



Mars 2012

# Dossier de presse institutionnel



L'Art de la Table  
1825

# Sommaire

## Du fleuron industriel au leader mondial des arts de la table



### I • Arc International, le leader mondial des arts de la table

1. La référence mondiale des arts de la table
2. Une stratégie : réaffirmer son statut de leader
3. Une expansion équilibrée

p.4



### 2 • Arc International, la référence des arts de la table

1. Les métiers d'Arc International
2. Un portefeuille complet de concepts d'art de la table
3. Une expertise technologique au service d'autres entreprises

p.6

### 3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes

1. L'innovation au cœur de l'identité du Groupe
2. Les quatre principaux programmes de recherche
3. Des prouesses technologiques

p.9



### 4 • L'engagement d'Arc International dans le développement durable

1. Le Global Compact : un engagement mondial
2. Un acteur socialement responsable et engagé dans l'économie locale de l'audomarois
3. Une politique industrielle toujours plus respectueuse de l'environnement

p.12



### ANNEXES

1. Les dates clés du Groupe
2. Les données et les chiffres clés 2010
3. La biographie de Guillaume de Fougères – Président du Groupe

p.16

# Du fleuron industriel au leader mondial des arts de la table

## Introduction



Créée en 1825, la Verrerie Cristallerie d'Arques – petite entreprise familiale – s'est d'abord imposée comme l'un des fleurons industriels du nord de la France avant de devenir, au fil des années, un groupe international, leader mondial des arts de la table. L'essor d'Arc International est lié à celui d'une famille visionnaire qui lui a apporté ses ambitions, ses valeurs et sa stabilité et qui a fait de l'innovation technologique le fer de lance de son développement.

## De la verrerie artisanale au premier four à bassin

Entré dans la verrerie en 1897, Georges Durand la rachète en 1916. Le développement débute véritablement après la Première Guerre mondiale quand le second fils de Georges Durand, Jacques, intègre l'entreprise.

En 1930, Jacques Durand se rend aux Etats-Unis pour étudier les verreries américaines, déjà équipées de fours à bassin et de machines automatiques. Visionnaire, il prend le parti de développer de nouvelles techniques de fabrication, et équipe, peu à peu, l'entreprise de nouvelles machines qui permettront d'améliorer la production, tout en préservant la créativité verrière. Un premier four à bassin est construit et les premières presses sont installées en 1934.

## Du fleuron industriel au leader mondial des arts de la table

Après la Seconde Guerre mondiale, la Verrerie Cristallerie d'Arques poursuit son essor industriel. En 1950, elle produit 15 000 tonnes de verre par an pour un effectif de 993 personnes.

En parallèle, l'entreprise poursuit activement sa politique d'innovation. Elle est la première en France à proposer des verres décorés et à automatiser la fabrication du verre opale. En 1968, la Verrerie Cristallerie d'Arques opère une révolution industrielle au niveau mondial, en parvenant à mécaniser la production des verres à pied en cristal. La baisse des prix de vente rendue possible par cette innovation met le cristal à la portée de tous les consommateurs.

Depuis les années 1960, la Verrerie Cristallerie d'Arques – devenue Arc International en 2000 – continue de s'adapter aux nouvelles tendances du marché, tout en restant une entreprise à capitaux 100% familiaux. Fort de son savoir-faire verrier, le Groupe s'est développé à l'international et distribue aujourd'hui ses concepts complets d'art de la table dans plus de 160 pays.

# 1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table



## 1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table

La référence mondiale des arts de la table	p.4
Une stratégie : réaffirmer son statut de leader	p.5
Une expansion équilibrée	p.5
<hr/>	
Sommaire	p.2
<hr/>	
2 • Arc International, la référence des arts de la table	p.6
<hr/>	
3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes	p.9
<hr/>	
4 • L'engagement d'Arc International dans le développement durable	p.12
<hr/>	
ANNEXES	p.16

## 1. La référence mondiale des arts de la table

Avec un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'euros en 2011 et 12 600 employés répartis sur les cinq continents, Arc International est le leader des arts de la table dans le monde. Il détient aujourd'hui plus de 13% des parts de marché au niveau mondial.

Principalement implanté en Europe, le Groupe y réalise 51% de son chiffre d'affaires. Il est également présent en Amérique du Nord depuis 1966, date de la création d'une filiale de vente aux Etats-Unis.

La Division Amériques représente aujourd'hui 13% du chiffre d'affaires d'Arc International.

Depuis le début des années 2000, le Groupe a accéléré sa politique d'internationalisation afin d'accroître sa présence sur des zones en croissance, à travers ses sites de production (Nankin en Chine, Ras Al Khaimah aux Emirats Arabes Unis et Gus-Khrustalny en Russie), ses filiales de distribution et ses bureaux de liaison.

Il a notamment ouvert des filiales en Chine (2001), au Moyen-Orient (2004), au Mexique, au Japon et en Océanie (2005). La Division International (hors Europe et Amériques) correspond aujourd'hui à 36 % du chiffre d'affaires d'Arc International et présente d'importantes perspectives de développement sur des marchés dynamiques.

## Arc International, un Groupe français

Fleuron industriel du nord de la France, Arc International est fortement implanté dans ce pays. Le Groupe y emploie près de 7 200 personnes, réparties sur ses trois sites de distribution (Wasquehal, Parthenay, Nîmes), et ses deux sites de productions :

- le site historique d'Arques qui regroupe son siège social, ses activités de R&D et des lignes de production spécialisées comme le Diamax®.
- le site de Châteauroux où est implantée sa filiale Arc International Cookware (AIC) qui fabrique les produits de la marque Pyrex®.

Le Groupe possède également des bureaux à Lille et à Paris, un magasin d'art de la table à Arques et des entrepôts de déstockage.

## 2. Une stratégie : réaffirmer son statut de leader

Arc International a défini une stratégie à long terme pour être le leader reconnu des arts de la table. Elle s'articule autour de trois axes majeurs :

- **Valoriser les efforts d'investissement en Recherche et Développement** sur les produits et les process afin de proposer des offres innovantes et compétitives
- **Assurer la croissance des marques du Groupe** sur les marchés à forts potentiels de croissance ou de valeur ajoutée

- **Optimiser la chaîne de valeur en :**
  - Renforçant la compétitivité des unités industrielles du Groupe et en développant une capacité de production au plus près de la demande.
  - Améliorant la gestion des stocks et en réduisant le temps de mise sur le marché des produits.

Arc International inscrit sa stratégie dans une logique de développement durable, alliant exigences économiques, responsabilité sociale et respect de l'environnement.

## 3. Une expansion équilibrée

Face à un contexte économique de plus en plus compétitif, Arc International a opéré une transformation et un recentrage de son activité dès 2007, qui s'inscrit dans la stratégie globale du Groupe. En 2009, confronté à une crise économique mondiale majeure, Arc International a accéléré la mise en œuvre de ce programme d'adaptation conjoncturelle :

- Cession et arrêt des activités non-rentables ou non-stratégiques
- Restructuration des marchés historiques aux Etats-Unis, en France et en Espagne
- Accélération de la Recherche et du Développement avec le lancement de matériaux innovants (Diamax® et Zenix®)

- Renforcement de la présence d'Arc International dans les pays à forte croissance
- Poursuite du programme d'efficacité visant à placer le site d'Arques au niveau de performance nécessaire pour être durablement compétitif sur le marché européen

Le plan stratégique de transformation d'Arc International a d'ores et déjà porté ses premiers fruits. L'Amérique du Nord est redevenue pleinement performante, tandis que les filiales du Groupe en Chine et au Moyen-Orient ont vu leurs ventes augmenter. Enfin, la diminution des niveaux de stocks et la maîtrise des investissements ont permis à l'entreprise de mieux maîtriser son endettement.



### 1• Arc International, le leader mondial des arts de la table

La référence mondiale des arts de la table	p.4
Une stratégie : réaffirmer son statut de leader	p.5
Une expansion équilibrée	p.5

Sommaire	p.2
----------	-----

2 • Arc International, la référence des arts de la table	p.6
--	-----

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes	p.9
--	-----

4 • L'engagement d'Arc International dans le développement durable	p.12
--	------

ANNEXES	p.16
---------	------

# 2 • Arc International, la référence des arts de la table



## 2. Arc International, la référence des arts de la table

p.6

Les métiers d'Arc International p.6

Un portefeuille complet de concepts d'art de la table p.7

Une expertise technologique au service d'autres entreprises p.8

Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table p.4

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes p.9

4 • L'engagement d'Arc International dans le développement durable p.12

ANNEXES p.16

## 1. Les métiers d'Arc International

Arc International s'appuie sur son savoir-faire en matière d'arts de la table pour maîtriser l'ensemble du cycle de fabrication de ses produits verriers – de la création à la distribution, en passant par la production.

### La création des produits

Mettre au point des nouveautés est essentiel pour un Groupe comme Arc International. Ce sont les équipes de R&D, de marketing et de design qui élaborent de nouvelles offres, conçoivent de nouveaux concepts d'arts de la table et fabriquent les moules nécessaires à la fabrication en série. Chaque année, plusieurs centaines de nouveaux produits sont créées à Arques et ailleurs pour répondre à une demande en perpétuelle évolution.

### La production

Arc International développe des concepts complets d'arts de la table, principalement en verre. Fort de ses importantes capacités de production, le Groupe peut produire jusqu'à 5 millions d'articles verriers par jour.

Aujourd'hui, ses sites de production sont au nombre de six, en France (Arques, Châteauroux), aux Etats-Unis (Millville), aux Emirats Arabes Unis (Ras el Khaimah), en Chine (Nankin) et en Russie (Gus-Khrustalny).

Cette implantation géographique au cœur des régions de consommation permet à Arc International d'approvisionner l'Europe, les Amériques, le Proche et Moyen-Orient et l'Asie-Pacifique, tout en adaptant les produits aux usages et attentes des consommateurs locaux et en limitant les coûts de transport.

### La fabrication du verre

Issu de la terre et du feu, le verre est principalement composé de 70% de sable, 20% de soude et 10% de chaux. Matériau recyclable à 100%, il bénéficie de nombreuses qualités : il est isolant, ininflammable, transparent, dur, délicat et pur. Spécialiste de ce matériau, Arc International fabrique du verre blanc, opale, borosilicate, vitrocéramique et encore du Kwarx®, du Zenix® et du Diamax®.

### La distribution

Arc International commercialise ses produits principalement via son réseau de filiales de distribution, de distributeurs partenaires et de distribution sélective.

Pour être au plus près des attentes de ses clients, le Groupe a développé une stratégie de distribution locale. Cette stratégie s'est matérialisée par le rachat de grossistes-distributeurs locaux, par la création de joint ventures ou de filiales de distribution, ainsi que par la mise en place de partenariats privilégiés avec des distributeurs bien implantés localement. En 2004, le Groupe a ainsi acquis, aux Etats-Unis, le grossiste Cardinal et, en France, le groupement de distribution Fliba. En 2006, il a conclu une alliance commerciale aux Etats-Unis avec le verrier turc Pasabahçe afin de desservir le plus grand marché de l'hôtellerie et de la restauration au monde.

Les produits d'Arc International sont également disponibles dans son magasin d'Arques, Arc Décoration, dans sa boutique en ligne : [www.latabledarc.com](http://www.latabledarc.com) et ses entrepôts de déstockage.

## 2. Un portefeuille complet de concepts d'art de la table

Avec près de 20 000 références commerciales, Arc International dispose d'un large portefeuille de concepts complets pour la cuisson, la table et la décoration, alliant verre, grès, bois, porcelaine, inox, faïence, à destination du grand public et des professionnels de l'hôtellerie et de la restauration. Le Groupe fabrique également des produits sur-mesure pour les entreprises.

### Les marques grand public

Arc International propose trois marques au grand public :



Luminarc® est la première marque d'arts de la table au

niveau mondial. Elle propose des produits tendances et innovants pour l'œnologie et la cuisine créative, destinés à un usage quotidien. Les différentes gammes sont conçues en fonction des usages et des goûts des consommateurs locaux.



Accessibles au plus grand nombre, les collections de verres, vases et accessoires,

de décoration de Cristal d'Arques® Paris jouissent d'une forte notoriété grâce à leur style élégant et raffiné.



Pyrex®<sup>(1)</sup> est spécialisé dans les produits de cuisson. Elle est aujourd'hui la première marque « cuisson four » pour l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique (verre et autres matériaux). Elle est vendue dans plus de 70 pays, notamment en France et en Grande-Bretagne où elle réalise 34% de ses ventes.



<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



### 2. Arc International, la référence des arts de la table

p.6

Les métiers d'Arc International

p.6

Un portefeuille complet de concepts d'art de la table

p.7

Une expertise technologique au service d'autres entreprises

p.8

Sommaire

p.2

1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table

p.4

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes

p.9

4 • L'engagement d'Arc International dans le développement durable

p.12

ANNEXES

p.16

## Les marques professionnelles

Arc International commercialise deux marques destinées aux professionnels :



Chef&Sommelier

Créée en 2007, la marque Chef & Sommelier regroupe des collections complètes et innovantes de vaisselle, de verrerie et de couverts. Cette marque est destinée aux professionnels de l'hôtellerie et de la restauration, mais aussi aux détaillants et aux passionnés de vin. Elle a su développer des produits aux formes emblématiques, à l'instar d'Open Up. Cette marque réalise 65% de son chiffre d'affaires à l'international.



Arcoroc® est une marque exclusivement dédiée aux professionnels. Elle propose une offre globale d'arts de la table (multi-segments, multi-concepts et multimatières). Elle élabore des produits design, résistants et fonctionnels qui répondent aux besoins des professionnels de l'hôtellerie de la restauration commerciale collective, et des cafés (entreprise, éducation, santé). Arcoroc® est aujourd'hui la deuxième marque d'arts de la table sur la cible professionnelle. Elle est très présente en Scandinavie (70% de parts de marché), en France (60%) et en Espagne (50%).

### 2. Arc International, la référence des arts de la table

p.6

Les métiers d'Arc International p.6

Un portefeuille complet de concepts d'art de la table p.7

Une expertise technologique au service d'autres entreprises p.8

Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table p.4

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes p.9

4 • L'engagement d'Arc International dans le développement durable p.12

ANNEXES p.16

## Les solutions créatives sur-mesure

La Division Business to Business (BtoB) élabore des solutions sur-mesure pour ses clients professionnels (industriels, négociants, fabricants de produits semi-finis et finis, distributeurs et prestataires de service...) qui souhaitent commercialiser des produits en verre ou possédant un composant en verre. Ses quatre activités principales sont l'industrie, la publicité, le premium et les programmes de fidélité. Aujourd'hui, ses principaux clients BtoB sont de grandes marques du secteur de la restauration rapide ou des boissons.

## 3. Une expertise technologique au service d'autres entreprises

Le Pôle Technologique propose, à partir du site historique du Groupe, des expertises et un savoir-faire de pointe. Roboticiens, experts de la fusion, spécialistes des machines et de la moulure ou encore ingénieurs en packaging mettent leurs compétences à la disposition d'autres entreprises industrielles. En 2010, près de 120 personnes du Pôle Technologique sur un effectif de 560 ont travaillé pour l'externe.

Ce pôle se compose de cinq entreprises proposant différents services :

- AGMS : fournisseur de solutions personnalisées de la composition à la goutte de verre
- Athena Engineering & Construction : spécialiste en ingénierie et construction de machines industrielles
- Axe3D Robotics : concepteur et intégrateur de solutions en robotique et vision industrielle
- MMV : spécialiste de l'usinage de précision
- C&P : fabrication de packagings en carton et plastique.

# 3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes

L'innovation est au cœur du développement d'Arc International. Depuis sa création, devancer les tendances, répondre aux attentes des consommateurs et des professionnels de l'hôtellerie-restauration, faire preuve de créativité et d'anticipation sont les principes qui ont fondé la culture d'Arc International.

Cette politique d'innovation s'est concrétisée dès les années 1930 par la fabrication mécanique du verre ou encore par la mise au point de la production automatisée du cristal en 1968. Plus récemment, elle a permis au Groupe de réaffirmer son leadership dans les arts de la table, en ayant toujours un temps d'avance sur l'ensemble de ses marchés, aussi bien en matière de design que de procédés industriels. S'appuyant sur plusieurs innovations de rupture, Arc International a ainsi pu concevoir des produits à forte valeur ajoutée, toujours plus performants et qualitatifs pour le consommateur.



## 3. Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes p.9

L'innovation au cœur de l'identité du Groupe	p.9
Les quatre programmes principaux de recherche	p.10
Des prouesses technologiques	p.10

Sommaire	p.2
----------	-----

1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table	p.4
---	-----

2 • Arc International, la référence des arts de la table	p.6
--	-----

4 • L'engagement d'Arc International dans le développement durable	p.12
--	------

ANNEXES	p.16
---------	------

## 1. L'innovation au cœur de l'identité du Groupe

Arc International consacre chaque année 3% de son chiffre d'affaires à la Recherche et au Développement.

Le centre d'expertise, basé à Arques, réunit les forces vives de la R&D du Groupe. Il concentre un savoir-faire et une capacité industrielle uniques au monde dans le domaine des arts de la table. Il dispose de plusieurs fours dédiés aux tests, d'équipements spéciaux et, depuis septembre 2010, d'un nouveau laboratoire de pointe proposant un savoir-faire inégalé en chimie du verre.

Plus de 260 personnes, parmi lesquelles 70 ingénieurs, œuvrent de front sur une quarantaine de projets par an, répartis entre recherche fondamentale, élaboration de produits innovants et mise au point de nouveaux procédés. Les équipes marketing prennent une part active dans la

définition de nouveaux produits ou de nouveaux axes de recherche. Elles sont à l'écoute des demandes des clients et des tendances de consommation, et travaillent étroitement avec les équipes de R&D pour faire émerger les idées et les produits de demain. Au total, ce sont plus de 700 personnes qui sont impliquées à un moment ou à un autre dans la Recherche et le Développement.

Outre cet axe de recherche sur les produits, le Groupe travaille également à la diminution des coûts de production, à la flexibilité des procédés de fabrication, à l'optimisation des investissements et au développement de produits et process toujours plus respectueux de l'environnement.

## 2. Les quatre programmes principaux de recherche

Ces axes prioritaires de recherche se traduisent en différents programmes sur :

- **La matière** : Les équipes de R&D travaillent sur des matières innovantes et des couleurs nouvelles.
- **Les produits** : Les principaux axes de la recherche produits sont la création de nouvelles formes, de nouveaux designs et décorations et de nouveaux packagings.
- **Les procédés industriels** : La spécificité d'Arc International est de maîtriser l'ensemble des paramètres du processus de production.

Les travaux en cours s'orientent vers des procédés de fabrication encore plus respectueux de l'environnement, la recherche d'une efficacité plus grande en consommation d'énergie ou encore une plus grande flexibilité des équipements.

- **Le respect de l'environnement** : Aujourd'hui, Arc International est très engagé en matière de recherches environnementales. L'objectif est de développer des matières et des procédés durables. A titre d'exemple, les nouveaux produits sont de plus en plus légers, conçus sans métaux lourds et décorés à base d'encre organiques.

## 3. Des prouesses technologiques

Ces dernières années, le travail en R&D d'Arc International s'est concrétisé par la mise au point d'innovations majeures qui constituent des avancées technologiques considérables dans les arts de la table. Plus particulièrement l'année 2010 a été marquée par le lancement de deux nouvelles matières : le Zenix® et le Diamax®.

### Le Kwarx®

Deux ans de recherches intensives et de mises au point ont été nécessaires pour finaliser en 2006 le Kwarx®. Innovation de rupture dans le monde de la verrerie, le Kwarx® présente les meilleures qualités du verre sans utiliser de métaux lourds.

De nombreux tests ont démontré son excellente résistance mécanique, due à sa structure et à sa composition, mais aussi au procédé unique de fabrication qui lui est dédié.

La fusion intime et invisible entre la jambe et la paraison du verre, par exemple, garantit une surface parfaitement lisse ne présentant aucune zone de faiblesse.

Enfin, le Kwarx® conserve son éclat d'origine après plus de 2 000 lavages industriels. Sa résistance au lave-vaisselle a été augmentée de 4 à 5 fois. Aucun effet dit «de perruque» (apparition de filaments blancs sur le verre) n'a été constaté.

### La transparence des verres

La transparence se mesure scientifiquement avec un indice de transparence W et la décoloration par un facteur teinte T. Le Kwarx® possède un indice W supérieur à 90 sur 100 et un indice T proche du zéro. A titre indicatif, celui du verre traditionnel est supérieur à 86/W.

### 3. Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes p.9

L'innovation au cœur de l'identité du Groupe p.9

Les quatre programmes principaux de recherche p.10

Des prouesses technologiques p.10

Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table p.4

2 • Arc International, la référence des arts de la table p.6

4 • L'engagement d'Arc International dans le développement durable p.12

ANNEXES p.16



### 3. Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes

p.9

L'innovation au cœur de l'identité du Groupe p.9

Les quatre programmes principaux de recherche p.10

Des prouesses technologiques p.10

Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table p.4

2 • Arc International, la référence des arts de la table p.6

4 • L'engagement d'Arc International dans le développement durable p.12

ANNEXES p.16

#### Diamax®

Le 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 à un passage quotidien en lave-vaisselle. Innovation majeure, cette nouvelle matière est destinée uniquement à la marque Cristal d'Arques® Paris. En offrant des articles fonctionnels, accessibles et esthétiques, le Diamax® facilitera notamment l'accès aux marchés émergents de Russie, du Moyen-Orient et de Chine.

#### Zenix®

Issu de la fusion à très haute température de matières premières minérales, le 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, le Zenix® offre une grande liberté pour la création de formes originales, tout en permettant d'obtenir une teinte délicate inspirée de la porcelaine. Le Zenix® est une innovation du Groupe dédiée aux marques Luminarc® et Arcoroc®.



# 4 • L'engagement d'Arc International dans le développement durable



Arc International inscrit son activité dans le respect des principes du développement durable qui veille à équilibrer les exigences économiques, la responsabilité sociale et le respect de l'environnement. Le Groupe ancre ainsi ses actions dans une approche entrepreneuriale et éthique de long terme. C'est un engagement réel des actionnaires et de la Direction du Groupe qui s'est notamment traduit par la signature du Global Compact en 2003, par la création de la fonction développement durable en 2004 et par l'élaboration en 2008 d'une Charte de développement durable pour Arc International Cookware (AIC).

## 1. Le Global Compact : un engagement mondial

Dès 2003, pour renforcer son engagement, le Groupe a signé le Global Compact, le Pacte Mondial des Nations Unies. Arc International s'est ainsi fortement impliqué en matière de normes du travail, de respect de l'environnement et d'éthique.

Très concrètement, cela signifie :

- Respecter les droits fondamentaux du travail et les faire respecter par ses fournisseurs
- Mettre en place des audits sociaux
- Signer un accord d'égalité hommes – femmes avec les partenaires sociaux
- Mettre en place un programme d'emploi et d'insertion de personnes handicapées
- Favoriser l'emploi local
- Appliquer les normes sociales les plus avancées
- Diminuer la consommation d'énergie et le volume des rejets
- Réduire les impacts environnementaux des unités de production et de distribution
- Construire des bâtiments Haute Qualité Environnementale (HQE)
- Sensibiliser l'ensemble des salariés aux problématiques environnementales
- Optimiser les transports
- Refuser toute corruption

## Le Global Compact

Le Global Compact a été initié par le Secrétaire Général de l'ONU, Kofi Annan. Ce Pacte Mondial des Nations Unies fournit un cadre de référence et de dialogue destiné à faciliter la convergence entre des pratiques du secteur privé et les valeurs universelles défendues par l'ONU. Il définit les éléments déterminants et essentiels à prendre en compte pour inscrire ses activités dans le respect des droits de l'homme et du développement durable. Pour Arc International, c'est le moyen de structurer un engagement de longue date pris au niveau social et environnemental dans toutes les filiales du Groupe.

### 4. L'engagement d'Arc International dans le développement durable p.12

Le Global Compact : un engagement mondial p.12

Arc International, un acteur socialement responsable et engagé dans l'économie locale de l'audomarois p.13

Une politique industrielle toujours plus respectueuse de l'environnement p.14

Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table p.4

2 • Arc International, la référence des arts de la table p.6

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes p.9

ANNEXES p.16

## 2. Arc International, un acteur socialement responsable et engagé dans l'économie locale de l'audomarois

Le développement durable pour un Groupe comme Arc International, c'est d'abord garantir la pérennité de son activité, tout en assurant la juste rétribution de ses parties prenantes que sont les actionnaires, les salariés, les clients, les fournisseurs, les distributeurs et les collectivités. La responsabilité sociale est une démarche naturelle pour Arc International qui a toujours été précurseur dans ce domaine. Ainsi, dès 1944, les salariés du site d'Arques ont bénéficié d'une couverture sociale.

### Proposer des solutions socialement responsables pour le site d'Arques

Aujourd'hui, dans un contexte économique difficile et face à la concurrence des pays à bas coûts, Arc International a dû adapter son site d'Arques pour en assurer la pérennité. Fidèle à sa tradition sociale, Arc International a travaillé en collaboration avec les partenaires sociaux sur un plan de départs volontaires.

Afin de limiter les départs contraints, le Groupe a favorisé :

- **la mobilité interne et externe de ses salariés :**  
Arc International a créé un Espace Emploi Mobilité pour permettre aux salariés qui le souhaitent de bénéficier d'un accompagnement personnalisé en matière de formation, de reconversion, de création d'entreprise et de mobilité interne.
- **la formation :** les efforts très importants d'Arc International en matière de formation ont permis de garantir l'intégration professionnelle des salariés.
- **la revitalisation du bassin d'emploi :**  
le Groupe s'implique fortement pour maintenir le dynamisme du bassin d'emploi de Saint-Omer. En collaboration avec les pouvoirs publics, Arc International a déployé depuis 2005 d'importants moyens pour attirer de nouvelles entreprises dans le territoire. A ce jour, une vingtaine d'entre elles se sont implantées, permettant la création de plus de 1 400 emplois. Ces réalisations ont été menées dans le cadre de deux conventions de revitalisation représentant un engagement d'environ 8 millions d'euros.

### Développer le capital humain de l'entreprise

Arc International investit fortement dans la formation de ses collaborateurs dans tous ses sites. Le nombre d'heures de formation par individu a continué de progresser en Europe comme à l'international. L'objectif est de répondre aux principaux enjeux de la profession à savoir, le développement continu des compétences, l'adaptabilité des métiers et l'évolution d'un emploi vers un autre.

En France, le budget formation représente 4% de la masse salariale, alors que l'obligation légale est à 1,6%. Arc International favorise notamment les formations diplômantes. Chaque année, 70 à 80 salariés se voient offrir un contrat de formation de trois ans, entièrement pris en charge par l'entreprise.

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



#### 4. L'engagement d'Arc International dans le développement durable p.12

Le Global Compact : un engagement mondial p.12

Arc International, un acteur socialement responsable et engagé dans l'économie locale de l'audomarois p.13

Une politique industrielle toujours plus respectueuse de l'environnement p.14

Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table p.4

2 • Arc International, la référence des arts de la table p.6

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes p.9

ANNEXES p.16

## Intégrer les personnes en situation de handicap

Conformément aux engagements du Global Compact, le Groupe poursuit ses efforts en faveur des travailleurs handicapés. Un septième accord d'entreprise a été signé en France pour les années 2010 à 2012.

L'objectif du Groupe est de contribuer à l'insertion professionnelle de ces personnes et au maintien dans la vie professionnelle de salariés déclarés inaptes par la médecine du travail. Cela s'est traduit notamment par la création en 1993 de l'Atelier du Lobel, une structure adaptée afin d'aider les personnes handicapées à rejoindre le milieu ordinaire du travail.

## Promouvoir la santé au travail

En tant qu'entreprise responsable, Arc International est particulièrement soucieux de la santé de ses salariés, notamment dans les pays où la protection sociale des citoyens est peu développée.

C'est le cas aux Emirats Arabes Unis où le Groupe a construit pour ses collaborateurs une clinique libre d'accès et développé une assistance médicale 24h sur 24, ainsi qu'un système d'assurance santé privé.

Aux Etats-Unis, le site de production de Millville a mis en place un Programme Santé individuel et gratuit, en partenariat avec des organismes de santé privés.

## 3. Une politique industrielle toujours plus respectueuse de l'environnement

En tant qu'entreprise fortement consommatrice d'eau et d'énergie provenant de matières fossiles, Arc International est très conscient de ses responsabilités environnementales.

### Une mobilisation du Groupe

L'ensemble du personnel est impliqué et sensibilisé aux économies d'énergie, et ce, sur tous les sites. Chaque mesure s'accompagne d'indicateurs de suivi qui permettent à chacun d'évaluer précisément et directement l'impact de ses efforts. Les fournisseurs sont également mobilisés : depuis 2008, les services achats intègrent systématiquement le critère de la consommation énergétique dans les appels d'offres.



#### 4. L'engagement d'Arc International dans le développement durable

p.12

Le Global Compact : un engagement mondial p.12

Arc International, un acteur socialement responsable et engagé dans l'économie locale de l'audomarois p.13

Une politique industrielle toujours plus respectueuse de l'environnement p.14

Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table p.4

2 • Arc International, la référence des arts de la table p.6

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes p.9

ANNEXES p.16

## Des procédés industriels plus respectueux de l'environnement

Au niveau de ses process industriels, le Groupe s'est engagé à limiter l'impact de son activité sur l'environnement, mettant en place dès 2004 un plan structuré d'économies d'énergie globale, de réduction des émissions de CO2 et d'optimisation de sa consommation d'eau.

Grâce à l'amélioration des performances thermiques, à l'optimisation du chauffage et à la détection systématique des fuites, Arc International a réussi à diminuer sa consommation globale d'énergie de 22 %. Les sites d'Arques et de Châteauroux ont, quant à eux, été encore plus loin, en souscrivant volontairement à un contrat de fourniture d'électricité incluant 25 % d'énergie renouvelable.

Concernant les consommations d'eau, Arc International a poursuivi la mise en œuvre de sa méthodologie d'optimisation. Les premiers résultats ont été positifs : par exemple, aux Etats-Unis, la consommation d'eau à la tonne de verre fondu a été réduite de 25 % en 2008.

Enfin, les rejets de CO2 ont été fortement réduits.

La décision stratégique d'implanter des unités de production au cœur des nouveaux marchés du Moyen-Orient et d'Asie du Sud-est a ainsi contribué à réduire sensiblement les émissions liées aux transports. En France, les tournées de livraison des clients ont été réorganisées.

## Une politique de R&D verte

Le Groupe intègre, depuis plusieurs années, la dimension environnementale à sa politique de R&D.

Cette politique passe tout d'abord par la recherche de nouveaux matériaux plus écologiques. Le Kwarx® et le Diamax® sont ainsi parfaitement recyclables, car ils n'utilisent pas de métaux lourds.

La politique verte du Groupe se traduit également dans l'élaboration de nouveaux produits tels que la ligne Green Table de Luminarc®. Les articles sont en verre, car la fabrication de la vaisselle dans ce matériau consomme deux fois moins d'énergie et émet deux fois moins de CO2 que celle de la vaisselle en céramique. Enfin, l'emballage des produits Green Table est en carton brut recyclé, recyclable et réutilisable à volonté.

## L'exemple Arc International Cookware (AIC)

AIC est particulièrement impliqué dans la politique de développement durable du Groupe. Ainsi, l'entreprise a mis en place un module de formation pour sensibiliser en trois ans l'ensemble de son personnel aux valeurs du développement durable. 15 % de l'effectif ont été formés en 2009 par quatre cadres de l'entreprise.

Entre 1999 et 2009, AIC a obtenu des résultats très significatifs :

- la consommation de gaz a été réduite de 65 %
- l'énergie consommée par tonne de verre fondu a diminué de 50 %
- les émissions d'oxydes d'azote ont été réduites de 95 %
- les émissions de HCI (Highly Charged Ion) ont été diminuées de 90 %
- la durée de vie des fours a été augmentée de 100 %

### 4. L'engagement d'Arc International dans le développement durable

p.12

Le Global Compact : un engagement mondial p.12

Arc International, un acteur socialement responsable et engagé dans l'économie locale de l'audomarois p.13

Une politique industrielle toujours plus respectueuse de l'environnement p.14

Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial des arts de la table p.4

2 • Arc International, la référence des arts de la table p.6

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration permanentes p.9

ANNEXES p.16

# ANNEXES

## 1. Les dates clés du Groupe



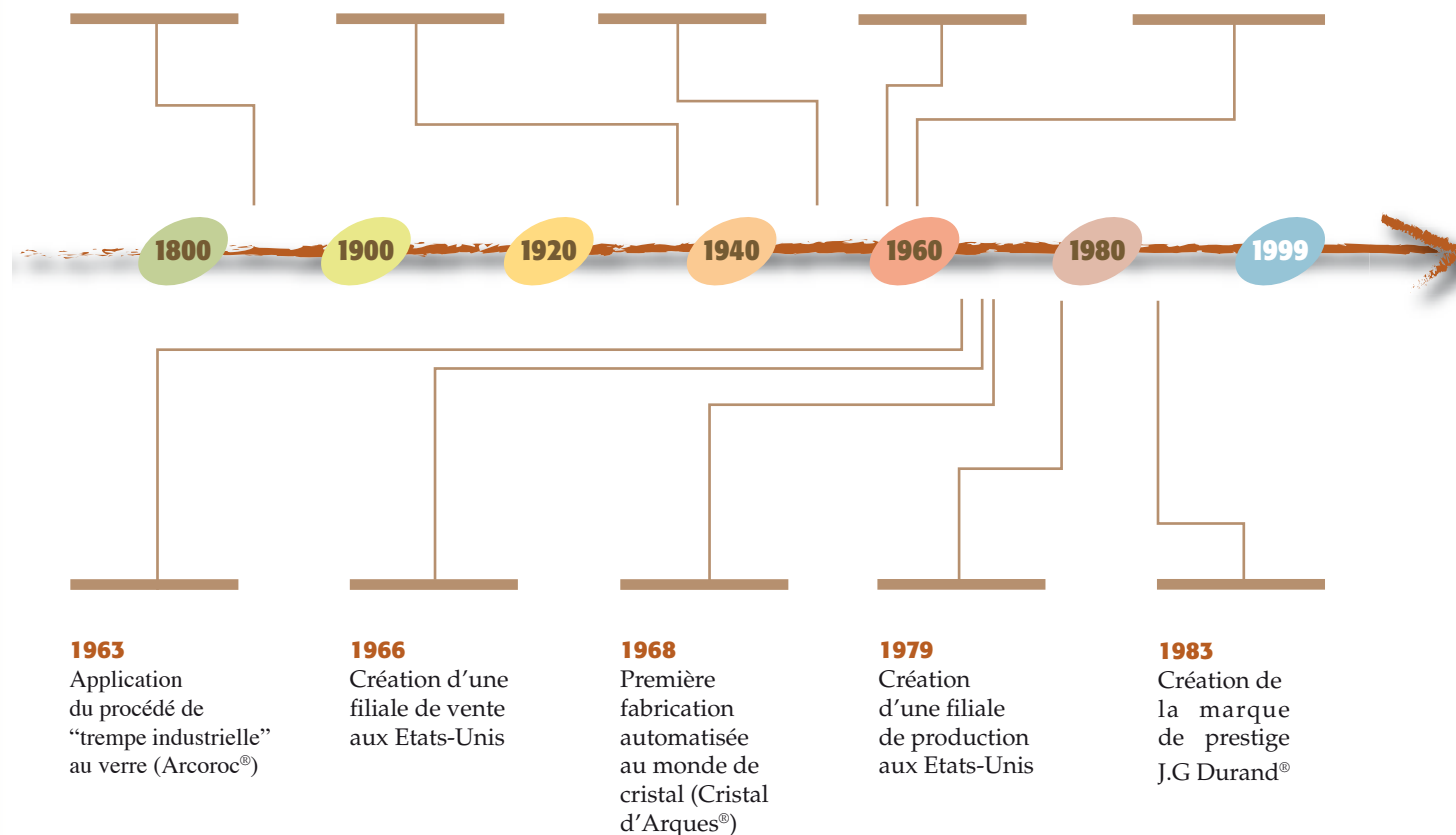
**1825**  
Création  
de la verrerie  
d'Arques

**1934**  
Utilisation des  
premiers fours  
à bassin et  
presses  
automatiques

**1950**  
Grâce au plan  
Marshall, la  
verrerie installe  
les premières  
machines à  
souffler le verre

**1958**  
Première  
fabrication  
automatisée  
du verre opale

**1960**  
Automatisation  
de la production  
des verres à pied et  
commercialisation  
de la marque  
Luminarc®



### ANNEXES

p.16

1. Les dates clés du Groupe p.16
2. Les données et chiffres clés 2010 p.18
3. La biographie de Guillaume de Fougères  
Président du Groupe Arc International p.19

Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial  
des arts de la table p.4

2 • Arc International, la référence  
des arts de la table p.6

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration  
permanentes p.9

4 • L'engagement d'Arc International  
dans le développement durable p.12

# 1. Les dates clés du Groupe (suite)



## ANNEXES p.16

- 1. Les dates clés du Groupe p.16
- 2. Les données et chiffres clés 2010 p.18
- 3. La biographie de Guillaume de Fougères  
Président du Groupe Arc International p.19

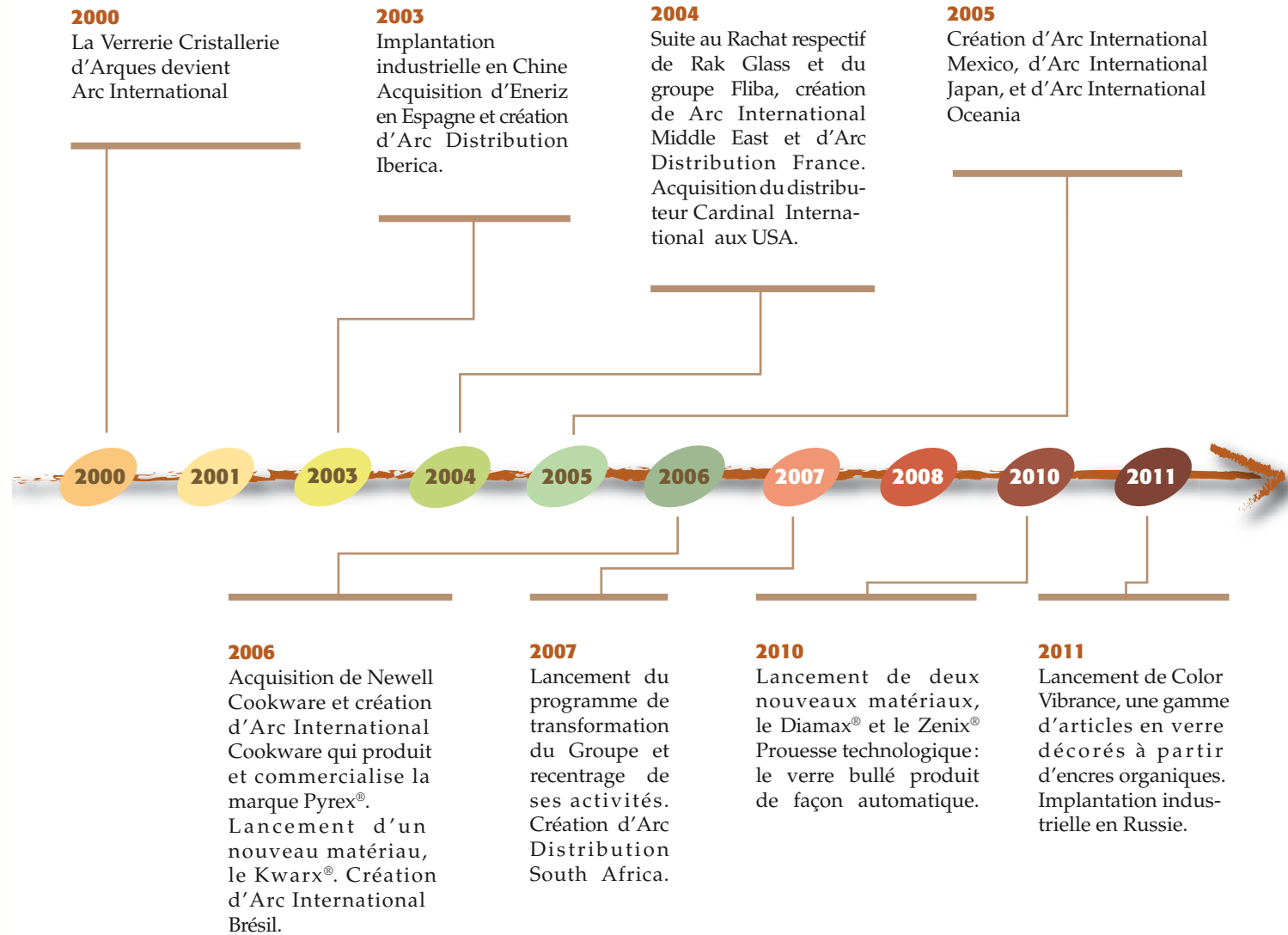
Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial  
des arts de la table p.4

2 • Arc International, la référence  
des arts de la table p.6

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration  
permanentes p.9

4 • L'engagement d'Arc International  
dans le développement durable p.12



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

## 2. Les données et chiffres clés 2011

Un Groupe aux capitaux 100% privés

Chiffre d'affaires du Groupe  
CA: **1,1** milliard d'euros en 2011

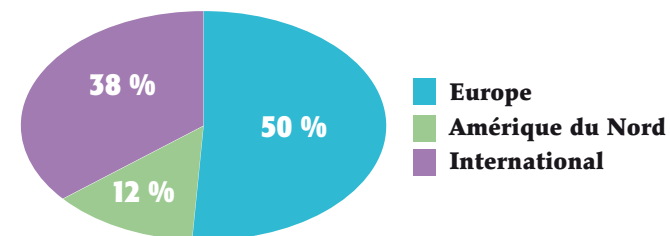
Nombre d'employés dans le monde : 12 600,  
dont 6 800 en France

Plus de 260 personnes dont 70 ingénieurs  
pour la Recherche et Développement

Environ 5 millions d'articles fabriqués chaque jour

Siège social : Arques, France

Répartition du chiffre d'affaires par région :



### ANNEXES

p.16

- |  |      |
|--|------|
| 1. Les dates clés du Groupe  | p.16 |
| 2. Les données et chiffres clés 2010   | p.18 |
| 3. La biographie de Guillaume de Fougères<br>Président du Groupe Arc International | p.19 |

Sommaire p.2

1 • Arc International, le leader mondial  
des arts de la table p.4

2 • Arc International, la référence  
des arts de la table p.6

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration  
permanentes p.9

4 • L'engagement d'Arc International  
dans le développement durable p.12

Une présence  
commerciale  
dans 160 pays

Des sites de  
production et de  
distribution sur  
les 5 continents



### 3. La biographie de Guillaume de Fougères – Président du Groupe Arc International



Entré en 2001 dans le Groupe Arc International en qualité de Directeur Administratif et Financier, Guillaume de Fougères est nommé Directeur de la Division International (2004), puis de la région Europe (2007) avant de prendre la tête du Directoire du Groupe le 14 février 2009.

Pour mener à bien sa mission, ce père de quatre enfants, né à Madagascar, s'appuie sur plus de 15 ans d'expériences acquises dans de grandes multinationales. Il a débuté sa carrière en 1989 au poste de directeur financier d'une PME de 120 salariés spécialisée dans la production de cosmétiques. En 1992, il intègre Unilever en tant que responsable du contrôle de gestion de la branche «dessert» de la multinationale spécialisée dans la grande consommation. Trois ans plus tard, en 1995, il rejoint le groupe Mars, à Orléans où il est contrôleur financier marché. De 1998 à 2001, Guillaume de Fougères occupe chez Valeo différentes fonctions, dont la direction financière de la branche thermique moteurs.

Guillaume de Fougères est titulaire de l'Advanced Management Programme de Harvard, diplômé de l'IEP Paris (Economie Finance 1988) et de deux maîtrises, en gestion et en économétrie.

#### ANNEXES p.16

- 1. Les dates clés du Groupe p.16
- 2. Les données et chiffres clés 2010 p.18
- 3. La biographie de Guillaume de Fougères  
Président du Groupe Arc International p.19

---

Sommaire p.2

---

1 • Arc International, le leader mondial  
des arts de la table p.4

---

2 • Arc International, la référence  
des arts de la table p.6

---

3 • Une dynamique d'innovation et d'amélioration  
permanentes p.9

---

4 • L'engagement d'Arc International  
dans le développement durable p.12

---

**Contact presse**

Karine Gittmann,  
Communication Institutionnelle  
Tél. +33 (0)3 21 12 79 74  
email : karine.gittmann@arc-intl.com

**Service de presse**

Agence Edelman  
Angéline Causse  
Tél. +33 (0)1 56 69 72 94  
e-mail : angelina.causse@edelman.com  
Anna Adlewska  
Tél. +33 (0)1 56 69 75 63  
e-mail : anna.adlewska@edelman.com

