, ils sont démontés et les éléments constitutifs triés en fonction des circuits de revalorisation possible : métaux nobles (aluminium, cuivre, inox, etc.), câbles, cartes mères (possibilité de récupérer les métaux précieux, or, etc.), ferrailles (carcasses des armoires), matériaux dangereux (écrans)... L'économie réalisée permet la création d'emplois pour des travailleurs handicapés.

#### Une implication dans l'évolution de la réglementation

Arc International a initié et animé un groupe de travail de la Commission Internationale du Verre, chargé de l'exemption du verre de la réglementation REACH. Le groupe a proposé un test permettant de vérifier la capacité des articles en verre à émettre une partie de leurs constituants pendant toute leur durée de vie. Testée et approuvée par des experts indépendants, cette méthodologie constitue maintenant la position officielle de la profession verrière européenne dans son ensemble. Elle est diffusée à ce titre par le CPIV (Comité Permanent des Industries du Verre). Arc International a également représenté l'industrie verrière européenne dans l'élaboration de la nouvelle version du BREF, document de référence sur les meilleures technologies disponibles dans l'industrie. Les documents produits décrivent comment minimiser l'impact environnemental de l'activité verrière en recourant à des techniques spécifiques.



### Tonne de CO<sub>2</sub> émise par tonne de verre produite

	2007	2008	2009
<b>Europe</b>	1,02	0,99	1,05
<b>Amérique du Nord</b>	1,18	1,11	1,14
<b>International</b>	1,35	1,21	1,14

La performance des nouvelles unités de production en Chine et aux Emirats leur ont permis de diminuer à nouveau leurs émissions de CO<sub>2</sub> à la tonne de verre produite.

### M<sup>3</sup> d'eau par tonne de verre produite

	2007	2008	2009
<b>Europe</b>	5,38	7,35	8,28
<b>Amérique du Nord</b>	4,00	4,21	5,70
<b>International</b>	4,27	4,07	4,79

L'adaptation du volume de production à la demande du marché a une incidence sur la performance en économie d'eau. En effet, même lorsqu'il ne produit pas, un four utilise un volume d'eau pour être refroidi. Comme le volume de production globale a diminué, le m<sup>3</sup> d'eau utilisé par tonne produite a augmenté, malgré les plans d'optimisation de la consommation d'eau. De son côté, l'augmentation de la consommation d'eau de AGN Chine est liée à l'ouverture d'un nouveau four.



### Tri et recyclage (en tonne)

Plastique	2007	2008	2009
<b>Europe</b>	864	723	660
<b>Amérique du Nord</b>	n/a	n/a	n/a
<b>International</b>	226	186	191

Papier	2007	2008	2009
<b>Europe</b>	10 398	8 797	6 420
<b>Amérique du Nord</b>	816	836	828
<b>International</b>	1 018	851	847

Métal	2007	2008	2009
<b>Europe</b>	2 173	2 969	1 464
<b>Amérique du Nord</b>	194	183	22
<b>International</b>	58	119	123

Le volume de recyclage est lié à celui de la consommation de matières et à la production verrière. Celles-ci ayant diminué sur la période, certains chiffres de recyclage sont parfois en régression. La chute des chiffres du recyclage de métaux à AIC et DGM C s'explique par la fin en 2009 de travaux de réparation des fours, qui avaient provoqué une récupération importante de déchets métalliques.

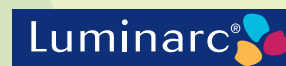




## Contact

**Caroline Barbier**  
**Responsable Développement Durable**  
**Corporate**

Arc International  
104 avenue du Général de Gaulle  
62510 Arques - France.  
Tél : +33 3 21 95 46 47 - GSM : + 33 6 50 69 13 42  
caroline.barbier@arc-intl.com



Chef & Sommelier



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