

Arc en images



Vue aérienne du site d'Arques (Pas de Calais)

Tout a bougé chez Arques, depuis octobre dernier : identité, logos, stratégie marketing. Dès septembre, après le rachat de l'entreprise américaine Mikasa, le leader mondial des arts de la table a pris le tournant du millénaire pour devenir Arc International.

Une image musclée qui reflète l'historique de l'entreprise enracinée depuis l'origine à Arques, près de Saint-Omer (Pas de Calais) mais exprime en même temps sa projection dans l'avenir. Le célèbre archer du logo, a demi-fléchi dans l'effort, s'est brusquement dressé pour cibler avec vigueur



les perspectives du futur. Comme l'exprime M. Karzak, directeur général adjoint d'Arques, l'entreprise souhaite quitter sa place traditionnelle de premier fabricant de verre au monde pour devenir le numéro 1 des Arts de la Table.

La nouvelle politiques des marques veut répondre aux exigences actuelles des consommateurs. Elle est structurée en trois pôles : le libre-service (Luminarc et cristal d'Arques), la vente assistée, boutiques et grands magasins (Mikasa, JG Durand et Salviati, la restauration hors foyer (Arcoroc).



Luminarc se distingue par un logo tricolore traduisant les «trois nouvelles envies du

marché». Jaune : simplicité, bleu : diversité, rouge : authenticité. L'objectif du lancement de cette nouvelle gamme est de clarifier l'offre en magasin. Une segmentation en quatre univers : la table, la cuisine, la décoration de la maison, le domaine des enfants. Charte graphique et packaging apportent une identité visuelle forte et rendent les produits facilement identifiables.



Cristal d'Arques représente 68 % des références en cristal et cristallin distribués en hyper-marchés sur le continent européen. La collection est segmentée en deux : la table et la

décoration. Le logo est allégé mais la colombe, élément-clé est conservée. Le packaging évolue présentant certains modèles en double conditionnement : trois ou six articles. L'ensemble des produits est harmonisé par une même charte graphique.



Arcoroc est désormais la signature des marchés professionnels : restauration collective (entreprise, enseignement, santé) et restauration commerciale



(restaurants, hôtellerie). La restauration collective doit répondre à des normes de plus en plus strictes de sécurité alimentaire, la restauration commerciale, elle, demande de plus en plus de création pour répondre aux nouveaux concepts d'une alimentation régionale, voire internationale (souchis, pizzas, tapas...). Riche de 950 références l'offre Arcoroc se présente en trois sections : vaisselle, verrerie, accessoires repris avec un dessin très libre dans le nouveau logo.



Table Xarance – Arcoroc

La vente assistée comporte les trois dernières marques du groupe...

Mikasa, nouveau venu, sera distribué dans un univers allant des produits de gamme moyenne jusqu'au milieu de la haute gamme. La marque sera «mode» et jeune tendance.

JG Durand : créée en 1983, se situe dans le haut de gamme. S'adressant à une distribution sélective, trois segmentations positionnent clairement les

produits : verres à pied, accessoires, décoration. 95 % de la collection est en cristal.



Salviati, marque prestigieuse et historique du verre vénitien qui a reconquis l'Europe grâce au dynamisme d'Antonio Salviati à la fin du 19^{ème} siècle, demeure fidèle à sa tradition créative. Ses produits s'adressent à une clientèle de connaisseurs et d'amateurs d'art qui apprécient qualité et originalité du design.

Cette nouvelle logistique d'Arc International s'accompagne d'investissements sur le plan industriel. Un prochain four destiné à accroître de façon majeure la production de verre sera prochainement mis en chantier, vraisemblablement sur le site d'Arques qui occupe déjà plus de douze mille personnes. Un événement attendu dans le Pas de Calais.



Décoration : Eden-Cassandra Cristal d'Arques

Arc International en chiffres

Chiffre d'affaires global de l'ordre de 10 milliards de Francs
Superficie de 250 hectares dont 85 hectares de bâtiments
Effectifs de 13 000 personnes dont 1500 à l'étranger

Quatre sites :

- Arques (France)
 - Millville (Etats-Unis)
 - Vicrilla (Espagne)
 - Un site en Chine
- 800 métiers différents

Production :

- 5 500 000 pièces par jour dont 220 000 en cristal
- 1 000 tonnes de verre par jour dont 80 % exportées vers 155 pays
- 6500 articles différents et 800 nouveautés par an

Consommation journalière :

- 750 tonnes de sable
- 200 000 m³ d'oxygène
- 440 000 m³ de gaz naturel
- 1 200 000 kw/h

Source : **Revue VERRE** – Vol 6, n°6. Décembre 2000

© Institut du Verre – <http://www.institutduverre.fr>