

FILIERE CES VERRIERS, MAÎTRES DU FLACONNAGE

Avec un marché en berne depuis 2008, le flaconnage de parfumerie se doit d'être réactif vis-à-vis de ses clients parfumeurs. Son leadership mondial est en jeu.

DE NOTRE CORRESPONDANTE, CLAIRE GARNIER

La créativité des verriers ? Rien de tel qu'une visite au salon Luxe pack de Monaco, la grand-messe de l'emballage de luxe. On en avait déjà eu plein les yeux avec la panthère de Cartier incrustée dans le flacon réalisé par Pochet et l'étoile - forme si peu verrière - du flacon Angel de Thierry Mugler fabriqué par Brosse. On y a découvert les techniques de digital printing et de laser sur verre de l'allemand Heinz Glas, la gamme de verre recyclé haut de gamme de Verescence pour L'Oréal et les innovations en matière d'allègement de Bormioli Luigi, qui a décroché le prix « Luxe pack in green 2016 ».

Ces prouesses techniques sont autant de défis imposés par les parfumeurs. Comme l'explique Thierry Rabu, le directeur général du pôle flaconnage de Pochet du Courval, les verriers les relèvent car « la capacité à réaliser des flacons compliqués est un moyen de se crédibiliser ». Aussi Pochet est-il très fier d'avoir réussi avec son flacon « La vie est belle » (Lancôme) à ménager une forme de sourire

(façon Julia Roberts, l'égérie) dans un flacon rectangulaire. Mais ne comptez pas sur lui, ni sur ses confrères, pour dévoiler ses astuces de fabrication, ni la part de sa production qui part au rebut. Secret défense !

En réalité, les verriers n'ont pas d'autres choix que celui de la réactivité vis-à-vis de leurs clients parfumeurs et des groupes de luxe. La stagnation du marché mondial et la décroissance du marché européen dans le segment « prestige » entraînent une offre surabondante. Ces difficultés ne transparissent pas dans les chiffres d'affaires des parfumeurs (41,3 milliards d'euros en 2015, dont 24,6 milliards dans le segment premium) qui sont en croissance. Les industriels du flaconnage le confient mezza voce : les parfumeurs compensent

1 euro
C'est le prix moyen du flacon de parfumerie de grande série vendu aux parfumeurs.



Les Verrières du Courval (groupe Pochet) fabriquent de grandes séries, mais aussi des flacons compliqués afin de rester compétitifs.

la stagnation des volumes par une augmentation de leurs prix. Pour être plus réactifs, les grands verriers ont tendance à intégrer des fonctions de décor. William Varrall, le directeur du cluster Glass Vallée (lire page 66), résume l'enjeu pour les années à venir : « La segmentation plus grande des commandes va obliger les acteurs à plus de flexibilité, plus d'agilité. » Mais être agile pour une industrie lourde avec des fours jamais éteints, c'est un peu la quadrature du cercle !

Diversité et polyvalence

« Il faut être capable de faire le grand écart : réaliser le plus gros lancement mondial masculin avec "Sauvage" en 2015, tout en produisant des quantités plus faibles avec des décors toujours plus complexes », confie Astrid Dulau-Vuillet, la responsable marketing international de Verescence. Et pour cela, il faut disposer d'une taille critique suffisante. C'est le cas des deux majors français : Verescence (330 millions d'euros de chiffre d'affaires) et le groupe Pochet qui réalise 200 millions de chiffre d'affaires dans le verre (sur un total de 457 millions d'euros).

Certains verriers, dont Brosse (300 salariés), ont conservé quelques machines semi-automatiques pour pouvoir réaliser des petites séries ou des grands formats comme les flacons factices exposés dans les vitrines des distributeurs, voire des carafes haut de gamme pour les spiritueux. Dans ce cas, un employé ou un robot « cueille » le verre en fusion, le verse dans le moule ébaucheur jusqu'au coup de ciseau du maître verrier, qui reprend la forme par le col et la retravaille avant

GRUPE POCHET - NORD MACÉ



Jean-Paul Gaultier a choisi Popoye pour ses flacons de parfum pour homme.

Des décalcomanies pour Jean-Paul Gaultier

Pour son édition limitée Summer 2016 (300 000 flacons), Jean-Paul Gaultier voulait Popoye sur le flacon du parfum pour homme et Betty Boop pour la version femme. Avec des couleurs européennes : Brosse, Pochet, Verescence, Saverglass, Stözlze, Heinz Glas, Bormioli Luigi et Mornignies. Le principe de la décalcomanie à base d'encre a été retenu, en rupture avec celle à base d'émaux vitrifiables. « Nous avons travaillé six mois avec notre fabricant, l'entreprise belge Landgraf, pour développer une décalcomanie organique », à partir de ses maquettes. À nous

de nous approcher le plus possible de ce qu'il veut », explique Stéphane Pariche qui travaille pour quelques parfumeurs en direct et tous les verriers européens : Brosse, Pochet, Verescence, Saverglass, Stözlze, Heinz Glas, Bormioli Luigi et Mornignies. Le principe de la décalcomanie à base d'encre a été retenu, en rupture avec celle à base d'émaux vitrifiables. « Nous avons travaillé six mois avec notre fabricant, l'entreprise belge Landgraf, pour développer une décalcomanie organique », à partir de ses maquettes. À nous

de la placer dans le moule finisseur. Spécialiste des formats d'exception (pour Chanel, Dior...), des séries limitées ou des lancements à 2 000 unités, Waltersperger (33 salariés, à Blangy-sur-Bresle, en Seine-Maritime) est la dernière verrerie semi-automatique en France. « Nous tirons notre épingle du jeu avec les marques de niche très bien distribuées en Italie telles que Diptyque, Annick Goutal, By Kilian, L'Artisan Parfumeur », explique Arturo Franco le PDG. Cet ancien de L'Oréal et de Bulgari avait repris l'entreprise alors qu'elle se trouvait en redressement judiciaire en 2010.

Des investissements indispensables

La vie est loin d'être un long fleuve tranquille dans l'industrie du flaconnage de parfumerie. Les marges se réduisent d'année en année. Les Verrières de Masnières (Nord) ont été reprises en 2015 par le groupe autrichien Stözlze. SGD a changé plusieurs fois d'actionnaire depuis sa cession en 2008 par Saint-Gobain à un premier fonds d'investissement. Le groupe a décidé de scinder ses activités de parfumerie (Verescence) et pharmacie (SGD Pharma), estimant que les deux secteurs relevaient d'univers technologiques et réglementaires différents. « Il y a deux ans, quand nos clients ont visité notre usine de Mers-les-Bains, ils ont été très surpris de voir des flacons Chanel à côté de flacons pour la pharmacie », a confié Laurent Zuber, le PDG de SGD Pharma, à la revue britannique « Healthcare and life sciences review ». La séparation s'est accompagnée d'un changement d'actionnaires. Le chinois Jiayin Investment a racheté SGD Pharma au fonds Oaktree.

Pour rester compétitifs et innovants, les acteurs du flaconnage continuent d'investir dans leur outil industriel. Alors que le marché mondial du flaconnage pharmaceutique est appelé à croître de 4 % d'ici à 2020 selon IMS Health, SGD Pharma (290 millions d'euros de chiffre d'affaires avec 2 750 salariés) a investi 65 millions d'euros dans une nouvelle usine à Saint-Quentin-La-Motte (280 salariés), équipée de salles blanches, à six kilomètres de son site historique de Tréport - Mers-les-Bains. Elle fabrique avec deux fours un verre moulé neutre de haute qualité pour les laboratoires pharmaceutiques (GSK, Shire, Sanofi...). Soit, chaque année, quelque 400 millions de flacons destinés à recevoir des médicaments administrés par injection ou perfusion. « Notre stratégie est de renforcer nos positions de leader dans le monde mature - Europe et Amérique du nord - et de nous développer dans les pays émergents, en particulier en Asie qui connaît une très forte croissance », explique Christophe Rogier, le directeur de l'usine de

Saint-Quentin-la-Motte. Le groupe s'est implanté en Chine, à Zhanjiang, et en Inde en rachetant en 2015 une usine au verrier indien Cogent.

De son côté, Verescence investit 100 millions d'euros en trois ans : 50 millions en France dont 30 millions d'euros dans son usine historique de Mers les Bains - Le Tréport (850 salariés), le cœur de son expertise. Cette dernière produit 200 millions de flacons par an, avec trois fours dont un pour le verre recyclé. C'est la plus grosse usine mondiale de flaconnage pour la parfumerie», assure Astrid Dulau-Vuillet, responsable marketing international.

Le luxe à tout prix

Pochet vient de rénover l'un de ses fours (14 million d'euros) dans son usine de Guimerville (Seine Maritime 1 200 salariés) équipée de quatre fours, dont un actuellement à l'arrêt. Le groupe familial investit par ailleurs 10 millions d'euros dans ses trois usines françaises de parachèvement à Guimerville, à Gamaches (Somme) et à Beaugency (Loiret). Face à la concurrence, les verriers français jouent la différenciation et la diversification. Pochet et Verescence se sont ouverts à la cosmétique avec des pots et des flacons pour le maquillage et les soins. « Le luxe est l'axiome de Pochet. Nous nous ouvrons à d'autres secteurs tout en restant dans le luxe », explique Thierry Rabu, en évoquant la tendance à venir de « pots très fins et résistants ».

Les verriers sont aussi tentés d'aller vers les bouteilles et les carafes de luxe pour les spiritueux, un marché en croissance, contrairement à celui du flaconnage de parfumerie. Dans ce secteur, la France a son leader mondial avec Saverglass qui a réalisé l'an passé 401 millions d'euros de chiffre d'affaires (dont la moitié à l'export) avec 2 500 salariés. Il produit 600 millions de bouteilles par an dans ses usines de Feuquières dans l'Oise, où se trouve son siège social, du Havre (Seine-Maritime), d'Arques (Nord) et de Ras al-Khaimah aux Émirats arabes unis. Il fabrique des bouteilles de whisky grand luxe pour les États Unis, des bouteilles de cognac haut de gamme ou des bouteilles de rosé dont il détient le fond de piqûres en forme de pétale de rose. Saverglass a connu son heure de gloire avec la bouteille de la vodka G Goose qui a enflammé les Américains épatés par le satinage donnant un effet givré à la bouteille, l'oise en transparence et l'utilisation d'une encre biodégradable pour la sérigraphie. « Nous travaillons à partir de catalogues de bouteilles de vins et spiritueux que nous enrichissons chaque année. En parallèle, nous répondons à des demandes spécifiques. C'est parfois du travail d'orfèvre ! », explique la direction marketing. Le groupe, qui vient de quitter le giron d'Astorg pour le fonds d'investissement américain Carlyle, a rénové l'un des deux fours de l'usine de Feuquières (1 500 salariés) qui tourne à plein régime.

On l'aura compris : le marché du flaconnage verrier ne forme pas un ensemble homogène, ni en termes de marché, ni en termes de formulation du verre. Les qualités recherchées pour le flacon ne sont pas les mêmes selon qu'il doit recevoir le « jus » du parfumeur, un whisky écossais ou des dérivés sanguins. Il y a pourtant un point commun. Le prix du flacon est toujours epsilon dans le prix final.

aujourd'hui) fondée en 1896. Bienvenue dans la vallée de la Bresle, la plus grande concentration au monde de savoir-faire en matière de flaconnage verrier.

Cette vallée n'a jamais cessé de s'adapter, du simple vers le complexe : verre plat, gobeletterie, puis flaconnage de luxe. Suivant l'endroit où l'on place le curseur, on estime qu'elle produit aujourd'hui entre 65 et 75 % du flaconnage mondial de haute parfumerie. La filière - 70 entreprises pour 7 000 emplois - est commandée par une poignée de verriers : Verescence, les Verreries du Courval (Pochet), créées en 1623, Brosse (groupe italien Zignago Vetro), Saverglass, SGD Pharma, Nipro PharmaPackaging France et Waltersperger. Les deux premiers de la liste, qui sont aussi les deux leaders mondiaux pour le flaconnage de haute parfumerie, se livrent une concurrence féroce à 30 kilomètres de distance. Verescence met en avant son verre recyclé de haute qualité et Pochet son verre très pur. Quant à Brosse, son statut de verrier mixte (automatique et semi-automatique) lui permet de fabriquer un verre qui, de l'avis des spécialistes, se rapprocherait du cristal, mais sans plomb.

Autour de ces verriers gravitent une myriade de sous-traitants. En amont, on trouve des designers, des maquetistes et les fabricants de moules en fonte (moulistes). En aval, des entreprises spécialisées dans le tri qualitatif détectent le moindre défaut, des entreprises de parachèvement assurent les travaux de finition (polissage, dépolissage, sablage) et de décor (laquage, sérigraphie, tampographie, marquage à chaud...). La filière comprend également des plasturgistes, tels qu'Albéa, qui emploie 448 salariés dans son usine du Tréport. C'est le centre d'excellence du groupe pour les pompes destinées au parfum, aux lotions et aux échantillons.

Un concentré de savoir-faire et d'expertise

William Varrall, le directeur de la Glass Vallée, nom du cluster créé en 2001, soutenu par l'État et les régions Normandie et Hauts de France, résume la force de cet écosystème. « La Glass Vallée a cette particularité, unique au monde, de réunir sur un même territoire des entreprises aux savoir-faire complémentaires, avec une expertise reconnue. Ce qui permet à nos clients de trouver en un même lieu tout ce dont ils ont besoin pour fabriquer un flacon haut de gamme 100 % made in France, un argument de vente majeur, précise William Varrall. En quelques années, notre offre s'est considérablement élargie, par de nouvelles techniques et par l'intégration de métiers liés à la réalisation de flacons, comme la plasturgie ou la fabrication de pompes, la tendance étant d'aller vers l'offre la plus complète possible. »

Le cluster propose à son réseau d'entreprises de travailler sur des thèmes transversaux : ingénierie concurrente, performance globale et individuelle, export, formation, RSE territoriale, attractivité des métiers ou encore agilité en matière de RH. « Nous faisons en sorte que notre écosystème continue à capter l'essentiel du marché dans un contexte de forte concurrence européenne. »

Les historiens font remonter cette industrie verrière à l'époque gallo-romaine. L'arrivée du train en 1873 dans la vallée fut une révolution, car les verreries cessèrent d'utiliser

Les Verreries du Courval, groupe Pochet, se spécialisent dans les flacons pour la parfumerie de luxe.

ÉCOSYSTÈME

LA BRESLE, TERRE DE VERRE

La vallée de la Bresle, à cheval entre la Normandie et les Hauts de France, produit entre 65 et 75 % du flaconnage mondial de haute parfumerie.

DE NOTRE CORRESPONDANTE, CLAIRE GARNIER

Eu - Le Tréport Mers-les Bains. Trois petites villes que l'on appelle « villes sœurs », blotties à l'embouchure d'une rivière, la Bresle, parsemée d'étangs et bordée par la forêt d'Eu. À la frontière entre Seine Maritime et Somme, entre Normandie et Picardie, une curiosité attend le visiteur : à cheval sur les communes du Tréport et de Mers-les-Bains, se déploie une immense usine, l'ancienne verrerie Desjonquères (Verescence

ROUPE POCHE

« Il est difficile de gérer les pics et les creux d'activité »



Ils sont presque aussi nombreux que ceux de la fabrication du verre, bien que certains verriers aient intégré ces fonctions de décor.

Quels sont les futurs grands chantiers pour la Glass Vallée ?

Il nous faut réussir à attirer des compétences et des cadres. Une tâche ardue à cause du désintéret pour les métiers industriels en France. Pourtant, les personnes que nous recrutons ne cherchent jamais à s'en aller ! L'autre difficulté est la gestion des pics et des creux d'activité.

Y a-t-il une autre Glass Vallée dans le monde ?

Non, car il n'y a pas d'autre concentration sur un même territoire de verriers et d'entreprises spécialisées dans le flaconnage de luxe.

En quinze ans, l'effectif de la Glass Vallée est resté stable (7 000 emplois) alors que l'automatisation s'est accrue.

Comment l'expliquez-vous ?

Les décors sont plus complexes qu'avant et, sur un même flacon, vous pouvez avoir une multitude de décors. Les emplois liés à cette activité ont augmenté. ■

Quels sont les futurs grands chantiers pour la Glass Vallée ?

Il nous faut réussir à attirer des compétences et des cadres. Une tâche ardue à cause du désintéret pour les métiers industriels en France. Pourtant, les personnes que nous recrutons ne cherchent jamais à s'en aller ! L'autre difficulté est la gestion des pics et des creux d'activité.

Y a-t-il une autre Glass Vallée dans le monde ?

Non, car il n'y a pas d'autre concentration sur un même territoire de verriers et d'entreprises spécialisées dans le flaconnage de luxe.

En quinze ans, l'effectif de la Glass Vallée est resté stable (7 000 emplois) alors que l'automatisation s'est accrue.

Comment l'expliquez-vous ?

Les décors sont plus complexes qu'avant et, sur un même flacon, vous pouvez avoir une multitude de décors. Les emplois liés à cette activité ont augmenté. ■

Quels sont les futurs grands chantiers pour la Glass Vallée ?

Il nous faut réussir à attirer des compétences et des cadres. Une tâche ardue à cause du désintéret pour les métiers industriels en France. Pourtant, les personnes que nous recrutons ne cherchent jamais à s'en aller ! L'autre difficulté est la gestion des pics et des creux d'activité.

Y a-t-il une autre Glass Vallée dans le monde ?

Non, car il n'y a pas d'autre concentration sur un même territoire de verriers et d'entreprises spécialisées dans le flaconnage de luxe.

En quinze ans, l'effectif de la Glass Vallée est resté stable (7 000 emplois) alors que l'automatisation s'est accrue.

Comment l'expliquez-vous ?

Les décors sont plus complexes qu'avant et, sur un même flacon, vous pouvez avoir une multitude de décors. Les emplois liés à cette activité ont augmenté. ■

➔ le bois de la forêt d'Eu pour le chauffage de fours itinérants, préférant faire venir du charbon d'Angleterre par voie maritime et construire des usines en fond de vallée. Par la suite, l'automatisation du flaconnage dans les années 1950 a permis aux verriers de la vallée d'accompagner le développement des parfumeurs. On doit cette révolution à la famille Desjonquères : en 1947, elle a ramené des États-Unis la première machine « IS » (individual section) qui reproduisait le geste humain. La gouttelette de « verre » était désormais coupée automatiquement - et non plus à la main - à son arrivée dans le moule ébaucheur (pour la préforme). Le transfert entre le moule ébaucheur et le moule finisseur se faisait sans intervention humaine. Cette machine équipe aujourd'hui tous les verriers du monde. ■