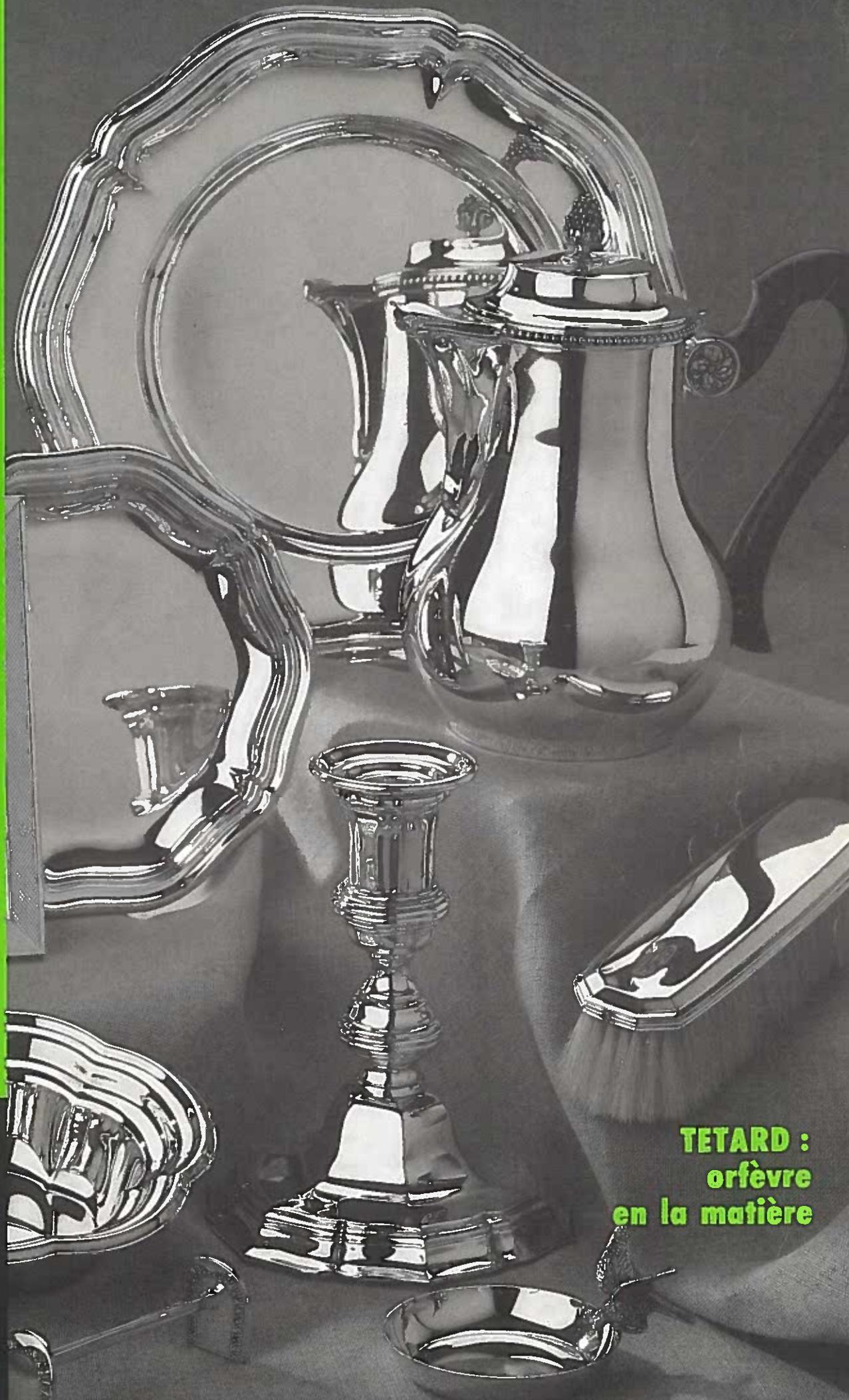


# CLAUFINO

N°80

DE JUIN  
A SEPT. 91



**TETARD :**  
orfèvre  
en la matière

# Sommaire



**1** Du bibelot à l'hosto... avec la Galvano

**11** La chasse au gaspi

**12** Demain commence maintenant

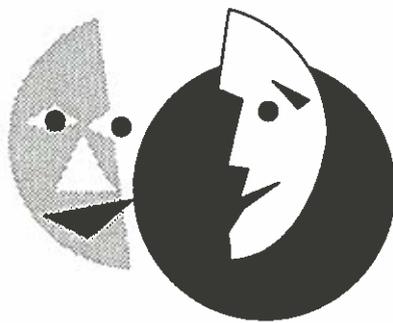


**16** Tétard : orfèvre en la matière

**26** Parlons-en



**7** Défi-Délai



**22** Rénovation à FT

**9** Le V. R. P.



**13** CLAL + : premiers souffles

**24** Le lion d'or

Directeur de la publication : M. Masounave  
Rédactrice en chef : P. Trigalo  
Correspondants : A. Lapostolle, C. Leguil, M. Poncet, B. Poncat, G. Talon, S. Vandernoth, B. Vernières, B. Viennot  
Photos : Correspondants, D. Velard  
Maquette : D. Pujos  
Illustrations : D. Sutter  
Photocomposition CLAL : C. Santi  
Impression : Rozier

REPRODUCTION INTERDITE SANS AUTORISATION

CLAL-INFO est une réalisation du service Formation-Communication-Information.

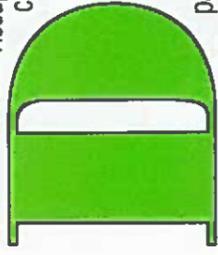
# AU BAIN À L'OR

## LE DÉPARTEMENT GALVANO

Galvanoplastie, ce terme qui peut paraître plutôt barbare pour le profane signifie : "déposer par voie électrique ou électrochimique un métal sur un support pour le décorer, le rendre plus résistant ou améliorer ses caractéristiques". Voilà l'une des facettes du secteur que dirige M. Sylvain Boursault à la division Métiers d'Art.



Ce service Galvano est en fait issu de l'ancien service " sels et bains " que dirigeait alors Dominique Lecomte. Une restructuration a eu lieu l'an dernier et les activités ont été "redistribuées", ainsi le "nitrate d'argent photochimie" dépend maintenant de la DRA (division Récupération Affinage) et certains bains et activités chimiques du secteur Joliot Parant.

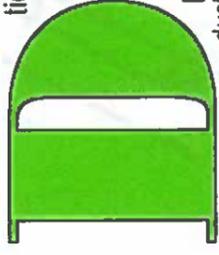


## E L'AGRICULTURE À LA MEDECINE

De multiples produits sont commercialisés par le service Galvano. des produits dont parfois vous ne soupçonneriez même pas l'existence, tel l'iode d'argent. Il s'agit d'un sel utilisé notamment à des fins...climatiques ! En effet, pour éviter les dégâts causés par la grêle, il suffit de bombarder les nuages en formation avec des cristaux d'iode d'argent. Cela accélère la condensation de l'humidité de l'air qui se précipite en pluie avant d'avoir le temps de geler et de se cristalliser en grêlons.

Le chlorure d'or, si on l'emploie dans certains bains de dorure permet des applications assez originales, telle que la photographie d'art. Le dépôt d'or donne un aspect style sépia à la photo, plus brun que jaune.

Depuis la plus haute antiquité, l'or est réputé pour ses qualités thérapeutiques. Ainsi l'or était sensé iadis guérir la rougeole, la dysenterie, l'épilepsie, la peste, etc... Utilisé aujourd'hui en quantités infinitésimales, l'or peut soigner certains rhumatismes ou certains cancers de la peau ou du cerveau (dans ce dernier cas sous forme de minuscules billes d'or introduites dans la région malade). L'un des clients du secteur Galvano utilise, par exemple, près d'une dizaine de kilos d'or fin sous forme de chlorure pour l'élaboration de médicaments !

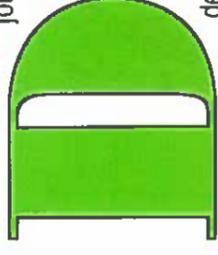


## ES PHOTOS, DES PILES ET DES FLACONS DE PARFUMS.

Le nitrate d'argent, surtout employé dans l'industrie photographique, a des utilisations également peu courantes. Ainsi, sachiez-vous que le tain de certains miroirs (de luxe) est réalisé à partir de nitrate d'argent? Hormis la miroiterie, ce produit élaboré sous forme de crayons est utilisé pour... "brûler" les verrues. Il est par ailleurs la base de tout un tas de sels et poudres d'argent. Un client en consomme près de 30 tonnes par an pour fabriquer des piles électriques de haute technologie, utilisées par les satellites et les torpilles de sous-marins à qui elles fournissent l'énergie nécessaire à leur propulsion !

Le cyanure d'argent simple ou double est utilisé pour l'orfèvrerie ou pour les contacts électriques ou électroniques, car tout le monde le sait (!?), l'argent est un excellent diffuseur d'électricité !

Parmi les sels de platine ou platinoïdes, on trouve le chlorure de palladium qui rend conducteur les plastiques et permet une dorure flash dans l'industrie de l'emballage de luxe. Des exemples? Et bien, sur des flacons de parfums ou de vernis à ongles, des écrans de biologie. En gros, tout ce qui concerne la cosmétologie, la bijouterie ou la parfumerie !...



## ÉCORATION ET CONNEXION

L'ordécor fabriqué à partir de sels d'or, est destiné à la cristallerie comme Saint-Louis ou Baccarat. Il s'agit d'une poudre d'or que l'on utilise soit pure, soit

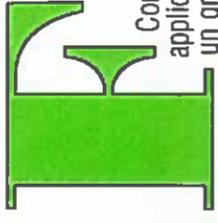


Le nouveau logo du département Galvano.



Or fin pour dissolution.

mélangée à une poudre de cristal. On l'applique sur un vase, un verre ou n'importe quel autre objet en cristal. L'or liquide (que nous ne fabriquons pas) est un produit très différent. Noir et nauséabond (!?) il peut avoir des applications quasi-identiques dans la cristallerie, mais aussi est utilisé sur les porcelaines, la céramique, la verrerie. La majeure partie de la clientèle se trouve dans le secteur de la décoration. Quelques exemples d'application? Ils sont multiples : des coins de sacs ou de portefeuilles, des parures ou objets d'art, des boucles de ceinture, des fume-cigarettes, des ciseaux coupe-ongles, de la robinetterie de salle de bains, des barrettes de cheveux, etc... L'orfèvrerie et la connectique (électronique, informatique) occupent la seconde place. Loin derrière ensuite, on peut citer dans le désordre : les bijoutiers, la verrerie, les médailles, le packaging (emballage de luxe), les boutons,...



## FACTETTES MULTIPLES

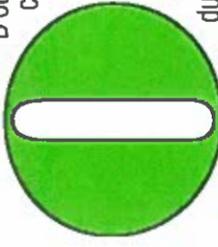
Comme vous pouvez le deviner à travers toutes ces applications, le département Galvano commercialise un grand nombre de produits, dont l'utilisation n'a parfois rien de galvanique. Son catalogue en est d'ailleurs le reflet puisqu'il ne compte pas moins de 22 sels d'argent, 12 sels d'or et plus de 80 sels de platine et platinoïdes!

Parmi tous ces produits, on peut citer quelques produits vedettes :

- l'aurocyanure de potassium, le sel le plus employé en dorure (5 tonnes)
- le chlorure d'or (plusieurs centaines de kilos)
- le nitrate d'argent (plusieurs dizaines de tonnes)
- les cyanures d'argent simple et double, utilisés en argenterie (2 tonnes)
- les anodes d'argent, utilisées pour recharger les bains d'argenture (environ 40 tonnes)

L'activité du département Galvano n'est pas limitée à la vente des produits. Il a également en charge la récupération des métaux précieux dans les solutions, qu'il s'agisse de bains hors d'usage, de bains de rinçage ou de bain de démetalisation. Cette deuxième activité est le complément de la vente de sels, puisqu'il s'agit de traiter les déchets issus de l'utilisation de nos produits, de les réhabiliter par affinage, pour les transformer, à nouveau, en produits consommables.

D'où le sigle du département : deux flèches qui se complètent pour former une orbite, un cercle sans origine ni fin.



## R LIQUIDE

Le département vient de lancer, à l'occasion du SITS (Salon International des Traitements de Surfaces), un nouvel appareil de récupération des métaux par voie cathodique. Son nom de baptême? "Le dominor". Et un succès certain lors de cette manifestation : une quarantaine de demandes d'essai, ce qui n'est pas mal du tout!...

Imaginé pour Purhypo, par MM. Devaux, Guignard et Lavoisard, et adapté aux besoins des galvanoplastes, cet appareil est une bonne illustration du travail entre Galvano et les autres divisions (Recherche, Division Récupération Affinage, Division Argent Industriel...). Haute technicité, esthétisme et aspect pratique : autant de qualités récompensées par un très bon accueil de la clientèle!

Ce type de collaboration inter-services est d'ailleurs largement repris par le département pour une autre "nouvelle" ligne de produits : les ors liquides.

Remise à l'ordre du jour après une étude de M. Touboul de la Direction des Applications Nouvelles, la fabrication des ors liquides (abandonnée en 1970 pour diverses raisons) va être reprise dans

quelques mois. Pour le moment, Mlle Villard et Mme Engelke (de la section chimie dirigée par M. Régnault) sont encore en train de peaufiner et de moderniser les gammes de fabrication.

Que sont ces ors liquides? Il s'agit de toute une série de produits contenant de l'or que l'on déposera par cuisson sur de la porcelaine, du cristal, du verre et de la céramique.

Les clients potentiels de ces produits sont bien connus de la Division Métiers d'Art, puisqu'ils sont déjà clients pour d'autres produits (ordres et ors laminés pour Saint-Louis et Baccara, anodes d'argent pour Guy Degrenne par exemple).

**D**

## E L'ARTISAN À LA MULTINATIONALE

À propos de clients, justement, ce qui fait l'une des richesses du département Galvano, c'est l'extraordinaire diversité de sa clientèle.

Du petit artisan, qui travaille seul, d'une manière traditionnelle, telle que l'a toujours vu faire par son père, et même parfois par son grand père, à la multinationale de 2000 personnes avec ingénieurs de production, ingénieurs de méthodes et acheteurs professionnels, tout est possible!

Il est certain que l'approche commerciale n'est pas la même, et que les commerçants du département Galvano ne peuvent avoir la même attitude, ni la même conversation avec l'argenteur qui lui offre un verre de cidre sur le coin de la cuve de rinçage, qu'avec l'acheteur principal d'une Thomson!...

Il s'agit certainement d'un des plus grands attraits de ce département, pour lequel il n'y a pas de petit ou de gros client, et pour lequel la politique de service est l'un des moyens de se démarquer de la concurrence. Une politique de service à tous les niveaux : disponibilité de la marchandise, rapidité de livraison, adaptation des produits aux besoins éventuels du client grâce au labo de recherche, grande qualité de l'accueil.

Politique mise en oeuvre par l'intégralité de l'équipe du département, où chacun a son rôle à jouer pour que le client soit satisfait!

**U**

## NE PETITE ÉQUIPE

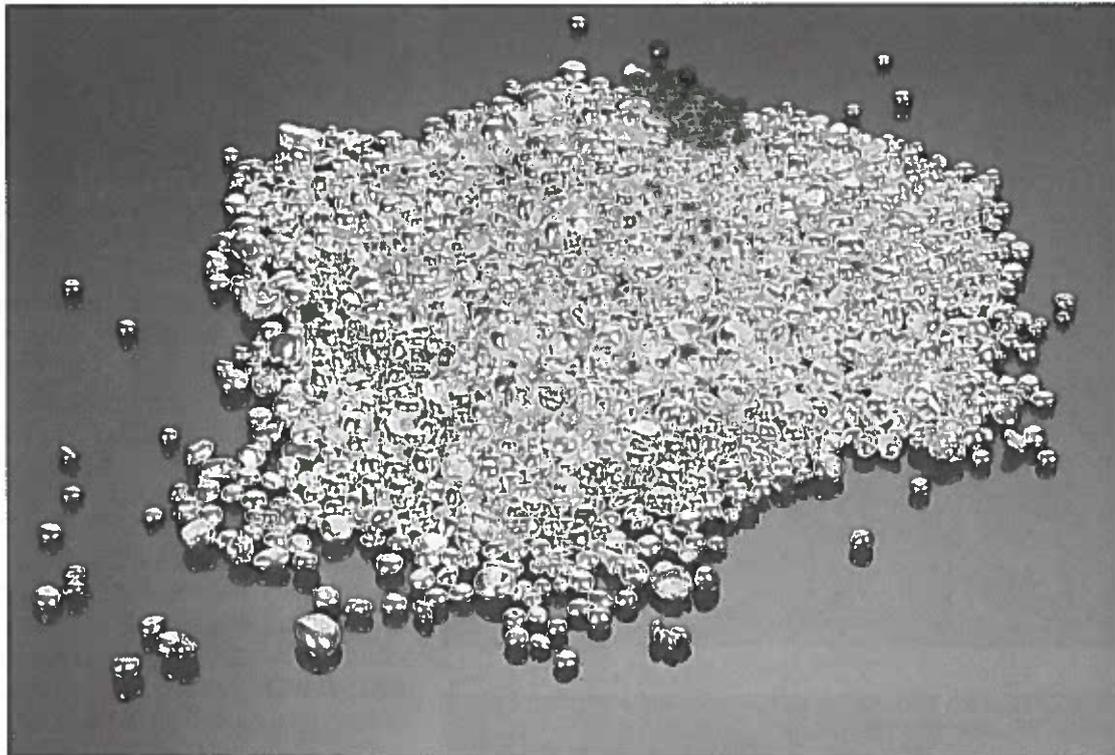
Comme tous les départements de la Division Métiers d'Art, Galvano est découpé géographiquement en unités commerciales : Bordeaux, Paris, Lyon, Marseille, Nice, Strasbourg et Toulouse.

Galvano est une des plus petites équipes de la division avec 6 personnes seulement, si l'on ne prend en compte que le personnel dont c'est la tâche principale.

**Silverio Lopez**, gère les stocks parisiens du département : commandes aux usines, réception et contrôle des livraisons des usines, préparation des commandes des clients et des succursales, ainsi que



Sylvério Lopez et Sylvain Boursault.



Grenaille d'argent galvanique.



Jean-Claude Huguet et Christian Ruquier devant le DOMINO



Pascale Frémin.



Fazia Bouibeb

Christian Ruquier, Sylvério Lopez (de dos), Jean-Claude Huguet s'entretiennent avec Sylvain Boursault.



Jeanine Réant.

des statistiques relatives à l'évolution des consommations des différents produits.

**Jeanine Reant**, accueille au guichet ou au téléphone les clients parisiens, notamment en matière de sels d'or ou d'argent.

**Pascale Frémin**, réalise la même tâche pour les anodes d'argent et de platine ainsi que pour les sels qui sortent un peu de l'ordinaire. En outre, elle prend en charge tout l'aspect "administration des ventes" avec le suivi administratif des clients et du stock parisien.

**Jean Claude Huguet**, nouvellement arrivé, chimiste de formation, prend en charge, petit à petit, les relations commerciales avec la clientèle parisienne.

**Christian Ruquier**, également chimiste de formation, gère les relations commerciales du département qui comportent des actions à caractère technique (juste avant de faire intervenir la compétence du labo de recherche, notamment en matière de récupération). Il apporte son soutien aux directeurs de succursales qui assurent le Commercial du département sur leur zone géographique.

**Jean Muller**, gère (à moitié de son temps) les relations commerciales avec la clientèle du sud-est.

Enfin **Sylvain Boursault**, assure la responsabilité du département commercial, il suit particulièrement les "grands comptes", et est notamment responsable des marges réalisées par le département, il lui incombe donc :

- de dynamiser l'équipe pour que chacun y donne le meilleur de soi en y trouvant un maximum de satisfaction
- de développer les relations les plus étroites possibles avec les unités de fabrication, mais aussi les ingénieurs de Recherche et Développement
- de veiller à la cohérence de la politique commerciale du département sur le territoire national
- de surveiller globalement l'évolution des marchés et des produits pour que ceux de la maison soient toujours leaders
- de participer à une harmonisation de nos relations avec les filiales étrangères, notamment HDZ, HR et SEMPSA qui ont des activités similaires.

A cette petite équipe il faut ajouter **Fazia Boulbeb**, qui bien que faisant partie du service de M. Person, prend en charge les relations administratives à l'export, qui ne sont pas négligeables et sont en plein développement actuellement.

Petite équipe donc, mais motivée! Et il faut l'être dans ce genre de travail où la plupart des produits vendus sont très courants, et peuvent se trouver sans difficultés ailleurs qu'au CLAL. Autre caractéristique de ces produits : la plupart sont très dangereux.

## **P**RODUITS TOXIQUES, ATTENTION DANGER!

La grande majorité des produits commercialisés par le département Galvano sont extrêmement dangereux, car s'ils ne sont pas acides ils contiennent des cyanures, dont la réputation n'est plus à faire!

"Corrosif, irritant pour la peau et pour les yeux, dangereux à inhaler" : telles sont les mentions habituelles portées sur les emballages. Avertissements certainement pas inutiles, mais qui génèrent des complications de commercialisations dues aux contraintes de transport qui ne sont pas toujours compatibles avec une politique de service. Dans ces conditions, vous comprendrez aisément que l'on ne puisse vendre de l'aurocyanure comme des cacahuètes ou des enveloppes et c'est bien ce qui motive toute l'équipe du département Galvano de la Division Métiers d'Art du CLAL!

## LA GALVANOPLASTIE

La galvanoplastie désigne la méthode utilisée pour déposer par voie électrolytique (voir croquis) un dépôt métallique pour assurer au support :

- un aspect décoratif (argenture, dorure, rhodiage, etc...)
- une protection contre l'oxydation (l'or est inaltérable)
- une résistance contre l'abrasion (rhodiage).

Le métal d'apport sous forme ionique (sel) est soumis à une réaction électrochimique (réduction) qui le porte à l'état métallique au voisinage de la cathode (surface de la pièce à revêtir).

L'anode sera le siège d'une ou de plusieurs réactions d'oxydation, elle peut être soluble (anode d'argent) ou insoluble (anode de platine).

Un bain d'électrolyse est constitué :

- d'un sel métallique (aurocyanure, cyanure d'argent, etc...)
- de sels conducteurs (cyanure de potassium)
- de mouillant (teepol, etc...)
- d'additifs divers (brillanteur, etc...).

## LE S.I.T.S.

Le Salon International des Traitements de Surfaces est une manifestation organisée tous les deux ans.

Ce salon est organisé en 6 zones d'intérêts :

- nettoyage et préparation des surfaces
- peintures et revêtements
- sous-traitance
- contrôle et automatisation
- traitement de la pollution
- métallisation.

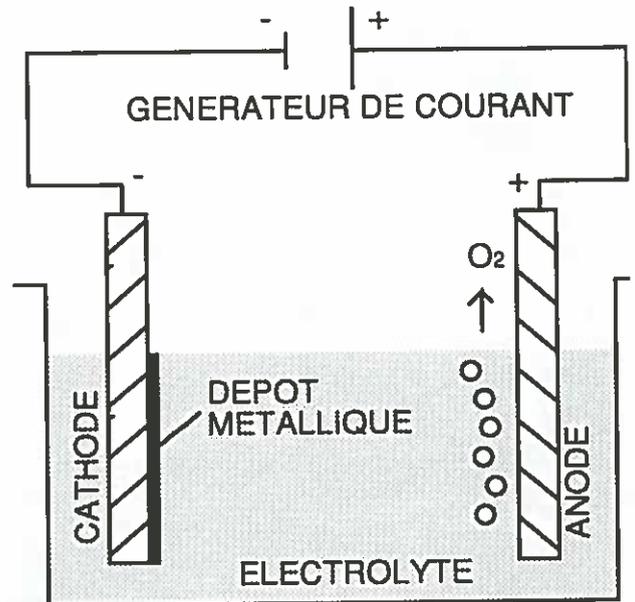
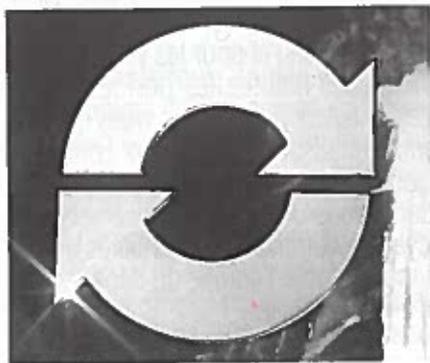
Le stand du département Galvano, à cheval sur les zones métallisation et traitement de la pollution voulait être un stand de notoriété, message des différents services que peut apporter le CLAL à notre clientèle.

Blanc, vert d'eau, et gris souris, avec la photo d'une cascade de 5 mètres de haut, notre clientèle nous a dit l'avoir ressenti comme un stand de fraîcheur et d'accueil!

Pour le département Galvano (dont c'est la seule exposition!) le bilan a été très positif :

- près de 1100 visites en 5 jours,
- 110 contacts nouveaux pris,
- plus de 40 demandes d'essai de "Dominor".

À noter : la participation de Mile Hensen de HDZ, qui nous a permis de mieux présenter notre maison comme une maison EUROPÉENNE.



Christian Ruquier et Marie-Antoinette Piperello (l'hôtesse) avec deux clients.



# Défi délai

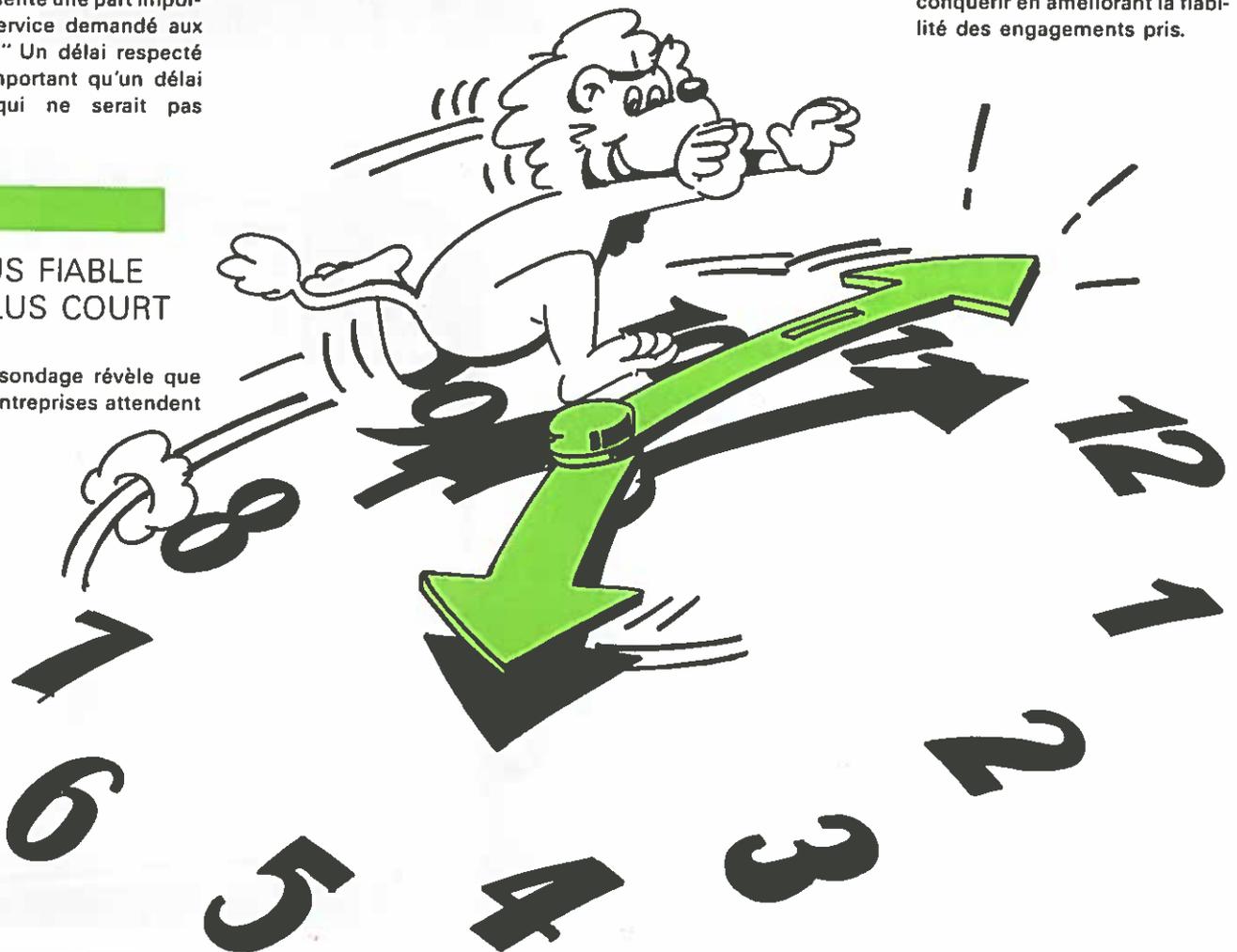
Et cette satisfaction réside autant dans l'utilisation d'un produit conforme aux spécificités attendues que dans la performance commerciale de la société qui livre ce produit. La notion de qualité, de nos jours, n'est pas seulement liée à la "qualité intrinsèque" du produit, mais plus largement à la "qualité du service". Et, sous cet aspect, le délai représente une part importante du service demandé aux fabricants. "Un délai respecté est plus important qu'un délai court"... qui ne serait pas tenu !

Dans l'environnement international où s'exerce l'activité industrielle de notre époque, la compétitivité des entreprises se caractérise essentiellement par la satisfaction du client.

de leurs fournisseurs des délais plus fiables et 18 % des délais plus fiables et plus courts. Ces chiffres sont significatifs et montrent que très peu d'entreprises sont satisfaites de leurs fournisseurs ! Parmi les critères de choix d'un fournisseur, la qualité du service prend, dans certains cas, le pas sur le prix. Il existe donc des parts de marché à conquérir en améliorant la fiabilité des engagements pris.

PLUS FIABLE  
ET PLUS COURT

Un récent sondage révèle que  
69 % des entreprises attendent



# Division Argent Industriel

## LA CHASSE AUX DELAIS

Depuis l'an dernier, la Division Argent Industriel a lancé l'opération "Défi-Délai". Le but ? Réduire les temps de réponse, respecter les délais annoncés, bref diminuer le nombre des commandes en retard. Nous sommes-nous déjà posé la question : quelle est la part du temps "actif" dans le cycle de fabrication d'un produit ? Par "temps actif", entendez : prise de la commande, traitement de la commande, fabrication, contrôle, emballage, livraison. Le temps restant dit "temps passif" (attente pour approvisionnement, attentes administratives, reprises, manutention,...), est-il plus ou moins important que le temps actif ?

La chasse aux délais doit être menée partout et par tous, depuis la prise de commande jusqu'à l'expédition. Une information qui reste sous le coude, une mauvaise exploitation des informations de l'informatique entraînent, au même titre qu'une mauvaise qualité en fabrication, des délais supplémentaires préjudiciables à la qualité du service. Chaque "petit délai supplémentaire" s'ajoute au précédent... et là aussi, les petits ruisseaux font les grandes rivières.

## L'APPLICATION

Comment a-t-on procédé dans la Division pour que les choses s'améliorent ? D'abord, chaque secteur (le service commercial, les ateliers, les magasins) a établi un état des lieux : "son niveau de performance". Puis, des "indicateurs" ont été définis :

- 1 - Taux de fiabilité :  
Nombre de commandes soldées dans le délai accepté / Nombre de commandes totales acceptées dans le délai.

2 - Nombre de commandes en retard.

Chaque atelier, chaque service de la Division suivent l'évolution des chiffres, semaine par semaine. L'informatique représente une aide précieuse pour cela. Les résultats sont affichés sur des tableaux à la vue de tous. Un logo a même été retenu rappelant l'enjeu ! Il figure sur chaque document ayant trait à l'opération (voir photos).

Des groupes de travail ont été créés dans chaque secteur. Leur mission au cours de réunions régulières : définir les actions à entreprendre pour atteindre les objectifs fixés. L'objectif final : qu'il n'y ait plus aucune dérive par rapport au délai accepté par la Division : "ZERO-DELAÏ" PAR RAPPORT AU DELAI ACCEPTE. Il s'agit là d'une opération à long terme. Pour atteindre l'objectif final, la règle est de diviser par deux, chaque semestre, l'écart entre la situation actuelle et la situation souhaitée.

Les résultats obtenus pendant les six premiers mois sont significatifs et encourageants. Il faut toutefois rester vigilant pour éviter que réapparaissent les "inefficacités" supprimées. Un effort coordonné de toutes les fonctions de la Division est nécessaire. Mais le résultat sera payant, n'en doutons pas. Une affaire à suivre donc...

Un exemple concret des consignes mises en place à Fontenay :

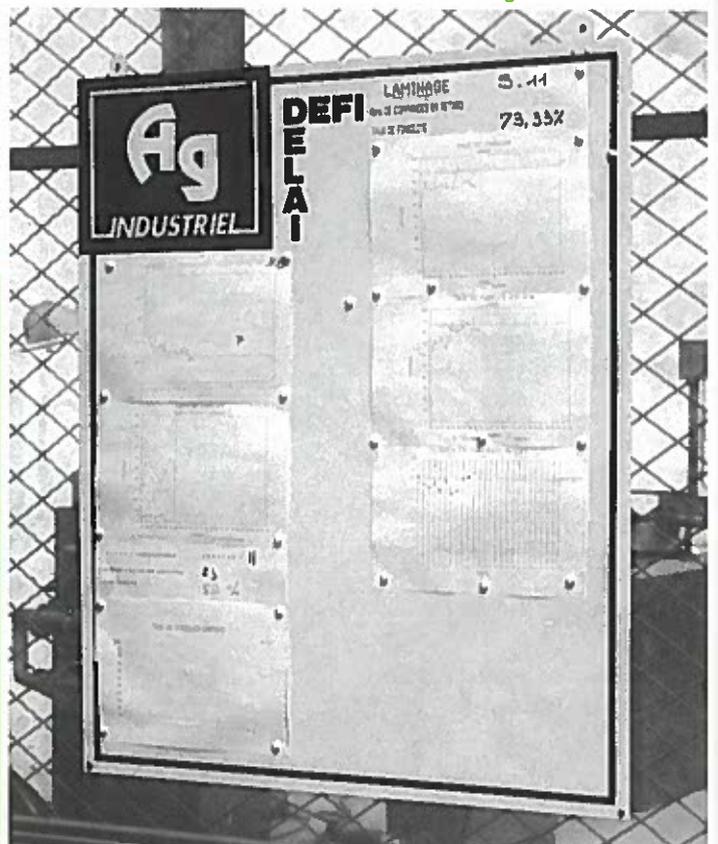
- édition et diffusion aux chefs d'atelier et au contrôle-emballage des DAP\* à livrer pour la semaine en cours et les semaines à venir,
- suivi physique de l'état d'avancement d'une commande à l'aide du code couleur\*\*,
- actions d'amélioration systématiques (techniques ou d'organisation) dans chaque secteur,
- édition et diffusion des taux de fiabilité dans tous les ateliers,
- détermination des délais standards par famille de produits.

\*DAP : demande d'approvisionnement  
\*\*Un code couleur permet d'identifier l'état d'urgence de chaque commande.



M. Brun et M. Le Tellier devant

le panneau d'affichage avec le logo de la Division Argent Industriel et le logo "Défi-Délai".



# Le V. R. P.

M. de Boissieu vient de quitter le CLAL. La Division Métaux Spéciaux a tenu à lui rendre hommage pour cette longue et fructueuse collaboration. Quoi de mieux que cet article dans CLAL-INFO ? 40 ans, en effet, cela se célèbre !

### GUEULETON MEMORABLE

M. de Boissieu a commencé à travailler pour les Etablissements Louyot le 2 mai 1950. A l'époque, il avait été embauché par M. David, agent indépendant. Celui-ci commercialisait les produits métaux spéciaux dans la région lyonnaise depuis 1946. Son premier souvenir de Bornel remonte à novembre 1950. Tous les ans, la famille Louyot organisait une grande fête. Tout le personnel y participait. M. de Boissieu garde notamment en mémoire un "grand gueuleton" vraiment hors du commun ! Il succède peu de temps après à M. David. Il prend en charge (seul !) toute la commercialisation des produits cupronickels dans la région Rhône-Alpes. Il exerce la fonction de VRP multicartes. La relation avec les Etablissements Louyot représente 40 % de ses portefeuilles. Ce qui est assez important !

### FUSION

En 1957, le CLA fusionne avec Louyot. Cela ne change rien pour M. de Boissieu. Il conserve en effet les mêmes interlocuteurs.

M. Henri de Boissieu a commercialisé pendant 40 ans les produits de la Division Métaux Spéciaux, dans la région lyonnaise. Sa longue expérience, marquée par des époques très différentes, son statut de VRP, lui confèrent une position originale au sein du CLAL.

L'ancien secrétaire général des Etablissements Louyot devient alors le nouveau responsable du service commercial. La collaboration a toujours été agréable avec les responsables successifs du service commercial. M. de Boissieu souligne également qu'il a toujours connu d'excellents rapports avec le personnel du CLAL. Professionnellement parlant, il se souvient avoir vécu quelques belles années de 1969 à 1975. La commercialisation des produits laminés à base de cuivre et de nickel en région lyonnaise était alors une activité très rentable. Seule déception : n'avoir pu réussir à imposer le nickel sur le marché de la galvanoplastie !

### DES CONTREES RECULEES

Cette bonne collaboration cependant n'empêche pas toutes les difficultés. En effet, tant de diversité dans les produits et dans les matériels n'ont pas toujours permis d'obtenir une qualité ou des délais irréprochables ! On note toutefois - rajoute M. de Boissieu - une amélioration notable de ces 2 pôles ces dernières années !

L'activité de VRP a conduit M. de Boissieu à arpenter 8 départements (Ain, Ardèche, Drôme, Isère, Loire, Haute-Loire, Rhône et Saône et Loire). Avec parfois des "contrées assez reculées" ! Ainsi, il a été le seul représentant à fournir pendant 20 ans les bijoux Le Gros, une petite entreprise du Chelard, en Haute Ardèche !

M. de Boissieu s'est fait une spécialité dans les métaux spé-



# Un métier - Un homme

ciaux. Parmi ces cartes, il possédait également celle de la Tréfilerie des Vosges (TDV), mais surtout celle de la Tréfilerie de Channy (rachetée par Thomson). Ainsi, la collaboration avec cette dernière assurait jusqu'en 1988 une bonne partie de son activité et justifiait l'emploi de 4 personnes ! Son activité totale, dont la majorité le long du couloir rhodanien, lui permet de revendre plus de 200 clients. Les plus connus ? Eh bien, on peut citer Crouzet (devenu secteur avionique), Merlin-Gérin, les bijoux GL ou F. I. A.

## LE METIER EVOLUE

Le métier de VRP, selon M. de Boissieu, a beaucoup évolué. Son prédécesseur travaillait avec beaucoup de petites cartes. Selon lui, il est préférable de ne pas trop se diversifier, même lorsque la tentation est grande. La vertu d'un VRP : c'est bien s'organiser, avoir un classement irréprochable et bénéficier du soutien d'une bonne secrétaire. Cette recette paraît excellente car M. de Boissieu possède à son actif le privilège de n'avoir jamais connu de litige avec ses fournisseurs !

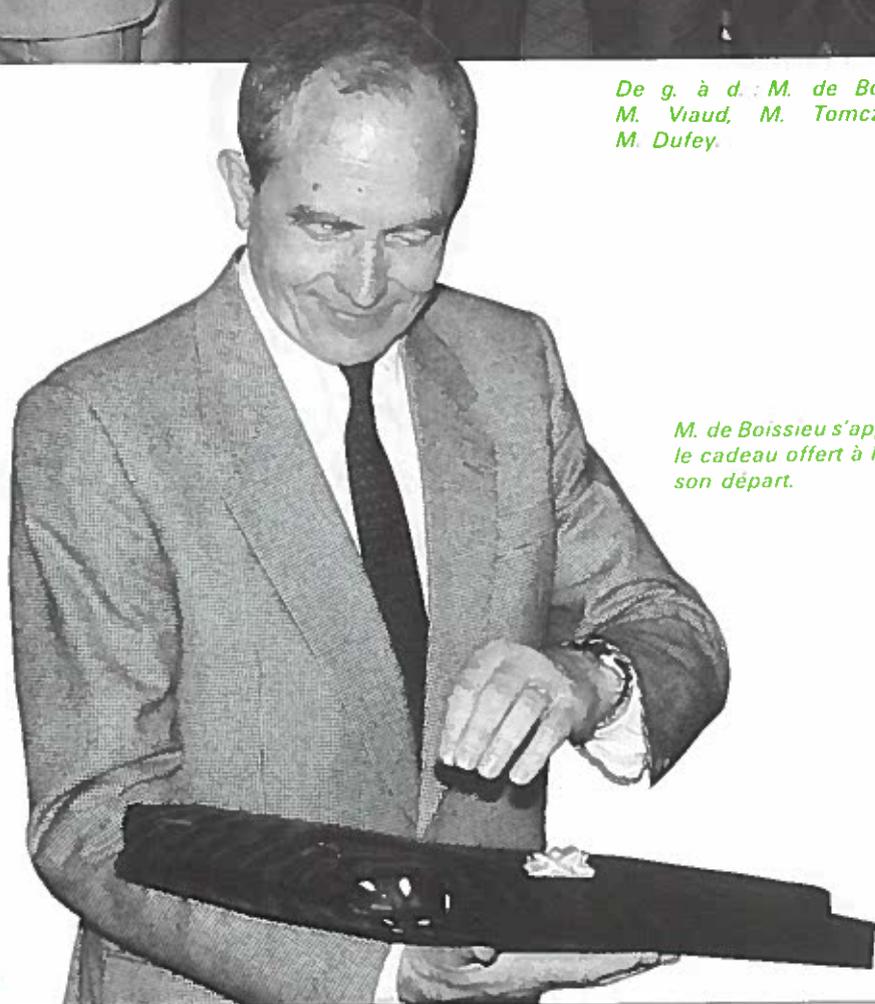
Il y a 2 ans, la collaboration avec Thomson-cuivre prenait fin. En 1991, celle avec notre Division Métaux Spéciaux s'arrête également. M. de Boissieu ne prend pas sa retraite pour autant. Il souhaite, en effet, continuer jusqu'en 1992, en conservant certaines de ses cartes. Un seul changement majeur cependant : il travaillera désormais tout seul. Avec 3 précieux alliés : fax, répondeur et téléphone de voiture !

A l'avenir, la succession de M. de Boissieu sera assurée par M. Jean-Loup Boissard. Ce dernier représentait les produits métaux spéciaux dans l'Ain, le Jura et les Savoies.

Aujourd'hui, nous remercions M. Henri de Boissieu pour cette longue participation aux activités commerciales du CLAL !



*De g. à d. : M. de Boissieu, M. Viaud, M. Tomczak et M. Dufey.*



*M. de Boissieu s'apprête à ouvrir le cadeau offert à l'occasion de son départ.*

# La chasse au Gaspi

Le 1<sup>er</sup> groupe de travail démarre en juin 89. Il rassemble des membres du personnel de tous les secteurs de l'usine. Les premiers mois de travail -à raison d'une réunion hebdomadaire- permettent d'établir un état précis de la situation.

## FAIRE DES ECONOMIES

Le groupe, animé par le responsable des Méthodes de l'époque, procède à diverses interviews. Il publie ensuite un "livre blanc". Une sorte "d'état des lieux" qui permet de donner des pistes à suivre pour faire des économies.

Plusieurs sous-groupes sont alors constitués avec une tâche précise : recyclage des emballages, récupération des plaquettes ou déchets de métaux, consommation de l'air comprimé.

La "méthode de traitement de problèmes", bien entendu, se révèle une aide précieuse. Chacun expose finalement sa solution. Le bilan est très encourageant. En voici quelques exemples parmi les plus significatifs :  
- recyclage des palettes avec une mise en fonctionnement d'une procédure ; l'économie réalisée en 90 par rapport à 89 : 122 KF !,

- récupération des gants, avec lavage et mise en œuvre d'une procédure ; économie : 42 KF !,  
- économie d'énergie, avec une campagne de sensibilisation (étiquetage sur les machines...). La

Les dépenses de "consommables" constituent un pôle important dans les budgets des entreprises.

A la Division Métaux Spéciaux, on remarque en 1989 une nette augmentation de ce compte. Nombre de gâchis sont constatés. Pour y remédier, une solution s'impose : créer un Groupe de Travail.



consommation d'électricité est passée de 280 kW/h par kg produit à 2,59 kW/h ! Aujourd'hui, le groupe se penche sur d'autres problèmes. Des exemples ? La récupération des fûts métalliques, la consommation de chiffons ou les dépenses en éclairage.

## ORDRE ET PROPRETE DE RIGUEUR

En juin 90, M. Patrice Dufey, le directeur de la Division, lance une opération intitulée : LE CHALLENGE INTERPROPRE. Il apparaît en effet que l'ordre et la



propreté sont des atouts essentiels pour la bonne gestion des consommables. Le groupe, animé par M. Jean Rozalski depuis novembre 89, a établi 11 critères de jugement (propreté des sols, tenues de travail, consommables, énergie, amélioration du cadre de vie, ...). Chaque membre doit visiter plusieurs secteurs - parmi les 22 en compétition -.

Ils arrêtent des notes mensuel-

lement après confrontation entre les différents évaluateurs.

Tous les trois mois, on procède à un bilan. Le secteur Groupe II a été désigné vainqueur de ce premier challenge. Lors d'une cérémonie le 12 mars dernier, le directeur général, M. Jacques Bagory, a remis à ce groupe un trophée symbolisant le Challenge Interpropre. La récompense ? La visite de l'ADMM, quai Conti, pour tous les membres du groupe !

Aujourd'hui, le trophée trône au-dessus du secteur Groupe II. Il est à nouveau remis en jeu. Alors, que le meilleur gagne !...



# Demain commence maintenant

Le canton de Pont de Chéry est certainement l'un des premiers pôles économiques du Nord-Isère. Des entreprises, des centres de formation, les élus des communes locales, avec le concours de l'Education Nationale, se mobilisent pour le faire savoir et créent l'événement pour la seconde année consécutive : animer une semaine des métiers de la production.

Comme le faisait remarquer un organisateur, en 1991 l'accent était davantage mis sur les métiers que sur les produits. Dans un monde en évolution, les entreprises veulent montrer qu'elles savent réagir et s'adapter ; elles offrent aujourd'hui aux

## La Division Fils Spéciaux a participé à la 2<sup>e</sup> semaine des métiers de la production.

jeunes et aux adultes en cours de réorientation de nouveaux métiers porteurs d'avenir, riches de perspectives et de possibilités d'évolution professionnelle.

a participé à cette manifestation. Le transfert, actuellement en cours, d'une partie de l'activité de l'usine de Villeurbanne sur le site de Pont de Chéry ne permettait pas les visites des groupes scolaires dans les ateliers en travaux, mais la présence d'un stand attirant au forum exposition dans la salle polyvalente de Chavanoz a concrétisé la présence active de la Société.

### LE CLAL REpond PRESENT

La Division Fils Spéciaux du CLAL Sous l'impulsion de Christian

Blanc, le chef du site, secondé par Louis Salvat, le responsable de la tréfilerie, Maurice Giroud, responsable du toronnage, Patricia Giner, chef d'équipe au tréfilage, Freddy Nérière, agent de production au tréfilage, ainsi que les filiéristes Claudette Alabouvette, Christine Chaleyssin, Danielle Groeber et Michelle Michut ont accueilli les visiteurs et présenté quelques démonstrations.

### GAGNER LA BATAILLE DE L'EMPLOI

Pour les deux jours d'exposition (vendredi 22 et samedi 23 mars), c'est plus de 300 personnes de tous âges qui sont passées sur le stand. Les jeunes scolaires avaient préparé leurs questions en cours et suivaient un cadre précis, tandis que les adultes se concentraient plus sur la technique, surtout les personnes exerçant des métiers proches dans d'autres sociétés voisines. Les retombées d'une telle manifestation locale sont difficiles à évaluer à court terme. Les organisateurs espèrent gagner la bataille de l'emploi et retenir sur place une population attachée à sa région. C'est possible à condition d'offrir à chacun la faculté de se réaliser pleinement dans sa vie professionnelle.

Les participants à cette manifestation ont le sentiment d'avoir contribué pour une part à l'essor du canton et sont prêts à recommencer pour la 3<sup>e</sup> semaine... dans un an !



CLAL+

# PREMIERS SOUFFLES

Vif, allègre et actif printemps pour la jeune opération CLAL-PLUS.

Rencontres de présentations, réunions d'information, sessions de formation, entretiens de progrès; le "grand vent de dialogue" annoncé a effectivement fait sentir ses premiers souffles.

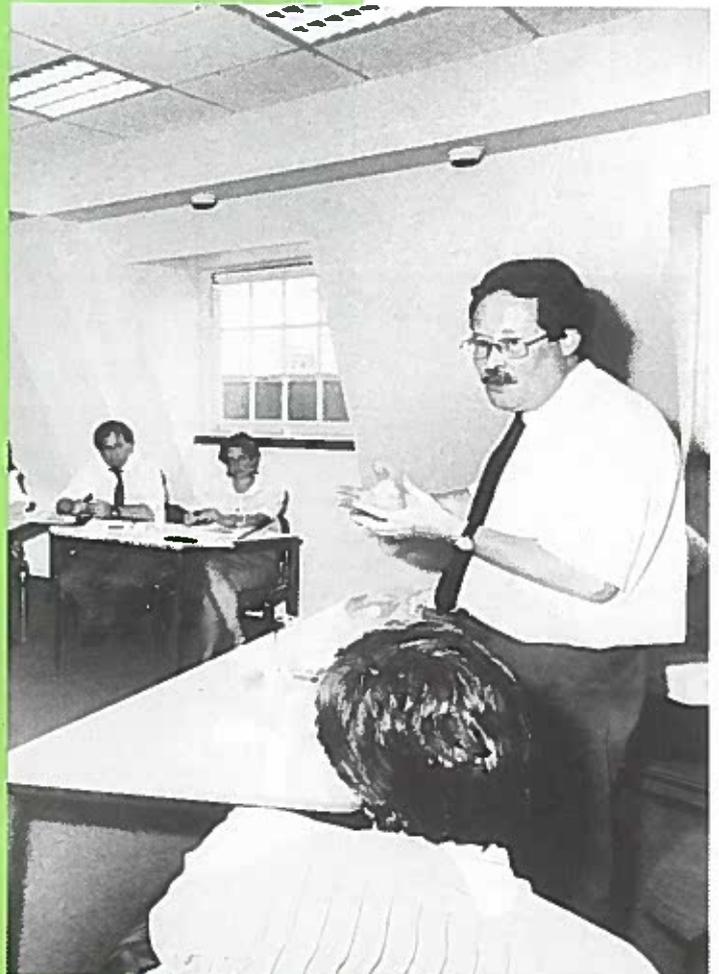
Prendra-t-il de la force? Jusqu'où nous poussera-t-il? Nous suivrons attentivement cette météo-là.

## SANS PRÉCÉDENT

"C'est bon pour le CLAL.  
C'est bon pour chacun des salariés.  
Voilà pourquoi nous le faisons !

Voilà pourquoi notre Direction Générale a voulu faire de l'opération CLAL-PLUS un élément indispensable de la modernisation de notre Société. Pour les salariés ce devrait être un progrès vers plus de dialogue, de clarté, de formation et de développement..."

M. Michel Masounave, Directeur des Ressources Humaines (et à ce titre, maître d'oeuvre de l'opération CLAL-PLUS), a tenu à la présenter personnellement à tous les cadres de l'entreprise, réunis par groupes successifs d'une vingtaine dans chacun de nos établissements.



**CLAL-PLUS c'est d'abord se parler.**

## PREMIERS POINTS

L'entretien de progrès c'est parti !  
Les premiers ont eu lieu au mois de mai, à l'aide du guide intitulé " LE POINT".

"Il s'agit au fond d'une démarche simple : prendre un peu plus de temps pour se parler et s'écouter ; voir comment vos aspirations et les projets de l'entreprise peuvent converger... Des choses simples, mais dont finalement on ne parle pas si souvent..."

Simple la démarche? Oui, sûrement.  
Mais même les choses simples demandent du soin !  
D'autant que le CLAL attache la plus grande importance à la réussite de celle-là.

## LE "PAQUET"

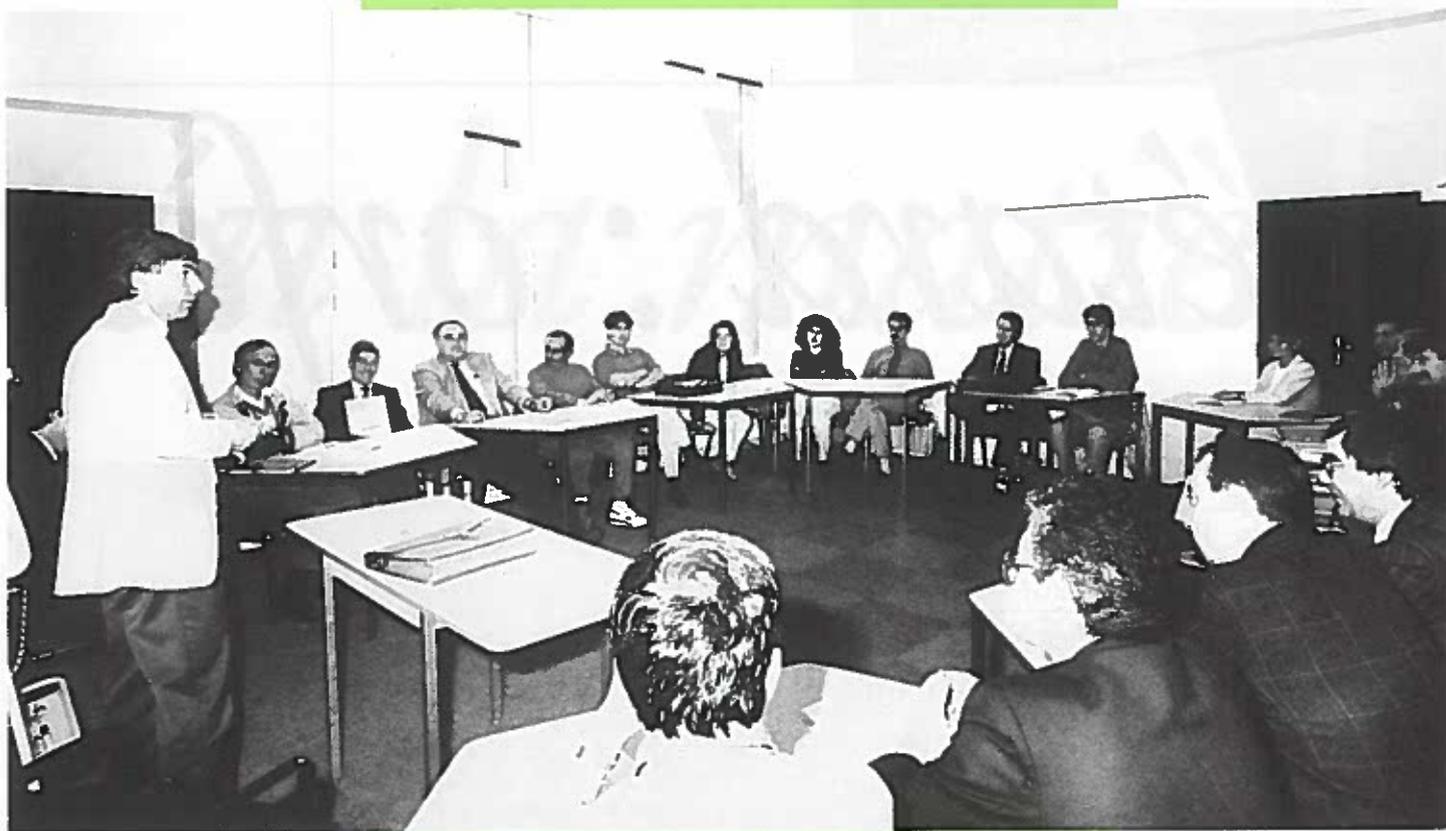
Il s'agit de mieux gérer les carrières et les potentiels individuels, dans l'intérêt de la Société et dans l'intérêt de son Personnel.

Il s'agit aussi de rajeunir et de dynamiser les relations de travail, en y insufflant plus de dialogue, de clarté, de recherche de développement partagé.

Dire qu'on y croit, c'est bien.  
Le prouver, c'est mieux !

*Marc Fourcade et Pierre Mazurais  
animent une séance de formation.*





*Marc Fourcade anime une séance d'information.*

**C'est ce que fait le CLAL en mettant un maximum de moyens au service de cette ambition. Ce qu'on appelle couramment "mettre le paquet"... Jugez-en.**

**170 responsables auront à conduire dès cette année un entretien de progrès. Ils ont reçu à cet effet une formation intensive de 2 jours, au cours de 17 stages successifs.**

**400 membres du Personnel seront invités cette année à leur premier entretien de progrès. Ils ont reçu à cet effet une information d'une demi-journée visant à leur présenter les objectifs, l'esprit et les outils de cet entretien.**

**A eux tous de jouer maintenant.  
Bons souffles !**

**CLAL+**

**La compétence de l'entreprise  
par le développement de ses hommes.**

# Tétard : orfèvre en la matière

Cocooning. Un terme nouveau venu des Etats-Unis. Il désigne le plaisir de " rester chez soi ". Le bonheur de vivre dans un intérieur douillet et agréable. Une mode ? Un besoin ? Une opportunité en tout cas pour les sociétés spécialisées dans les Arts de la Table, comme Tétard.

Tétard, filiale du CLAL, fait partie de la Division Joaillerie dirigée par M. Jean-Charles Salignon. Orfèvre en argent massif, elle se situe parmi les leaders sur le marché français. Prestige, qualité, esthétique. Trois atouts dont peuvent se prévaloir les produits Tétard. Frédéric Pignot, le responsable de Tétard, a reçu CLAL-INFO.

## LE CLIENT EST... ROI

Des clients plutôt prestigieux pour Tétard. On y trouve en effet les " grands " de ce monde : rois, présidents, armateurs grecs, Sultan d'Oman, Roi du Maroc, Roi Abdoul Azziz, Omar Bongo, Félix Houphouët-Boigny... Les détaillants " grand standing " de la Place Vendôme, de la rue Royale ou des Champs-Élysées font également partie de cette clientèle de renom. Des architectes-décorateurs (mandatés par des Princes, des Rois ou autres...) choisissent aussi chez Tétard de somptueuses pièces d'orfèvrerie. En fait, ces

assiettes, des timbales, des coquetiers, des couverts, des ronds de serviette, des peignes ou brosses à cheveux, etc... De quoi rendre Bébé heureux et fier avec de tels produits ! " To be born with a silver spoon in the mouth " dit le proverbe. Il nous est arrivé de fabriquer ce genre d'articles en... or massif richement ciselé pour quelques commandes très spéciales et... très onéreuses ! Pour la table, des couverts, des soupières, des aiguères, des chandeliers, des porte-couteaux et toute la platerie (assiettes, plats...). Quant aux cadeaux, le choix est vaste : cadres, cendriers, boîtes à bijoux, coupe-papier, bonbonnières. Tétard a même commercialisé des... dés à coudre, étrières, téléphones, grille-pain et des hochets, mais enfin des hochets en argent massif pour un bébé... Bref, chacun ses goûts ! " L'Elysée " (le Palais de l'Elysée et... le Protocole de l'Elysée) nous achète parfois des timbales ou des coupes dont il fait cadeau à ses hôtes français ou étrangers. Tétard fabrique même chaque année la Coupe de France de football !

## LES PRODUITS TETARD

Orfèvrerie en argent massif, en vermeil et parfois même en or massif (c'est plus rare !). Tout pour la table, tout pour le bébé, ainsi que de nombreux cadeaux. Pour Bébé, on peut trouver des

## L'ECHEANCE EUROPEENNE

Tétard est plutôt bien situé sur le marché français avec seulement 2 ou 3 concurrents " sérieux ". L'échéance fameuse de

" Naître avec une cuillère en argent dans la bouche ".



Une superbe table dressée avec les produits Tétard.

92 approche cependant à grands pas. Et nous avons de redoutables concurrents parmi nos confrères européens, notamment parmi les allemands ! Les allemands travaillent déjà l'argent massif... avec des techniques modernes. Ils n'attendent pas l'ouverture du marché européen pour pénétrer le marché français ! Il faut également savoir que le français moyen "construit" 40 francs par an pour l'orfèvrerie. L'allemand en construit le double ! Actuellement, le marché de l'orfèvrerie en argent massif a - il faut bien le dire - quelques années de retard par rapport au marché international ! Trois inconvénients majeurs nous ont valu ce retard important. Pas d'investissement. Pas ou peu d'"agressivité" commerciale. Pas de création (avec un grand C). Une concurrence italienne et suisse non négligeable également. Et enfin, en France, des confrères orfèvres en métal argenté dont la stratégie de marketing a presque occulté la différence entre le maillechort argenté et l'argent massif ! Objectif : tenir le choc face à

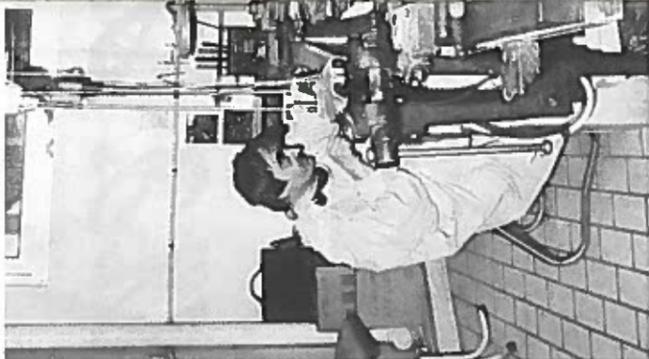
l'échéance européenne. Pour cela, Tétard ne manque pas d'atouts. Heureusement...  
**" PRET-A-PORTER " ET " SUR MESURE "**  
 L'un des atouts essentiels : la baisse considérable de la valeur de l'argent métal depuis environ

2 ans. Cela évidemment permet de baisser sensiblement nos prix de revient. Par ailleurs, Tétard va désormais employer les technologies du métal argenté... pour l'argent massif. Moins cher, plus rapide, très fiable. Trois avantages considérables. Techniquement, nous nous sentons prêts à affronter le marché européen. Tétard sera en mesure dorénavant de proposer à sa clientèle des produits de qualité très honorable et à des prix très compétitifs. Tétard sait parfaitement faire du "sur mesure". Elle pourra offrir aussi du "prêt-à-porter". Il est nécessaire en effet que Tétard bâtisse une bonne partie de sa collection sur le pouvoir d'achat du français. Autrement dit, mettre ses produits à la portée du français moyen !  
 Autre objectif (lié aux précédents) : guider une partie de la clientèle métal argenté... vers l'argent massif ! Actuellement, en orfèvrerie, 97 % des ventes sont dirigées sur le métal argenté et 3 % sur l'argent massif. De vastes possibilités nous sont donc offertes ! Car, dans d'autres pays, la proportion est proche de 50/50.  
 L'activité numéro 1

**DEVENIR UNE MARQUE A PART ENTIERE**

Jusqu'à présent, Tétard ne se présentait pas comme "une marque", mais simplement comme un fabricant. Cela devrait bientôt changer. On se dirigera davantage vers "une politique de marque".  
 Par ailleurs, il faut souligner que le savoir-faire et la tradition en orfèvrerie sont primordiaux. Malheureusement, ce savoir-faire se perd. Il n'existe ni école ni formation au métier d'orfèvre. Récemment encore, l'examen du CAP d'orfèvre (qui a disparu !) se déroulait dans les locaux de Tétard. La formation déformait se fait sur le tas.

La fabrication chez Tétard se déroule dans 2 endroits différents.  
 La SFOR (Société de Fabrication des Orfèvres Réunis) fabrique nos couverts. Nous partageons cette usine avec quelques confrères. Elle est située en région parisienne. Les couverts arrivent "bruts" chez Tétard. Ils sont ensuite ciselés et polis.  
 L'atelier Tétard se trouve à Paris, rue Portefoin. Tous les produits sont montés et formés à la main par des orfèvres, des ciseleurs, des tourneurs, des repousseurs, des polisseurs. On pourrait le comparer à un atelier de haute couture. Le chef d'atelier, M. Guy Cuny, travaille chez Tétard depuis 40 ans ! Il dirige



MM. Pichon et Couve dans l'atelier Tétard de la rue Portefoin.



M. Frédéric Pignot.



Mme Micheline Mischo, comp- table.



M. René Marchadour, ciseleur.



M. Michel Pichon, tourneur-repousseur.



Mlle Martine Carrez, la dessinatrice.



M. Gilbert Basse, polisseur.



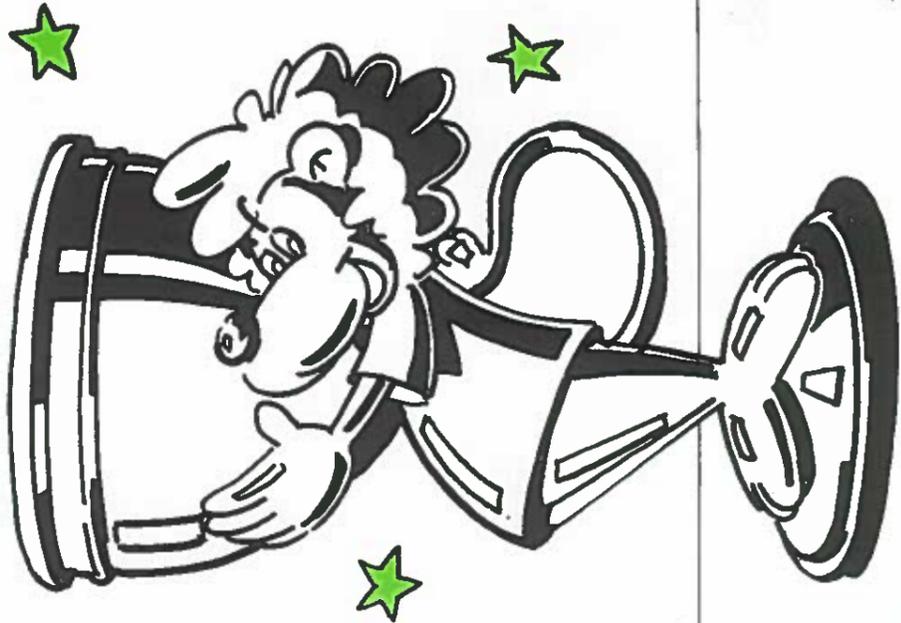
M. Guy Cury, le chef d'atelier.



Mlle Isabelle Laucourmet.



M. Miltvoje Cardacamin, polisseur.



Une aiguère Tétard en vermeil.

5 personnes, tous de remarquables ouvriers ! M. Frédéric Pignot assure la direction de la filiale assisté d'Isabelle Laucournet (une ancienne du CLAL), Mme Mischo prend en charge la comptabilité et une partie du secrétariat. Un réseau de représentants sillonne pratiquement la France entière.

## SIGNE DES TEMPS

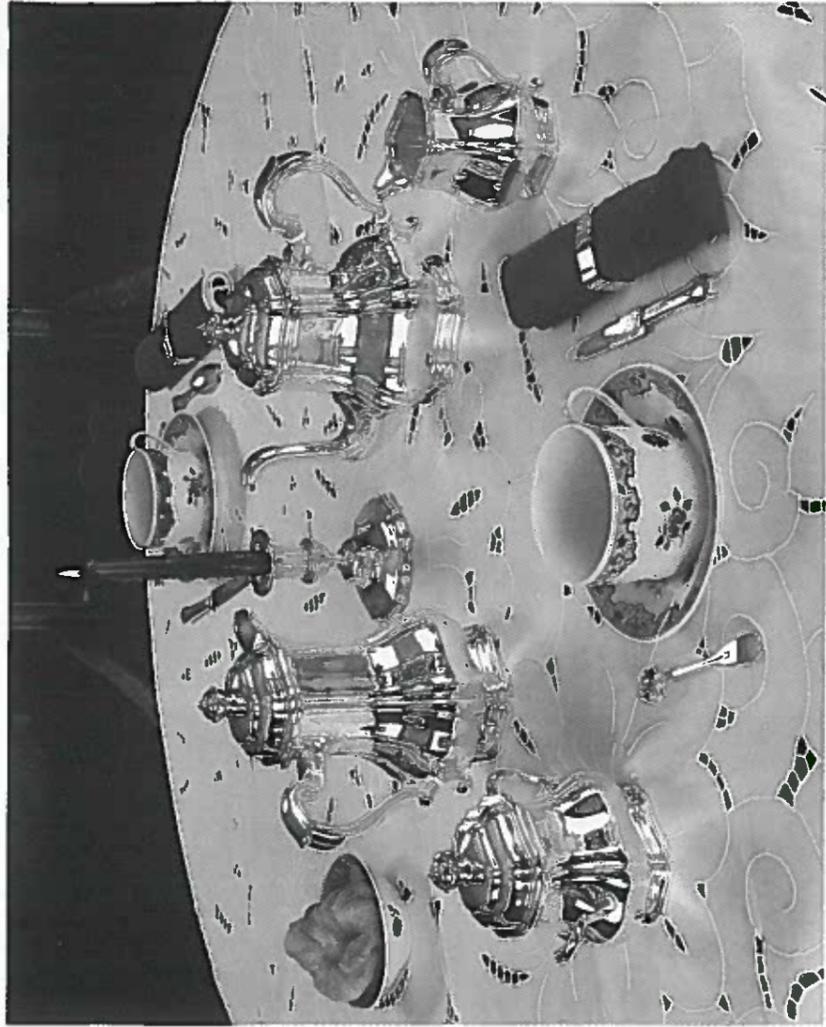
On note un renouveau certain dans le domaine " Arts de la Table ". Les retombées du fameux " cocooning " ! Divers secteurs de la Maison en ont bénéficié (mobilier, vidéo, hi-fi...). De grands noms : Cartier, Hermès, Daniel Hechter se sont dirigés vers les Arts de la Table ! Tout le monde s'y met, de même " que l'on se mettait au parfum " il y a quelques années. C'est un signe des temps. On peut donc être optimiste.

Mais, au fait, y-a-t-il vraiment une mode en orfèvrerie ? Eh bien, pas vraiment. On reste assez traditionaliste. On peut dire toutefois que pour les couleurs, ce qui plaît le plus, c'est " le fillet " et " l'uni-plat ". Le Louis XV remporte également de nombreux suffrages. Tenez, une anecdote : 9 fois sur 10, le client qui va à un show-room, va se pâmer devant des pièces d'orfèvrerie Art Déco pendant 3/4 d'heure, mais finalement il va acheter... du Louis XV !

En bref, le marché de l'orfèvrerie a sans doute de beaux jours devant lui. Tétard espère bien profiter largement de cette opportunité. Une ère nouvelle commence...



Chandeliers Tétard.



Un somptueux petit déjeuner.



Le superbe show-room de Tétard rue Portefoin.

## Historique

En 1859, Edmond Tétard succède à M. Hugo, commissionnaire exportateur en orfèvrerie. Du patronyme de ce dernier sera tiré le mot " huguenote ", symbole du poinçon de maître. L'activité de l'atelier est alors spécialisée dans les grosses pièces d'orfèvrerie. Homnis les clients détaillants français, Edmond Tétard parvient à se faire une clientèle en Europe, en Amérique du Sud et même... à la Cour de Russie.

A son décès, en 1902, il laisse une affaire d'une santé très chancelante. Ses 3 fils, Henri, Jacques et Georges lui succèdent. Grâce à une gestion très rigoureuse, ils parviennent à redresser la situation financière. Ils achètent, par ailleurs, des modèles de couverts à des sociétés spécialisées, et deviennent ainsi cuisiniers. Ils créent également

leur propre collection de couverts (70 modèles). La Cour d'Egypte, puis celle du Maroc se fournissent rue Béran-ger. Les maharadjahs commandent des pièces d'orfèvrerie très impressionnantes. Les affaires deviennent de plus en plus prospères. La Société obtient de nombreuses médailles d'or lors d'expositions nationales ou internationales.

La nouvelle génération de " Tétard " apparaît avec Jean (fils d'Henri), puis Roger (fils de Jacques) et André et Pierre (fils de Georges).

1934 : la crise provoque un ralentissement catastrophique des affaires. Jean et Roger quittent la maison. Georges, André et Pierre restent à la tête de l'affaire. Après la guerre, on traite des affaires avec des personnalités marquantes : le Roi du Maroc,

l'Aga Khan, Aristote Onassis (qui fait exécuter une orfèvrerie très complète de style crétois pour son yacht " la Christina "...). Malgré tout, le marché intérieur se rétrécit de plus en plus. Les affaires marchent mal en dépit de belles commandes traitées par Pierre Tétard avec des firmes américaines, notamment la prestigieuse Maison Tiffany.

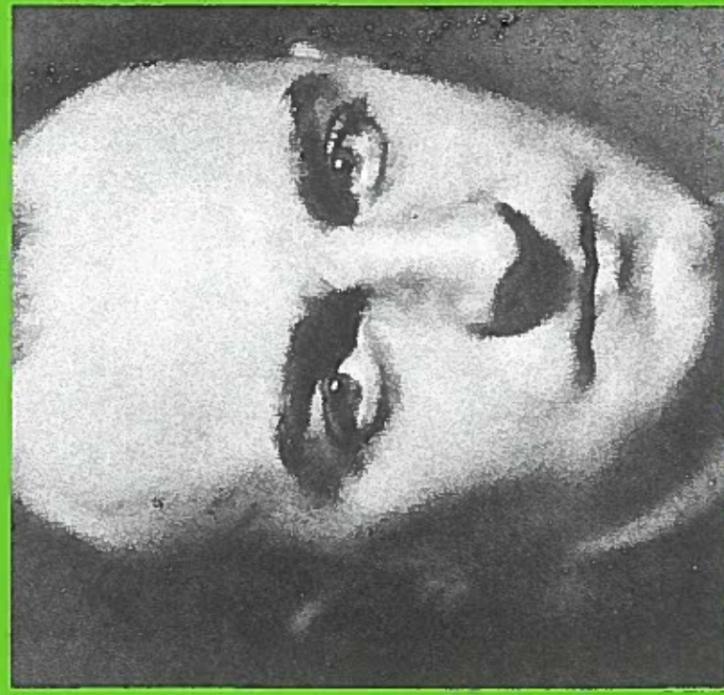
Entre temps, Tétard assure la production d'orfèvrerie religieuse avec le concours du Bénédictin Dom Martin.

1978 : Tétard cède l'affaire au CLAL. André et Pierre continuent d'en assurer la gestion provisoirement. Mme André Tétard est nommée PDG jusqu'en 1983, date du retrait définitif de la famille Tétard.

Nous remercions M. André Tétard d'avoir participé à l'élaboration de cet historique.



Edmond Tétard.



Jean Tétard.

# Rénovation



Entrée du magasin avec le Kardex à gauche.



Aile droite du magasin.



Aile gauche.

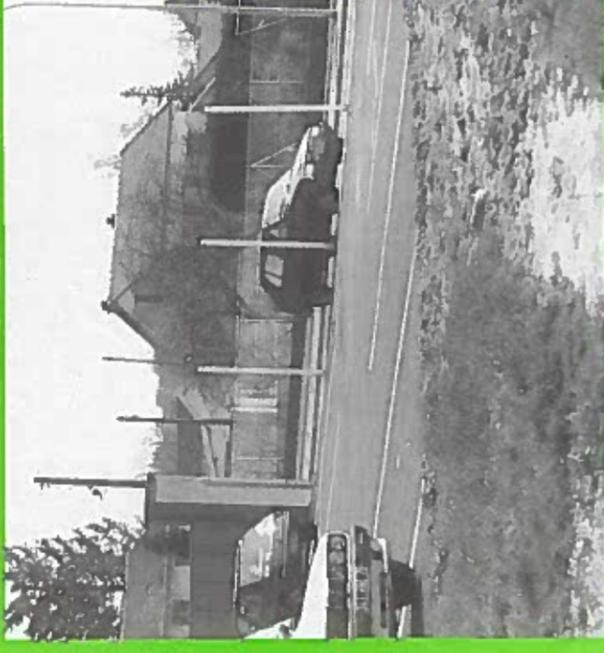


Le fond du magasin avec ses rayonniers pour stocker les bates.



Avant... mais après la tempête.

Après le passage de l'Entreprise COLAS...



La démolition et le nettoyage du fond du parking ont permis d'agrandir celui-ci de 20 emplacements supplémentaires.

Hangar.

L'activité des ateliers Monnaie à la Division Argent Industriel nécessite le chargement et déchargement de nombreuses tonnes de métal (matières premières et déchets).

Par mesures de sécurité et pour faciliter la circulation des chariots élévateurs, la cour, située derrière les ateliers, ainsi que le hangar servant d'entrepôt, ont été cimentés.

Cour.



La façade des ateliers a été repeinte couleur vanille et chocolat. Alléchant, non !...



Façade des magasins DMI (matières premières et produits finis) et du Service Achats.

# Le lion d'or

Le lion, roi des animaux. Le lion, signe astrologique. Le lion, animal-symbole par excellence. Il figure, vous le savez, sur le logo du CLAL. CLAL-INFO en a même fait sa mascotte. Le lion a aussi souvent été représenté sur des pièces de monnaie. De profil ou de face. Toujours olympien.

Pierre GAU, de la Division Joaillerie, vous en propose 3 illustrations.

Puissant, souverain, symbole solaire et lumineux comme l'or, le lion est l'incarnation même du pouvoir, de la sagesse et de la justice. De multiples raisons qui ont poussé de nombreux souverains à représenter cet auguste animal sur leurs monnaies.

Dans le n° 48 du journal (oct. 82), Pierre GAU avait évoqué la

fabrication des monnaies au Moyen-Age. On utilisait alors la technique de la frappe au marteau, et ce jusqu'au XVI<sup>e</sup> siècle. On évoquait ensuite dans le n° 59 (sept. 85) les belles monnaies gothiques ou médiévales, de Saint-Louis à Jean-Le-Bon. On verra ici des monnaies du XIV<sup>e</sup> siècle et de la fin XVI<sup>e</sup> et début XVIII<sup>e</sup> siècle.

ITALIE - VENISE  
SILVESTRO VALIER  
99<sup>e</sup> DOGE  
(1694-1700)

Le doge agenouillé devant Saint-Marc assis et tenant ensemble une bannière. A l'exergue, AN. III

entre deux roses. La constellation du lion, représentant un lion constellé d'étoiles et tenant une épée, au-dessus du globe terrestre. A l'exergue, trois roses. Le lion est l'emblème de l'évangeliste Saint-Marc.

Oselle en or de 5 sequins, an III (1696) - 13,75 grammes.



LOUIS II DE MALE  
(1346-1384)

Lion d'or. Gand, entre le 10 2 1365 et le 5 8 1370. Le lion est coiffé d'un heaume à panache avec tête de lion assis dans une stalle gothique à pinacles.

Louis II, fils du précédent (1330-1384), comte de Flandre, de Nevers et de Rethel (1346-1384), fut aussi comte de Bourgogne et d'Artois (1382-1384). Il maintint ses États dans la neutralité face à la lutte franco-anglaise. Le lion d'or est une des monnaies les plus spectaculaires de la série flamande. La légende du revers se traduit par : " Béni soit celui qui vient du Seigneur " tiré des Ecritures.



PHILIPPE VI  
DE VALOIS  
(1 4 1328-22 8 1350)

Lion d'or (31 oct. 1338). Le roi couronné, vêtu du manteau royal attaché sur la poitrine par un lis, assis de face, tenant de la main droite un long sceptre fleuroné et de la gauche le sceptre court fleurdéliné ; il est assis dans une stalle gothique à dais carré, découpé en accolade, fleuroné, et à balustrade ornée de huit pinacles ; il a les pieds posés sur un lion accroupi à gauche. Croix aux bras fleurdélinés et feuillus avec rosaces quadrilobées, centrée d'une rosace quadrilobée ; elle est placée dans un quadrilobe aux extrémités fleuronées ; elle est cantonnée de quatre couronnelles.

Après des débuts heureux, victoire de Cassel contre les Flamands et le retour à la monnaie de Saint-Louis dans les années 1329-1330, le royaume traverse une grave crise politique et économique à partir des années 1337-1338.

Entre 1328 et 1342, la monnaie perd les 4/5<sup>e</sup> de sa valeur et le prix du gramme d'or est multiplié par 5. Le lion d'or est émis le 31 oct. 1338. Sur ce type monétaire, aux pieds du souverain, le lion concrétise les vertus essentielles de la noblesse : courage, autorité, grandeur. De la main droite, le roi tient le sceptre

symbole de la puissance royale dont la fonction essentielle est .. d'organiser la société terrestre et temporelle à l'image de la société céleste et spirituelle". Dans la main gauche du monarque, la main de justice concrétise le pouvoir accordé par Dieu pour juger les hommes.



PARLONS  
EN

## Caplain Saint-André s'exporte

### VICENZA : UNE PREMIERE !

Le Service Export de Caplain Saint-André assoit sa renommée internationale en participant au très célèbre Salon italien Vicenza. Il s'est tenu, cette année, du 13 au 20 janvier.

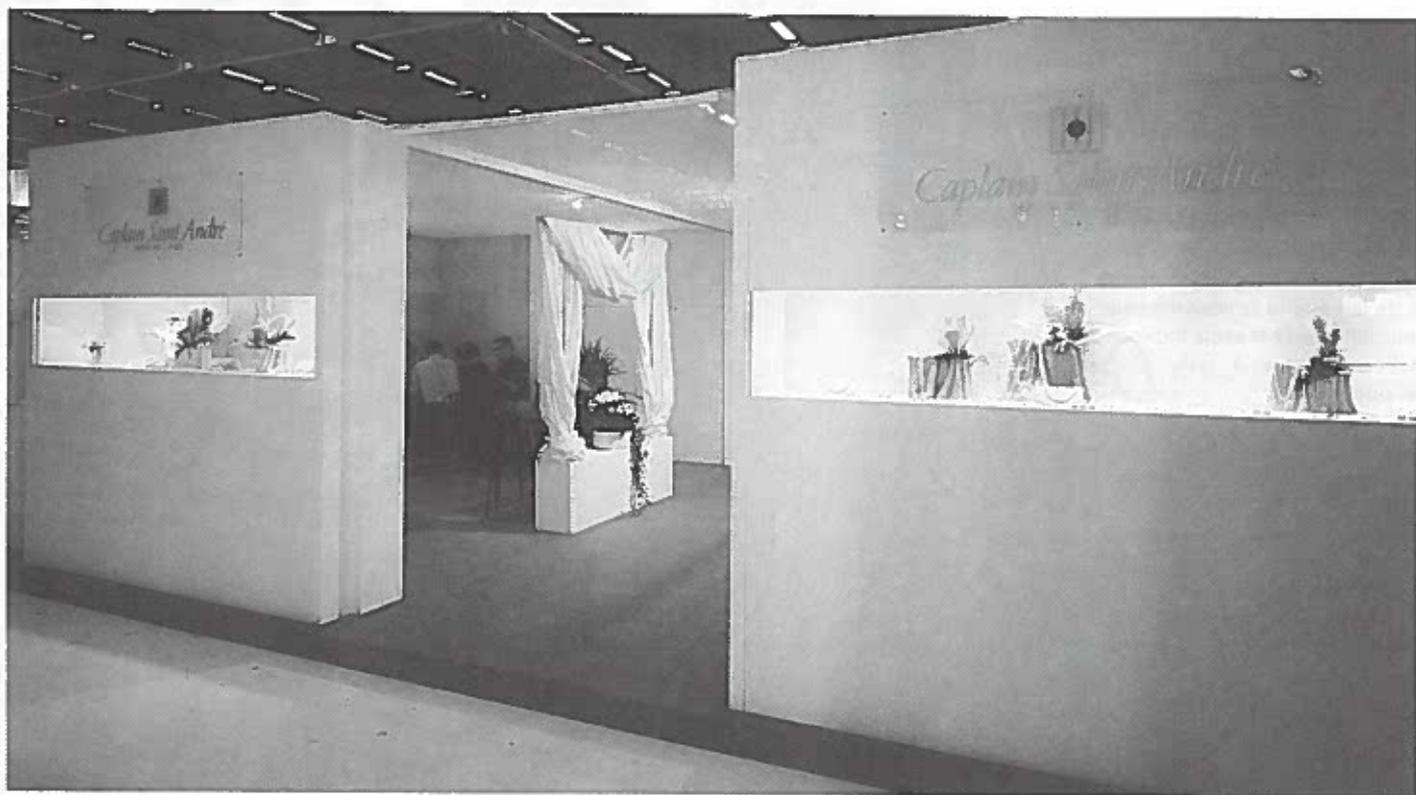
Cette percée est exceptionnelle sur un salon traditionnellement

fermé aux exposants étrangers. Cette première va se poursuivre puisque CSA a déjà signé pour le prochain Salon Vicenza de septembre.

" L'enjeu de ces salons est important " affirme Anne Béchet, responsable du Service Export de CSA. En effet, c'est l'occasion de rencontrer de nouveaux clients d'une part et de confirmer à la clientèle que CSA se place parmi

les plus grands (Bellin et Garnier par exemple) d'autre part. Par ailleurs, l'Italie, 1<sup>er</sup> fabricant mondial de bijoux est aussi le 1<sup>er</sup> consommateur d'or par habitant !

On peut donc parler d'un début d'année très prometteur pour Anne Béchet, Evelyne Russo, Rénata Lenoir et Bernhardt Forster, l'équipe Export de Caplain Saint-André.



### NEW YORK : UN SALON DESERTE, MAIS CSA TIENT BON !

En raison des événements internationaux de ce début d'année, de nombreux exposants ne se sont pas rendus au salon new-yorkais de la bijouterie qui avait lieu du 31 janvier au 3 février. En effet, sur les 20 stands japo-

nais, seuls deux fabricants se sont déplacés. L'Italie, habituel exposant étranger majoritaire, n'a pas fait mieux : 35 exposants étaient présents au lieu des 50 prévus !

Au total, un salon à moitié vide, mais " le plein " de visiteurs a été fait.

Ainsi, 14 000 détaillants et grossistes se sont rassemblés autour des stands, ce qui n'est pas si mal !...

Difficile pour Caplain Saint André de ne pas se faire remarquer dans ces conditions !

# Forums de l'Investissement



*Didier Fert fait une démonstration à Dominique Baudis, le maire de Toulouse, Claude Latimier, directeur aux Métiers d'Art et Françoise Jacquemin, responsable de la succursale de Toulouse.*

*Carmen Itri, l'hôtesse et Didier Fert, l'orpailleur.*

## TOULOUSE

Activité quelque peu morose pour ce salon qui a eu lieu du 9 au 11 février. 2 500 pièces expertisées, cela n'était pas un record. Résultat satisfaisant par contre pour notre nouvelle animation : "l'orpaillage". Une première pour ces forums Investissement !...

Didier Fert, l'orpailleur, a captivé le public en lui expliquant les techniques de l'orpaillage, avec démonstrations à l'appui.

-Division Change Or- a remporté un vif succès auprès des visiteurs.

L'animation "Orpaillage", bien qu'annoncée plus fade que la coulée d'or, a été l'objet de beaucoup de curiosité de la part d'un public très satisfait des démonstrations pratiquées par Didier Fert.

Evelyne Heyer et François Palacio (venus en renfort de Lyon) ont expertisé et mis sous scellés quelque 3 500 pièces ! Un succès tel que de nombreux visiteurs ont dû passer à la succursale les jours suivant le forum pour leur expertise.

L'hôtesse, Carmen Itri, très active pendant cette manifestation, a accueilli sur le stand un public nombreux et intéressé.

Les retombées de ce forum seront sûrement très bénéfiques pour la succursale de Strasbourg !

## STRASBOURG

A l'occasion du Forum de l'Investissement à Strasbourg les 6, 7 et 8 avril, le stand du CLAL

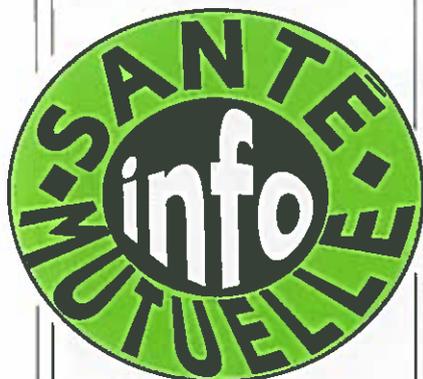


PARLONS  
EN



## MUTUELLE SANTÉ

A l'heure où nous bouclons ce journal, nous nous apprêtons à recevoir les comptes de MUTEX pour l'année 1990, la première année de ce nouveau contrat. Résultats globaux, analyses, tendances, perspectives, conseils : vous trouverez une information complète sur tous ces points dans notre prochain numéro. L'étude de ces résultats fera l'objet d'une réunion de travail réunissant vos élus de la Commission Prévoyance du Comité Central d'Entreprise, la Direction des Ressources Humaines et nos partenaires de Mutex.



# Forum Arts et Métiers

## RENCONTRE ETUDIANTS/ INDUSTRIELS

L'Union des élèves de l'Ecole Nationale Supérieure des Arts et Métiers (ENSAM) a organisé sa 11<sup>e</sup> rencontre avec les industriels à l'occasion de son Forum des 27 et 28 mars.

Cette manifestation répond à un objectif double :

- pour les étudiants, l'organisation du forum représente un moyen de développer leurs capacités de communication, d'organisation, de travail en équipes et leur esprit d'initiative. De plus,

cette recherche de collaboration étroite Ecole/Entreprise permet aux enseignants une mise à jour de leur formation adaptée aux besoins actuels et futurs de l'Entreprise,

- pour les entreprises, dont le CLAL, la participation à ce forum constitue un formidable moyen de prises de contacts nécessaires au recrutement.

En effet, le CLAL souhaite intégrer de nouveaux collaborateurs, professionnels de la fabrication, au sein de ses usines.

Ainsi, M. Poncet et J. Chauvet de la Direction des Ressources Humaines et l'équipe d'ingénieurs, P. Dufey, B. Sudrane, F. Pozarnick, M. Pouliquen,

R. Raynaud, L. Bellec et N. Leboucher, se sont entretenus avec de nombreux ingénieurs tout au long de ces deux jours.

Par ailleurs, M. Pouliquen, recruté l'an dernier sur ce même forum, répond aux questions des étudiants en connaissance de cause.

Etant passé par les deux côtés de la barrière, on peut dire qu'il agit en terrain conquis !

Plus de 150 entreprises étaient présentes et toutes ont pu apprécier la qualité des contacts et de l'organisation ENSAM.





Christian Goutin avec deux clients.

## Inhorgenta

### SUCCES POUR METIERS D'ART/ EXPORT

Le Salon Inhorgenta a eu lieu du 8 au 11 février à Munich. Ce Salon rassemble des professionnels de la bijouterie (fabricants et détaillants) de nombreux pays. En effet, les clients sont venus du Nord de l'Europe (Danemark et Suède), d'Allemagne, d'Autriche, de Suisse et même de Hong Kong ! C'est l'occasion pour le Service Export de la Division Métiers

d'Art de renforcer ses parts de marché dans ces pays.

" Sur 84 clients passés au stand, 49 ont passé commande " déclare M. Person.

Au total, les ventes ont triplé par rapport à l'an dernier.

Un record qui reste à battre lorsqu'on sait qu'en 1990 les ventes avaient déjà augmenté de 20 % et que la conjoncture n'était pas favorable .

Un tel succès confirme la place de leader accordée aux produits CLAL sur le marché des apprêts de bijouterie.

## Bijhorama

### MARSEILLE ET CAPLAIN SAINT ANDRE

Une volonté d'exposer en province pour Caplain Saint André, une présence indispensable pour l'agence de Marseille. Ce salon s'est déroulé les 17 et 18 mars au Palais des Congrès.

Deux stands CLAL donc pour cette manifestation ! Les visi-

teurs (nombreux !) ont ainsi pu apprécier la diversité des produits de notre Société : apprêts de bijouterie et bijoux CSA.

En bref, un salon très réussi avec beaucoup de commandes, ainsi que des prises de rendez-vous.

M. Taravella suggère donc, pour le prochain Salon Bijhorama, une mise en commun des moyens CLAL grâce à l'exploitation d'un stand unique -agence de Marseille et CSA- !



## Tétard en Allemagne

### LA FOIRE DE FRANCFORT : UN PASSAGE OBLIGE POUR TETARD

Elle s'est déroulée du 16 au 20 février. Cette Foire rassemble les spécialistes de l'industrie du

cadeau et des arts de la table. Tétard participait à cette manifestation en tant qu'unique exposant français d'orfèvrerie en argent massif.

" La Foire de Francfort s'est progressivement imposée à la clientèle internationale comme une des vitrines les plus attractives du secteur des arts de la table " affirme M. Pignot.



## LE CARNET

# BORNEL

### NAISSANCES

Toufik, fils de M. Ali Miloudi (Sce Elaboration), le 18 12 90.  
Céha, fille de M. Daniel Villain (Sces techniques), le 3 2 91.  
Arnaud, fils de M. Régis Bisson (Sce Transformation), le 21 3 91.  
Julien, fils de M. Eddy Cantrelle (Sces techniques), le 26 3 91.  
Paul, fils de M. Pierre Séguillon (Sces techniques), le 4 4 91.  
Elodie, fille de Mlle Francine Picalle (Sce Commercial), le 24 4 91.

### DÉCÈS

M. Joël Domart (Sce Transformation), le 10 2 91.

# FONTENAY

### NAISSANCES

Clément et Oriane, jumeaux de M. Yves Bonnel (Sce Commercial DMI), le 21 2 91.  
Cindy, fille de M. Denis Boudrot (Sce Thermométrie), le 14 2 91.

# L.A.I.

### NAISSANCE

Erika, fille de M. Zaffaroni, le 20 4 91.

# LYON

### NAISSANCE

Sarah, fille de Mme Marilyn Da Costa Silva (Sce Apprêts), le 19 4 91.

# NICE

### NAISSANCE

Carole, fille de Mme Laure Salvaire, le 18 3 91.

# NOISY

### NAISSANCES

Léa, fille de M. Jean-Loïc Bellec (Sce Méthodes DPI), le 20 10 90.  
Jonathan, fils de Mme Patricia Follin (Sce Commercial DPI), le 16 12 90.  
Pierre-Augustin, fils de M. Jean-Louis Boyer (Sce Métaux Frittés), le 2 1 91.  
Alexandrine, fille de M. René Monnier (Sce Affinage Argent), le 6 1 91.  
Hauva, fils de M. Fossory Konaté (Sce Affinage Or), le 14 3 91.  
Marvin, fils de M. Jean-Pierre Baziz (Sce Platine), le 6 4 91.  
Georges-Alexandre, fils de Mme Lydia Féry (Sce LCA), le 10 4 91.  
Elodie, fille de Mme Catherine Philippon (Sce Sels Or), le 16 4 91.

### DÉCÈS

M. Raymond Courrioux, retraité, le 14 4 91.

# PARIS

### NAISSANCES

Kévin, fils de Mme Virginie Brognart (Laboratoire de Recherches), le 13 12 90.  
Maxime, fils de M. Eric Dessart (Toulouse), le 18 1 91.  
Julie, fille de Mme Pascale Di Camillo (DMA/Métaux Apprêts), le 3 5 91.

### RETRAITES

M. Robert Szczerba, le 31 12 90.  
M. Jacques Offenstein, le 31 3 91.

# SEMPSA

### NAISSANCE

Javier, fils de M. José Martinez Grima, le 2 2 91.

# VILLEURBANNE

### NAISSANCES

Laurène, fille de Mme Nathalie Jacobelli (Sce Contrôle), le 2 5 91.  
David, fils de M. Kiet Lang Kham (Tréfileur), le 26 12 90.

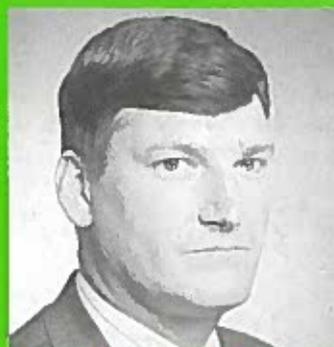
# Nominations



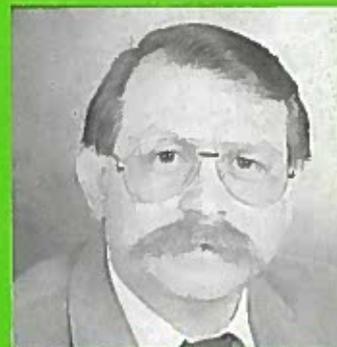
M. Philippe Bassoli est nommé responsable du département DMA/Apprêts en remplacement de M. Ludovic Uzan qui partira en retraite le 31 6 91.



M. André Ribas a été nommé responsable de la succursale de Strasbourg le 1 1 91.



M. Eric Lefebvre a été nommé Directeur de l'Informatique le 1 1 91.



M. Joël Comminsoli a été nommé responsable de la succursale de Marseille le 1 1 91.



M. Danier Havart a été nommé Directeur de Production de la Division Argent Industriel le 1 5 91.



M. Pascal Fonteneau a été nommé responsable de la succursale de Bordeaux le 1 4 91 en remplacement de M. Jacques Offenstein qui a pris sa retraite le 31 3 91.



Mme Marcelle Bénarab a été nommée responsable de la succursale de Nice le 1 4 91.