

CLAL~INFO

DPI

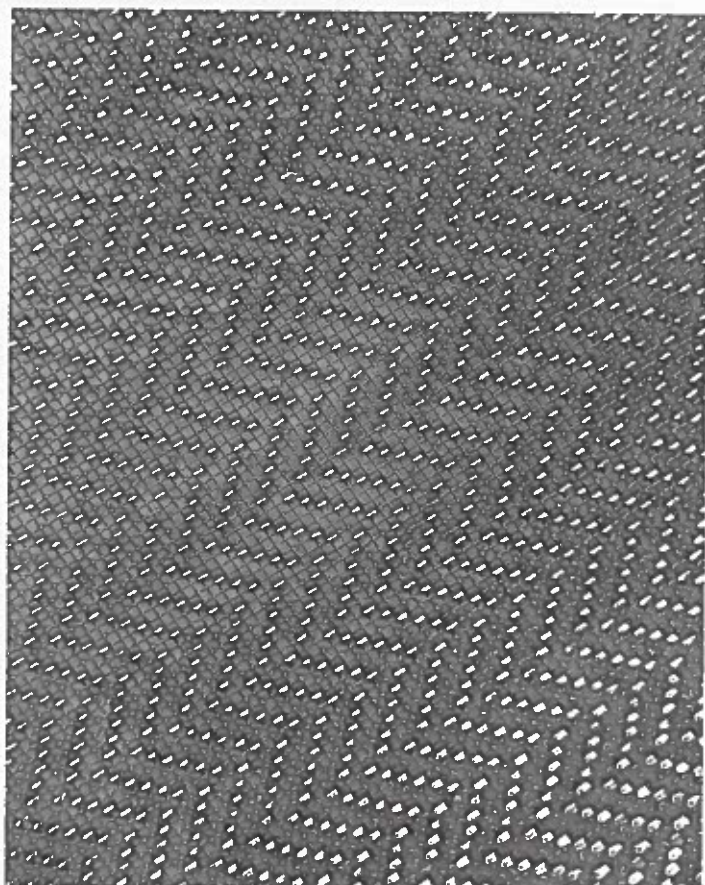


N°87

de janvier
à avril
94

Publication gratuite réservée au personnel
du CLAL

Sommaire



2 DPI

8 Coclico

COCLICO



12 Tétard

18 De la
bouche à
la boucherie



Directeur de la publication :
M. MASOUNAVE

Rédacteur en chef :
A. LAPOSTOLLE

Correspondants :
P. TRIGALO, et
B. VERNIERES.

ont collaboré à ce numéro :
L. MADOUÏ, D. JOURNEAU

Photos : Correspondants,
D. VELARD.

Maquette : DDDP
Illustrations : D. SUTTER
Impression : ROZIER

REPRODUCTION INTERDI-
TE SANS AUTORISATION

CLAL-INFO est une réalisa-
tion de la Direction des
Ressources Humaines

20 Parlons-en

21 Carnet

Cette fin d'année aura pour nous tous un goût amer car les résultats obtenus sont très loin d'être à la hauteur des efforts qui ont été accomplis.

La crise économique persiste en Europe et rien ne permet actuellement d'espérer une reprise prochaine.

Devant cette situation nous devons regarder avec lucidité les obstacles qui sont dressés devant nous et les niches où se trouvent des possibilités de développement.

Nos principales difficultés sont de deux ordres, d'abord une forte baisse de la demande chez nos clients habituels, puis une énorme pression sur les prix de la part des acheteurs encore présents sur le marché.

Face à la baisse de la demande, la Société qui, reconnaissons-le, n'a jamais été très présente sur des marchés lointains doit retrouver à l'exportation les commandes qui lui manquent sur ses marchés traditionnels. L'effort déjà engagé dans ce sens doit être renforcé.

Pour desserrer le carcan concurrentiel et la pression sur les prix, la réponse est le développement de produits plus élaborés, plus performants que ceux de nos concurrents.

Mais surtout nous devons faire des progrès très rapides dans le domaine de la qualité car pour nos vendeurs, le slogan "la qualité se paye" doit être un argument d'une fiabilité absolue.

Une action importante est engagée, vous le savez, pour sensibiliser et former tout le personnel de la Maison dans le domaine de la qualité. Celle-ci ne se décrète pas, tout au plus peut-on l'organiser mais essentiellement, elle repose sur chacun d'entre vous.

A l'aube de cette année qui restera difficile, je vous adresse à vous-même et à vos familles mes meilleurs vœux.

Philippe MALET

LES OBJECTIFS DE DPI : EXPORTATION & INNOVATION.

Stéphane Marret, le directeur de la division avec Mireille Morvan, son assistante



Bernard Lavoisard, responsable du service commercial et Walter Vervenne, directeur marketing



Dotés de propriétés physiques et chimiques exceptionnelles, les platinoïdes servent à de multiples applications industrielles. Plus de 100 alliages sont utilisés sur le site de Noisy-le-Sec pour le verre, la chimie, les hautes technologies, l'électronique... Leader européen dans certains secteurs d'activité et solide-

ment implantée dans les pays de la CEE où le CLAL a établi des filiales, la Division Platine Industriel (DPI) avance sur les marchés asiatique et est-européen.

L'obtention de la norme ISO 9002 fournira une arme supplémentaire de conquête.



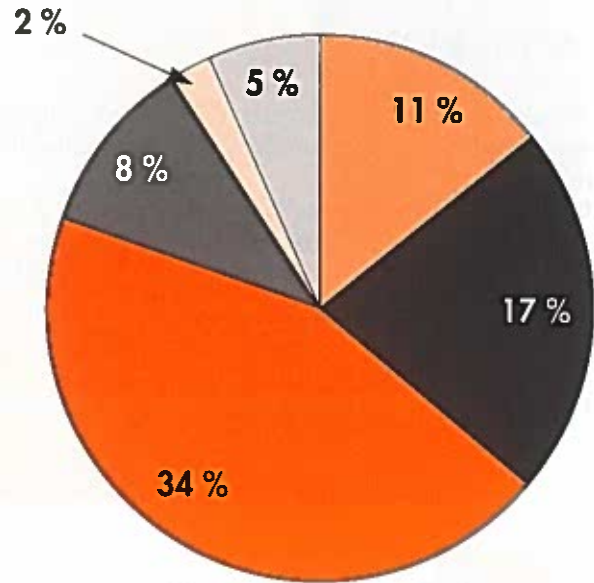
Patrice Le Haret, responsable de l'Administration des Ventes (ADV) et ses collaborateurs...









... Christophe Malié, Christine Malacchina, Muriel Mulot et Andrée Rebourg...



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES FAÇONS POUR LES PRINCIPAUX SEGMENTS DE MARCHÉ



	FIBRES DE VERRE	11%
	VERRES SPÉCIAUX	17%
	INDUSTRIES CHIMIQUES	34%
	ANALYSES ET MESURES	8%
	HAUTES TECHNOLOGIES	2%
	COMPOSANTS ELECTRONIQUES	5%

... Corinne Fortinon, Gérard Martinache, Mathieu Barbier et Sarah Colin.

DPI fabrique essentiellement des outils pour ses clients.

- fillères pour le fibrage du verre,
- pièces de fours et mélangeurs pour l'élaboration des verres spéciaux (cristal, verres optiques et ophtalmiques, tubes de télévision, flaconnages de luxe, ustensiles de cuisine en pyrex et vitrocéramique...),
- toiles de platine et palladium pour la fabrication de l'acide nitrique,
- fils de thermocouples et appareils de laboratoire pour mesures et analyses sont autant d'outils situés au coeur des procédés des utilisateurs.

"De la qualité de nos produits dépend la qualité des produits de nos clients", résume le directeur de la division Stéphane Marret.

Les donneurs d'ordres confient au CLAL leurs plans de fabrication de pièces souvent spécifiques.

La confidentialité, condition exigée par les clients souvent

concurrents entre eux, enveloppe chaque contrat. "Nous avons signé des accords de secret avec tous nos principaux clients" commente Stéphane Marret.

La division réalise plus de 80 % de son activité avec une cinquantaine de sociétés. Ces marchés concentrés commandent aussi bien des outils spécifiques (secteurs : verre, électronique, haute technologie, armement ou aéronautique) que des produits banalisés (chimie). Seule l'activité "mesures de température et analyses" s'adresse à une clientèle dispersée, qui choisit sur catalogue des produits standards.

Les métaux précieux travaillés appartiennent en grande partie aux clients, titulaires de "compte poids" métaux au CLAL. La division est responsable de la gestion de ces ressources depuis la fabrication des produits jusqu'au recyclage des déchets.

Les principaux platinoïdes (platine, palladium, rhodium,

INFOS-CLÉS

- effectif : 80 salariés
- chiffre d'affaires : 135 millions de francs.

Les ateliers de production

PLATINE APPRÊTÉ

- Opérateurs : fondeurs, forgerons, lamineurs, opérateurs de machines à commande numérique, emboutisseurs
- 200 à 300 commandes par mois
- Mise en œuvre : 15 à 20 tonnes d'alliages par an
- Fabrication de demi-produits (plaques, fils et lingots) et de produits finis (fonds de filières pour l'industrie du verre)

Cet atelier est doté d'équipements modernes et auto-

matés conduits par des personnels de plus en plus qualifiés.

CHAUDRONNERIE

- Opérateurs : soudeurs, repousseurs et chaudronniers
- 100 à 150 commandes par mois
- Fabrication sur plans de produits finis pour l'industrie du verre (pièces de fours, filières) et d'appareil de laboratoires en platine pour analyses.
- La qualité des produits fabriqués dans cet atelier repose essentiellement sur le savoir-faire des opérateurs.

TRÉFILIERIE ET TOILES

- Opérateurs : tréfileurs et tisseurs
- 100 à 150 commandes par mois
- Fabrication de fils de thermocouples pour diverses industries
- Fabrication de fils divers pour l'industrie du verre
- Fabrication de toiles métalliques employées dans la

catalyse ; la production de ces toiles nécessitant en moyenne 25000 km par an de fils de l'épaisseur d'un cheveu.

Les techniques utilisées dans cet atelier requièrent du personnel patience, minutie et savoir-faire.

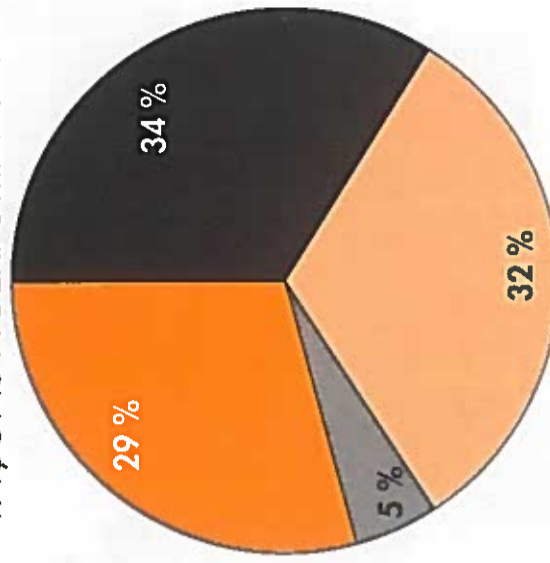
ELECTRONIQUE

- 50 à 100 commandes par mois.

Fabrication de produits de formes diverses (fils, lopins, bandes, cibles et pièces découpées) en métaux de haute pureté pour utilisation dans la production des composants électroniques.

La diversité des produits et le niveau de pureté exigés nécessitent de la part du personnel polyvalence et souci constant de la propreté.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES FAÇONS À L'EXPORTATION



CEE	34%
EUROPE (AUTRES)	32%
EXTRÊME ORIENT	5%
AUTRES	29%

Jean-Baptiste Bonnet (de dos) et Philippe Wambst, ingénieurs de vente de toiles et électronique



Jean-Loïc Bellec, le responsable de production



Jean-Guy Boudet, le chef d'atelier Pt apprêté et chaudronnerie Pt



Marbel Dbailly sur le tour de repoussage



iridium), dans leurs formes d'utilisation, sont aisément recyclables. Les pièces usagées des clients sont retournées au CLAL. Le métal est alors récupéré après affinage en vue d'une prochaine utilisation industrielle. La boucle est bouclée. Seules les pertes de métaux et les nouveaux besoins sont compensés par des achats effectués par la Direction des Métaux. (Les principaux producteurs mondiaux sont l'Afrique du Sud, la CEI et le Canada). Le système informatique instauré en 1991 permet de tout moment de connaître l'état des stocks dans les ateliers. Chaque lot de métal est identifié par un code-barre. La traçabilité des métaux au cours des étapes successives de fabrication est ainsi assurée.

OFFENSIVE À L'EXPORT

La décroissance ou au mieux la stagnation des marchés ouest européens impose une prospection tous azimuts. La création en 1991 d'une direction Marketing Groupe CLAL, pour les produits de DPI, dont la responsabilité a été confiée à Walter Verweene, a permis en particulier de faire connaître et apprécier les compétences de DPI dans les pays asiatiques (Corée, Japon, Taïwan). Parallèlement, l'action de DME a débouché sur la fourniture, au Japon, de lingots de Pt portant le poinçon CLAL (2 T/an).

Le salut passe également par la diversification des débouchés vers l'Europe de l'Est. DPI a recensé tous les utilisateurs potentiels de ses produits dans ces pays et commence à livrer régulièrement en Slovaquie, République Tchèque, Pologne, Bulgarie, etc...

"Cette politique mondiale doit porter la part des exportations à 50 % de notre activité en 1995" indique Stéphane Marret.

Dans la fibre de verre, les clients de DPI subissent le contrecoup des difficultés du bâtiment, de l'automobile et de l'électronique. "De plus, il existe une tendance à l'intégration de la fabrication chez certains de nos clients, essentiellement pour des raisons de confidentialité" note Stéphane Marret.

L'activité des verres spéciaux semble relativement moins affectée et bénéficie d'une clientèle plus éparse (Baccarat, Corning, Philips, Saint Gobain, Saint Louis, Schott, Thomson Consumer Electronics...)

La pénétration des marchés asiatiques et de l'Europe de l'Est oblige les commerçants à innover pour la création et la gestion de dossiers de plus en plus complexes. Ceci se réalise grâce à la compétence des personnels admi-

nistratifs et commerciaux de la division. "Notre métier évolue très vite et nous devons nous adapter aux nécessités ; ce n'est pas toujours facile mais c'est toujours passionnant" résume Bernard Lavoisard, responsable du Service Commercial (20 salariés).

NOUVEAUX PROCÉDÉS ET NOUVEAUX PRODUITS

DPI verra l'an prochain plus de 2 tonnes de toiles de platine à l'industrie chimique. Livrées à Grande Paroisse et Hydro-Agri en France, à BASF en Belgique ou à Tugras en Turquie... ces toiles catalytiques permettent d'obtenir l'acide nitrique principalement employé dans la fabrication des engrais. Or, ce secteur est en régression depuis deux ans en raison des mises en jachère décidées



Sandrine Cobier, Bernadette Fortier (responsable salle des matières et planning) et Carole Menguy préparent les mises en oeuvre pour les ateliers



Christian Jacques et Nicasia Agudo surveillent les métiers à tisser

Le geste caractéristique du chaudronnier Pt : ici Eric Ruby



Gilles Fouques, le fondeur, surveille le métal à travers le hublot du four



par la politique agricole commune et de la remise en cause de l'utilisation des nitrates. Dans ce contexte DPI mise sur les nouvelles techniques de fabrication et les lancements de nouveaux produits.

Les toiles catalytiques sont jusqu'à présent fabriquées sur des métiers à tisser qui ne traitent qu'un seul type de produit par campagne. L'outil de travail est donc immobilisé plusieurs semaines, en fonction des prévisions de commandes. Il sera complété dans les prochains mois par un procédé de tricotage permettant d'alterner les produits et de répondre aux à-coups de la demande.

Autre innovation maison pour la même application : le fil Bispin, mis au point par le laboratoire de recherche du CLAL et objet d'un brevet. Elaboré à partir d'un fil guipé, les toiles ont été soumises l'an dernier à des tests qui se sont révélés concluants chez les clients. La com-

mercialisation a commencé en 1993.

Autre exemple : la nouvelle technologie BHF (fabrication des fonds de filières par tétons rapportés), mise au point et industrialisée depuis deux ans grâce au service Développement/Méthodes de la Division. Par sa souplesse et la qualité des produits réalisés, elle a permis de conquérir des nouveaux marchés.

Le laboratoire de recherches travaille aussi activement à la mise au point d'une nouvelle génération de poudres métalliques pour satisfaire aux nouveaux besoins de l'industrie électronique.

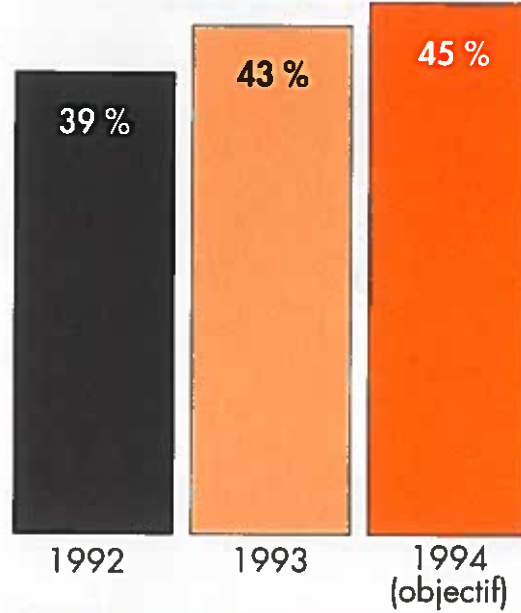


Patrick Joulin, Jacques Robine et Franck Calado devant le centre de découpe à commandes numériques

José Florès et Joël Gros, service méthodes/développement



ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES FAÇONS À L'EXPORTATION SUR 3 ANS



Bernard Deldebès, responsable qualité



OBJECTIF ISO 9002

Pour l'élaboration des produits destinés aux industries du verre, la machine ne sait pas encore reproduire les gestes du chaudronnier.

Le coup de patte de l'opérateur reste primordial dans cet atelier où les tâches demeurent artisanales. Pour répondre à une charge de travail très erratique et satisfaire aux délais imposés par les clients, la chaudronnerie s'appuie sur la flexibilité des hommes.

Par contre, les tâches manuelles répétitives, comme les opérations de perçage, découpe et ajustage des pièces, sont pour l'essentiel réalisées maintenant par des machines à commandes numériques. Puisque la production en série est limitée il faut pouvoir rapidement passer de la fabrication d'un fond de filière destiné à un client à

celle d'un autre produit. "Cette évolution technologique s'est accompagnée d'une progression de la qualification du personnel", souligne Jean-Loïc Bellec, responsable des services de production (54 salariés).

La recherche constante de l'amélioration de la qualité des produits, condition indispensable à la pénétration de nouveaux marchés et au maintien des positions acquises, doit être couronnée par la Certification ISO 9002. La conformité du Système Qualité de DPI à cette norme internationale sera la garantie du niveau de qualité exigé par les donneurs d'ordres. Le service "Contrôle Qualité", créé il y a trois ans et dirigé par Bernard Deldebès, déposera à la fin de l'année une demande de certification auprès de l'Association Française pour l'Assurance Qualité (AFAQ).

L'OBJECTIF COCLICO POUR 1994



Une équipe de la DMA planche sur le contenu de l'action pour les professionnels des services commerciaux.

M. J. Bagory
Directeur
Général du
CLAL

"Améliorer notre niveau de qualité, c'est améliorer notre capacité à satisfaire nos clients, afin de renforcer notre position sur nos marchés."

L'objectif que nous nous fixons pour 1994 est de réduire de manière significative les retards par rapport aux délais demandés par ces clients."

Cet objectif concerne l'entreprise toute entière dans ses relations clients-four-nisseurs, aussi bien internes qu'externes".

FLASHES

- DRH, de nouveaux les "chefs de projet" de chaque division se sont réunis avec l'équipe de pilotage CLAL. Ils échangent informations, conseils, services. La bourse aux idées.

- Rue de Liège Paris, près de la gare Saint-Lazare. Les intervenants du Cabinet QUATERNAIRE font le point sur l'important chantier CLAL en cours. "Un chantier qui tourne" disent-ils.

- Imprimerie ROZIER, La Plaine Saint Denis. Les premiers outils pour la grande concertation COCLICO tombent des machines. Des purs produits CLAL.

- Retour à Noisy, en salle de formation. (La salle COCLICO "n'y comptez pas..."). Un groupe de conjurés (DRH - QUATERNAIRE - encadrement d'ateliers) fomentent les futures formations pour pilotes de projet - COCLICO. "Il faut qu'ils soient efficaces, mais d'abord bien dans leurs godasses"

- Siège "salle COCLICO" : le comité qualité CLAL se réunit autour de M. Bagory, Directeur Général. Il reçoit des représentants des Comités qualité de Division, venus chercher le "feu vert" sur les objectifs de leur PAQ 94. "Un dialogue franc et amical" comme disent les diplomates...



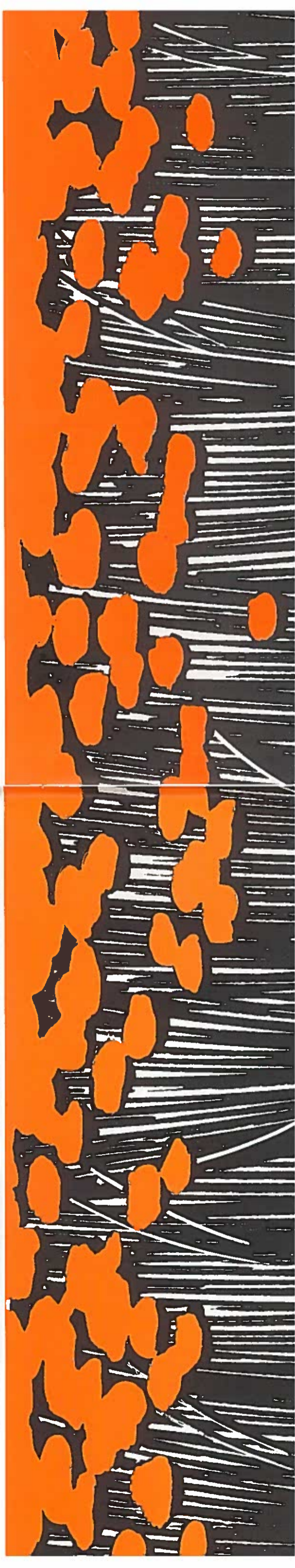
A. Fontenay et à Noisy les professionnels de terrain occupent les salles disponibles (COCLICO ou autres) pour deux jours de formation animée par les intervenants du cabinet Quaternaire.



- La nouvelle "salle COCLICO" à Noisy. Elle ne désemplit pas. Ici comme à Bornel, à Fontenay ou à Pont de Chery 800 professionnels de terrain (on les appelle parfois aussi les "opérateurs") se sont préparés à entrer en action-qualité. Et d'abord à participer à la grande concertation qui approche.

- Une autre "salle COCLICO", à Paris, rue de Montmorency cette fois, une équipe de la DMA (Division Métiers d'Art) "planche" sur la formation à imaginer pour les professionnels des services commerciaux.

- Au siège toujours, à la DRH (Direction des Ressources Humaines), l'équipe de pilotage de COCLICO se bat avec les plannings, affine les objectifs, rédige les supports. "Nous sommes tous au CLAL "condamnés" à réussir COCLICO, quelles que soient les difficultés du moment. Mais surtout quel beau combat !"





L'équipe de pilotage CLAL (M. Masounave, M. Poncet et L. Rodriguez) à l'écoute des "chefs de projet" : ici T. Taravella (DJO)

URANT ATION

ation COCLICO en
000 participants.

més en 1994, pour
rciales, administra-
s, etc...qui rejoind-
O cette année.

tes pour animer les
COCLICO, forma-
de la qualité, au fur
ins de ces groupes...

rogrès de l'entrepri-
loppement de la
ommes, et donc par

FLASHES (suite)

● Galerie commerciale DMA. 18 h 30 les clients ne viendront plus. Ils auraient été bien surpris sinon de trouver là une équipe de cinéma en plein tournage dans ces locaux historiques (un siècle et demi de CLAL !). C'est un support créé spécialement pour les formations COCLICO à venir dans les services commerciaux.....encore un produit pur CLAL.



Echange d'informations entre "chefs de projet" : B. Deldebès (DPI) et JP. Delfrate (AGI-FT)

● Rue Portefoin, 9 décembre, Division Joaillerie

Noisy, 10 décembre, Division Platine.

Michel Masounave "chef de projet" COCLICO anime les réunions de lancement des premiers PAQ de Division, entouré de tout l'encadrement concerné. "La nouvelle frontière, le progrès décisif, la clé du succès : la concertation".

C'est parti ? Evident !

C'est bien parti ? Suite au prochain numéro.

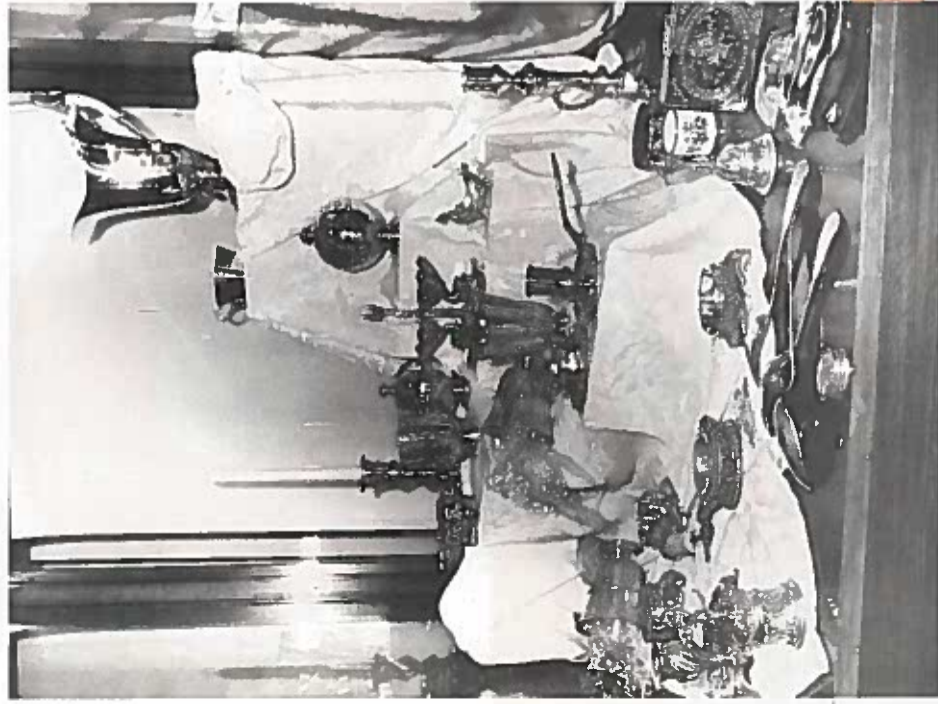
Tournage du film "Chaîne de vie" par PVR vidéo pour les besoins de la formation des professionnels sédentaires des services commerciaux de DMA.



Tétard chez les marchands d'art!

Tétard qui avait réussi à se faire une (petite !) place parmi les "grands" de ce monde : place Vendôme, rue de la Paix, rois du pétrole, sultans, émirs... a vu peu à peu décliner ce marché du luxe. Principaux coupables : la guerre du Golfe et la crise économique mondiale qui remet en cause tous les usages commerciaux.

Heureusement, une nouvelle voie vient de s'ouvrir très récemment pour Tétard : celle des ...marchands d'art !



Somptueuses vitrines du show-room de Tétard



Bertrand Sterkers : Chef d'ordonnement. Travaille au sein du groupe CLAL depuis 1976.

"Eh bien", s'est dit un jour Frédéric Pignot, le directeur commercial de la maison Tétard-Frères, "pourquoi ne mettrait-on pas à la disposition de l'argent massif les technologies contemporaines?" Pignot a donc décidé en 1992, de passer d'une orientation "Maîtres-orfèvres au savoir faire ancestral" à une orientation de "Démocrates de l'argent massif".

UN ESPRIT COQ

Avant tout, il s'agissait de repenser complètement la structure de Tétard. Là, où auparavant, il était nécessaire d'avoir orfèvre, ciseleur, polisseur, tourneur-repousseur, etc... on n'avait plus besoin "que" d'un orfèvre et d'un polisseur. "En fait", souligne F. Pignot, au départ de cette démarche, il y avait un esprit un peu COQ (Coût d'Obtention de la Qualité). D'abord, un cap préventif : il fallait mettre en place des technologies, une nouvelle col-

également avec F. Pignot une responsabilité "produits".

DE L'ARTISTE A L'INDUSTRIEL

Repenser complètement les techniques anciennes utilisées jusqu'alors chez Tétard, aboutissait forcément à faire appel à de nouvelles sources d'approvisionnement. "On est passé du monde des artisans, voire artistes, à un monde d'industriels, ou en tout cas de grands ateliers d'artisans !" précise F. Pignot. Cela signifiait donc, faire appel essentiellement à la sous-traitance. Cette sous-traitance utilisait jusque là son savoir-faire uniquement... pour le métal argenté ! Le métal argenté, comme chacun sait, souffre beaucoup actuellement. Il y avait donc tout "un outil de tra-

vail" (presses, repousseurs, es-tampeurs...) qui se retrouvait au chômage forcé. Tous ces gens là, jadis snobaient Tétard non par méchanceté, mais parce qu'ils ne voulaient pas s'embêter la vie pour de si petites quantités. Il fallait en effet entreposer le métal précieux (avec les risques que cela comprenait) , récupérer les déchets, etc.. Tout cela ne faisait pas vraiment partie de leur activité. On pouvait d'ailleurs à l'époque comprendre leur attitude, ce sont des industriels, pas des artisans ! Ils sont maintenant bien heureux de nous accueillir. Il a simplement fallu qu'ils s'adaptent, c'est tout !

LES DEMOCRATES DE L'ORFEVRE

Evidemment, l'idée première

dans tout cela était de mettre à la disposition du consommateur français une orfèvrerie d'argent massif à des tarifs plus abordables. Le résultat ? Une progression très sensible de Tétard sur le marché français, puisque le chiffre d'affaires France a augmenté de 150 % en deux ans ! Ce développement du chiffre d'affaires n'a pu se réaliser que parce que Tétard a mis à la disposition des consommateurs des nouveaux produits, utilisant de nouvelles technologies. "On a sorti par exemple en 1993, 60 nouveaux modèles et on a retiré de notre collection ...200 anciens modèles" ! commente F. Pignot.

"On a repensé fondamentalement toute notre collection. le consommateur final ne voit pas la différence entre notre ancienne fabrication et la nouvelle. L'amateur la reconnaît plus facilement. Le puriste lui, peut être écorché par la qualité. - non par la qualité proprement dite, car le produit est de

qualité - mais par les méthodes employées ! Le puriste reconnaît en effet l'aspect plus régulier des ouvrages que l'on sort aujourd'hui, mais le consommateur final ne saisit pas ces nuances et ne peut en être choqué. Alors, c'est quand même cela l'essentiel, la nouvelle vocation de démocrates de l'orfèvrerie semble réussie !"

NOUVEAUX PRODUITS = NOUVELLES TECHNOLOGIES !

Il est vrai que les technologies employées sont fondamentalement différentes. Ainsi, une timbale sur laquelle on passait 30 heures est aujourd'hui fendue en 2 blocs et revient au dixième du prix de revient de l'époque.



Philippe Lapostolle : Il assiste B. Sterkers. Il s'occupe plus spécialement du contrôle, de la reconnaissance des marchandises et de leur dispatching.



Jean-Claude Couve : L'orfèvre de Tétard. Il met au point tous les prototypes. Il s'occupe de toutes les réparations de certaines pièces très précieuses. Il fait également un travail de montage et d'assemblage de pièces de "grosse partie" (souples, théières, etc...).



Gilbert Basse : Le polisseur de Tétard. Il s'occupe principalement de polir les pièces qui méritent toutes une attention particulière..



Quelques superbes pièces d'orfèvrerie Tétard.

Comment procède-t-on aujourd'hui ? On fait un prototype ciselé, ensuite on fabrique un moule en fonte sous pression. C'est la technique de fonte à cire perdue utilisée également en bijouterie ! Le résultat ? Un objet qui a une apparence d'une timbale du XVII^e siècle avec toutes ses caractéristiques, et qui coûte non pas 70.000 F comme pourrait coûter un objet de collection de cette époque, mais quelques centaines de francs sorti de chez Tétard ! On utilise aussi d'autres méthodes de fabrication, par exemple, l'estampage. Là, Tétard fait appel à des estampeurs de maillechort ou de laiton, qui aujourd'hui estampent de l'argent. Au début, cela a été un peu dur pour eux. Ils avaient peur de garder des planches d'argent chez eux, ils avaient peur de crever le métal en le travaillant et puis, ils s'y sont parfaitement mis !

Tétard travaille également avec des repousseurs qui auparavant repoussaient le laiton ! Repousser est une opération qui consiste à faire épouser à un flanc d'argent la forme d'un mandrin. Un mandrin est une pièce de bois ou d'acier qui a la forme d'un objet (timbale, sou-



Isabelle Laucournet : Responsable de l'ADV export (Allemagne, Etats-Unis, Japon...) et de l'ADV France. Isabelle suit particulièrement le secteur Lyon, Côte d'Azur, qui est le secteur le plus actif en dehors de Paris. C'est le secteur qui exige le plus d'attention, car il est très traditionnel. Isabelle assiste notre représentant, M. Mock pour ce secteur.



Magali Frédon : Elle collabore avec I. Laucournet pour l'ADV. Magali et Isabelle s'occupent fréquemment par ailleurs du conditionnement. 2,5 tonnes d'orfèvrerie sont ainsi passées dans leurs mains en 1993, sous forme de petites cuillères à moka de 15 gr. ou de soupières de 2 kg !



Bertrand Fisher : Il s'occupait précédemment de l'ADV. Depuis le printemps 93, Bertrand sillonne les routes de l'ouest, l'est et le nord de la France. Il a pour mission première de redynamiser les ventes chez les bijoutiers et les magasins arts de la table de son secteur.

TÉTARD AU PAYS DES PRINCESSES

En 1992, Tétard a réalisé une fort belle affaire avec une princesse du Golfe ! Un jour, en effet, l'épouse d'un prince de cette région, ayant appris l'existence de Tétard par l'une de ses dames de compagnie, vient rendre visite à Tétard.

Journée inoubliable, où tout le quartier était rue Portefoin pour admirer...les 3 rolls de la jolie princesse stationnées devant le 12 rue Portefoin. La voilà donc au milieu du show-room faisant son marché. "Je voudrais 50 pièces comme celle-ci, et 30 comme celle-là, et puis aussi 20 pièces semblables à celle-là," etc...La princesse s'adresse ensuite à Frédéric Pignot : "Eh bien, M. Pignot, venez donc demain à midi, au Ritz, me faire votre offre".

Inutile de préciser que l'équipe Tétard et tous les sous-traitants travaillèrent d'arrache-pied cette nuit là pour répondre à un tel appel d'offre. "Le lendemain", raconte F. Pignot, "je n'étais évidemment pas prêt ! Alors, j'ai appelé la cliente pour le lui dire. Elle m'a demandé de venir la voir le lendemain à midi ! Eh, bien, il faut croire que Saint-Eloi, le patron des orfèvres, veillait sur Tétard ce jour-là ! En effet j'ai eu le plaisir d'être reçu par la princesse même, dans la suite impériale du Ritz. Elle m'a reçu au milieu de ses dames de compagnie, moi je m'attendais à la trouver sobre, voilée,...et bien, pas du tout, elle était en collant et en tae-shirt, en décontractée. Très simple, elle m'a servi elle-même le café. Je lui ai alors soumis mon devis, et comme toute princesse, elle a tout de suite accepté, ne cherchant pas une seconde à négocier. Autrefois, j'aurais sans doute été reçu par son homme d'affaires, qui probablement, aurait discuté mon offre, m'aurait demandé sa commission au passage, etc... Enfin, bref, merci donc à Saint-Eloi !.."

Ça a été la plus grosse affaire conclue en France dans ce domaine cette année-là. La jolie princesse avait également fait la joie de mes confrères porcelainiers et cristalliers parisiens, à qui elle avait également rendu visite.

Cette dame avait en effet besoin de "faire ses tables" pour un nouveau palais, que son époux venait d'acquérir !" Merci encore Madame...

pière...), et qui est placée sur un tour. Là, on va repousser la feuille de métal sur la pièce de bois ou d'acier, pour lui donner une pré-forme.

l'on vend soit des meubles, soit des tapis, de la porcelaine, des bijoux anciens et de l'orfèvrerie en argent massif ! Tétard est probablement la première société de renom à taquiner ce marché-là ! Il s'agit en fait d'une profession assez vaste, puisqu'elle va du modeste brocanteur au grand antiquaire de la rue du Bac ou du Louvre des Antiquaires. En France, il doit exister 300 à 500 clients potentiels susceptibles d'être intéressés par de l'orfèvrerie en argent massif. On ne les a malheureusement pas tous dans notre portefeuille, ça viendra peut-être un jour ! plaisante F. Pignot.

DES AMATEURS D'ART

"Tétard qui, jusqu'en 91, culminait à 500 Kg de produits vendus par an, frôle cette année les 2,5 tonnes ! Le marché des couverts en argent culminait à 11 MF en 90 avec une part Tétard équivalente à 8 % de ce marché. Aujourd'hui, la profession annonce un chiffre d'affaires de 15 MF avec une part Tétard de ...25 % ! Pas mal, n'est-ce pas ? Tout ceci ne s'est pas réalisé en un jour. En effet, après bien des péripéties concernant des ménagères en argent massif, qui ne se sont pas vendues comme nous l'espérions ! Tétard a déniché un nouveau créneau, dont le moins que l'on puisse dire, est qu'il semble être porteur. Il s'agit de ce que l'on pourrait appeler en un terme générique : "les amateurs d'art". !

Les amateurs d'art, ce sont ces boutiques qui vendent du neuf et de l'ancien. Des boutiques où

SENTIR - TOUCHER - PESER !

"L'approche commerciale est complètement différente si l'on a affaire à un marchand d'art ou à un bijoutier. Ils parlent deux langues complètement différentes, et ont un comportement également très différent. Lorsqu'il arrive que, dans le show-room de Tétard, des bijoutiers rencontrent des marchands d'art, ils sont assez sidérés. Les marchands d'art



Vanina Thabault : Après s'être familiarisée avec Tétard à l'ADV, elle prendra ses nouvelles fonctions de designer en 1994.



Isabelle Laucournet et Magali Frédon rangent quelques pièces d'orfèvrerie dans le show-room.

Frédéric Pignot, directeur commercial de la Société Tétard, s'entretient avec Bertrand Sterkers. F. Pignot a débuté chez Tétard en 1984, en qualité de designer. Dans le cadre de ses fonctions de directeur commercial, il gère personnellement les clients de Paris et de la région parisienne, à qui il rend fréquemment visite.



Une table du show-room où sont dressées quelques pièces d'orfèvrerie Tétard.



traitent les affaires de façon tout à faitartistique ! Il faut savoir, par exemple, que ce sont parfois de très mauvais payeurs. Alors, on leur fait toujours payer cash ! Ce sont des gens qui ne sont pas du tout intéressés par les pièces que l'on peut trouver dans de beaux catalogues, reliés, en couleurs, chiffrés, référencés. Non ! eux ils aiment chiner ! Ils faut qu'ils touchent, qu'ils pèsent, qu'ils sentent, qu'ils en parlent à Ginette ou à la voisine de la boutique d'à côté. Et puis, c'est le coup de foudre, et ils prennent ! Par ailleurs, ils savent fort bien vendre et dès qu'ils ont un peu de cash - comme ils disent - et bien, ils viennent à nouveau chez Tétard acheter d'autres pièces !" se réjouit F. Pignot. Le premier critère pour ces marchands d'art, c'est que Tétard a un poinçon de maître qui a plus d'un siècle d'existence, qui est évocateur de savoir-faire grand siècle !

Le deuxième critère, c'est bien

sûr la qualité. Il faut qu'il y ait la minerve, c'est-à-dire il faut que ce soit de l'argent massif 1er titre français ! Le troisième critère, bien évidemment, ce sont les prix ! Il est impératif qu'ils restent compétitifs !

LES 3 LOUIS ET LES 2 EMPIRES

"Auparavant, ces clients "amateurs d'art" fréquentaient très rarement Tétard. Ils venaient chez Tétard parce qu'ils avaient fait l'acquisition en salle des ventes ou chez un particulier, d'une ménagère ou d'un service à thé en argent massif, et comme il leur manquait 2 ou 3 pièces, ils achetaient de quoi réassortir et compléter leur collection !

Je ressentais alors une grande frustration, "raconte F. Pignot", "j'allais parfois les voir dans leur

boutique. Ils avaient des vitrines somptueuses, il n'y avait que de l'orfèvrerie, c'était assez flamboyant, ça brillait. Je me disais : il y a là un vrai gisement, c'est là qu'est réellement le marché de l'orfèvrerie, et on n'y touche pas ! Nos prix étaient vraiment trop élevés pour eux, à cette époque-là !

Bien entendu, pour ce type de clientèle, la création en orfèvrerie avec des lignes contemporaines, vaut zéro ! Il s'agit uniquement de rééditer des pièces grand siècle : les 3 Louis, les 2 Empires...!"

A propos de leur façon d'acheter, voici une anecdote récente qui est une bonne illustration de leur manière d'agir. Un jour, on livre à l'un de nos clients une superbe ménagère où chaque pièce était enfermée et protégée par un sachet plastique. Ils nous ont alors demandé de leur passer un grand plateau, ils ont retiré un par un tous les sachets de plastique, ont déposé les couverts sur le plateau et ont ...remué le plateau dans tous les sens pendant plusieurs minutes.

Notre ménagère avait un peu trop l'aspect du neuf...!"

LE BUSINESS, C'EST LA VIE

Les amateurs d'art sont des négociateurs dans l'âme. Ils n'accepteront jamais de vous acheter nos produits au prix que vous leur avez initialement proposé. C'est la règle du jeu ! Pour eux, le business, c'est la vie ! C'est parce qu'il va y avoir un bon relationnel avec le client que ça marchera. Il y en a qui disent à leurs clients : "vous m'embêtez, vous ne m'êtes pas sympathique, je ne vous vends pas !". Ce sont des gens qui adorent toucher, marchander, faire des petites entourloupettes. Leur bonheur, c'est une négociation qui va durer deux heures, à fumer une cigarette

ou à boire un café autour d'une table ! Ils sont toutefois très attachants, mais il faut s'adapter à leur style, tout simplement !

PAS ASSEZ CHER, MON FILS !

Tétard a connu également une progression sur ce que l'on appelle "le traditionnel". la vente pour les baptêmes (timbales, ronds de serviette, couverts bébé, coquetiers) continue à bien se porter. L'Elysée reste également un fidèle client. Le Président offre à ses hôtes des cadeaux en argent massif Tétard. Prestigieuse référence, n'est-ce-pas ?

Par contre, les décorateurs ont délaissé un peu Tétard, notamment depuis la guerre du Golfe. Par ailleurs, ce n'est plus tellement à la mode de "monter" un hôtel particulier à Paris, un autre à Londres, un troisième à Genève. La nouvelle génération "aristocrate" du Moyen-Orient n'apprécie plus forcément ce qu'aimaient leurs parents.

La grande cadillac de six mètres de long, avec le sauna et la piscine à l'intérieur, ce n'est plus leur truc ! La pub CLIO est en ce sens révélatrice ! Et, c'est la même chose pour les Arts de la Table ! Dommage pour Tétard !

"Notre challenge pour 1994", conclut F. Pignot, "poursuivre dans cette belle voie des marchands d'art bien entendu. Mais pas uniquement ! Tenez, voilà un scoop pour CLAL-INFO : Tétard sortira en début d'année, une superbe collection de cadeaux en argent massif et en laque de différentes couleurs. Même les bébés pourront en bénéficier, avec une collection baptême modernisée et rajeunie !" En cette nouvelle année, nous ne pouvons donc que former nos meilleurs vœux de réussite et de longue vie à Tétard !



Frédéric Pignot, directeur commercial avec Jean-Charles Salignon, Directeur de la Division Joaillerie (DJO) qui comprend Caplain Saint-André, Camus, Albert et Camus, Moncany et Tétard. J.C. Salignon a beaucoup encouragé Frédéric Pignot dans cette nouvelle voie qui s'offre à Tétard : les "amateurs d'art !" et lui apporte les moyens de la nécessaire modernisation de cette activité traditionaliste.

De la bouche à la boucherie de l'or à l'orfèvrerie

Le siège social du CLAL se trouve dans la même rue que la maison de Nicolas Flamel, le célèbre alchimiste. A partir de cette simple constatation Pierre Gau a tiré les fils de l'histoire pour vérifier qu'en fait, des métiers que rien a priori ne devait réunir, possédaient des liens étroits parmi lesquels l'or et l'argent tiennent une place de choix.

● Epitaphe de Nicolas Flamel (ci-contre)

Feu Nicolas Flamel iadis escriuain a laissé par son testament a leuvre de ceste église, certaines rentes et maisons qu'il auoit acquestées et achatées a son uiuant pour faire certain serulice diuin et distribucions d'argent chascun an par aumosne touchans les quinze vins lostel Dieu et autres églises et hospitaux à Paris. Soit prié pour les trespassez.

Cette inscription est surmontée d'une sorte de tableau où l'on voit Jésus-Christ tenant le monde dans sa main gauche sous la forme d'une boule surmontée d'une croix. Saint-Pierre, une clef à la main est placé à sa droite, et saint Paul, armé d'une épée, à sa gauche. Entre le Sauveur et saint Pierre, on remarque le soleil, du côté de saint Paul, la lune.

Au-dessous de l'inscription est représenté un squelette couché dans un suaire et accompagné d'une banderole sur laquelle on lit :

Domine Deus in tua misericordia speravi

Au-dessus enfin, sur la pierre, se lisent ces deux vers :

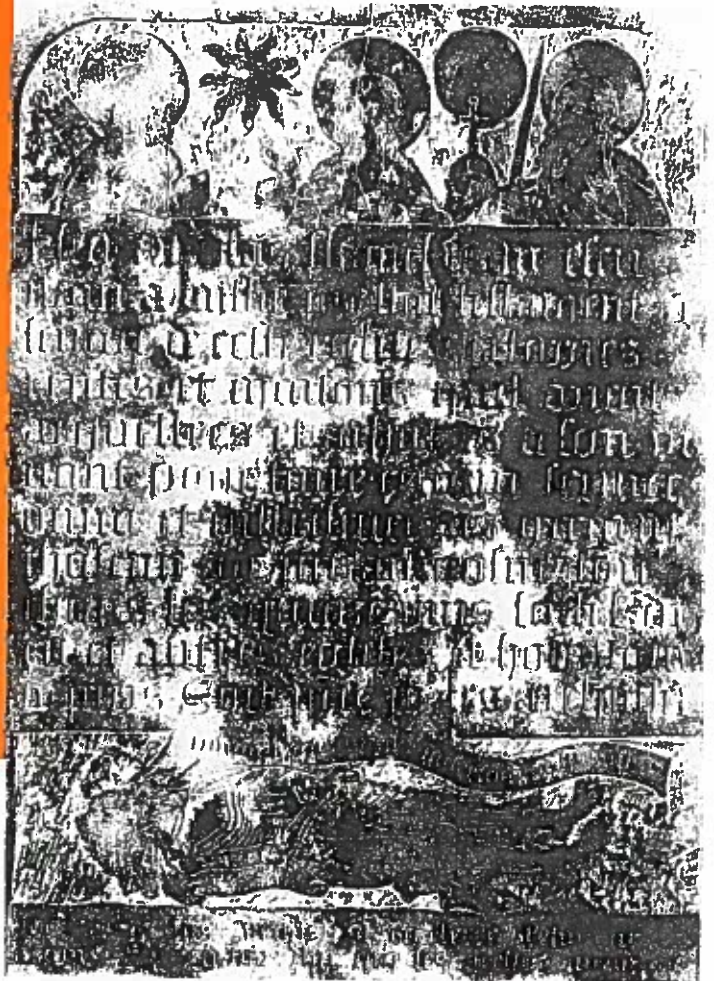
De terre suis venus et en terre retourne

Lame rends à toi J. H.V. qui les pechiés pardonne.

Provenant de l'Eglise Saint-Jacques-de-la-Boucherie, cette épitaphe se trouve aujourd'hui au musée de Cluny. Elle a appartenu un moment à un marchand de coquilles et d'objets d'histoire naturelle qui la tenait lui-même d'une fruitière de la rue Saint-Jacques-de-la-Boucherie qui s'en servait pour mettre dessus ses épinards.

● Epitaphe de Monsieur Le Roy posée contre le pilier devant l'image de N-D dans le chœur de l'église Saint-Jacques-de-la-Boucherie.

Bienheureux est l'homme qui n'est point allé après l'or et qui n'a mis son espérance aux trésors - (Eccles.31.)





L'église Saint Jacques-de-la-boucherie en 1702

la-Boucherie. Parmi ces dons on peut citer entre autres :

-1° La maison de l'Image-Notre-Dame, rue Saint-Martin au coin de la rue de Montmorency dans la censive (2) du prieuré de Saint-Martin des Champs. Elle était la propriété de Flamel en 1382. On la désigne ainsi dans les actes : "la maison du grand pignon de pierres de taille, outre la porte Saint-Martin tenant à y celui Nicolas, et d'autre à Barthelemy Croquemeure, cordonnier, aboutissant à une place vide où jadis ot estuves".

-2° Une maison rue de Montmorency (qui est celle que l'on voit aujourd'hui au numéro 51 de la rue).

détail de la viande. Bénéficiant d'un prestige redoutable inhérent à leur état, ils s'érigent comme les défenseurs de la haute bourgeoisie mais aussi comme les protecteurs de la rue et du petit peuple par l'intermédiaire de leurs "varlets"(4). La grande boucherie s'était opposée aux Templiers qui en 1282 avaient voulu créer de nouveaux établissements sur leur domaine hors des remparts de Philippe-Auguste (la lutte pour l'implantation commerciale existait déjà au Moyen-Age !). Le 30 septembre 1406 le roi de France Charles VI autorise les bouchers à "fonder dans la chapelle de leur maison commune une confrérie en l'hon-

neur de la Nativité de Notre Seigneur".

En 1413 bouchers et écorcheurs révolutionnent Paris et deviennent les maîtres du Gouvernement. L'église Saint-Jacques-de-la-Boucherie est consacrée le 24 mars 1414 par l'évêque de Turin, Gérard de Montaigu ; la corporation est alors à l'apogée de sa puissance.

Saint-Jacques-de-la-Boucherie était un point de départ et d'arrivée des pèlerins pour Saint-Jacques de Compostelle en Galice (3)

La tour Saint-Jacques vers 1925

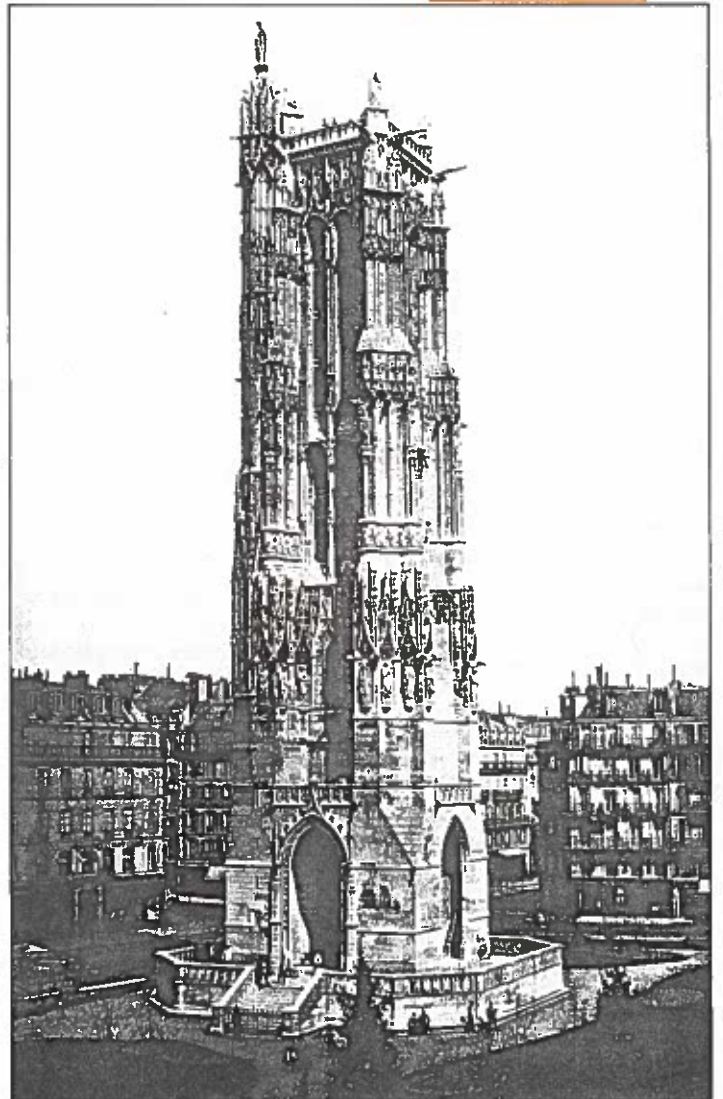
UN BIENFAITEUR

Nicolas Flamel (vers 1350-1418), écrivain juré de l'Université de Paris (1) a amassé une immense fortune dont ses contemporains n'ont pas su percer l'origine. Pour expliquer le phénomène l'imaginaire populaire a attribué cette richesse aux talents d'alchimiste de l'écrivain en affirmant qu'il avait découvert le secret de la pierre philosophale et qu'il transmutait le plomb en or.

Nicolas Flamel a légué une grande partie de ses biens à la paroisse Saint-Jacques-de-

UNE CORPORATION PUISSANTE

La paroisse Saint-Jacques, qui deviendra au XIIIème siècle Saint-Jacques-de-la-Boucherie, doit son nom au fait que les bouchers formaient le noyau essentiel de la communauté des paroissiens. L'importance sociale des bouchers est fort grande. Possédant de véritables troupeaux de bêtes, ils détiennent le monopole du commerce de



ENSEIGNES DES MAISONS

RUE SAINT MARTIN ET LE PONT NOTRE DAME

LE BERCEAU D'ARGENT - LE GRIFFON D'OR - LE POT D'ETAIN - LE MARTEAU D'OR - LA COURONNE D'OR - LE COQ COURONNE - LE BRAS D'OR - L'ETOILE D'OR.

RUE SAINT DENIS

LE CROISSANT D'OR - LES TROIS COLLIERS - L'ETOILE D'OR - LA FIDELITE - L'EVENTAIL COURONNE - LE LIS D'OR - LE LION D'OR - LE SAUVAGE D'OR.

LES CONFRERIES

Les confreries de la paroisse réunissaient les divers habitants du quartier.

Dans le testament de FLAMEL 1416 et de PERNELLE 1397, il est fait mention de la confrerie de Saint Jacques, de Saint Christophe et de celle de Sainte Anne.

Références bibliographique : Histoire de la paroisse Saint-Jacques-de-la-Boucherie. Jacques MEURGEY
Librairie ancienne Honoré Champion Paris 1926.

De la bouche à la
boucherie
de l'or à l'orfèvrerie
(suite)

DE LA BOUCHERIE AU CHANGE ET A L'ORFEVRE

Les bouchers, en asseyant leur fortune élargirent leurs champs d'activités ; les Taronne furent bouchers et changeurs, les Marcel bouchers, changeurs et orfèvres. Les changeurs, surtout les "Lombards" s'étaient installés sur le Grand-Pont, l'actuel Pont-au-Change, sur l'ordre du roi Louis VII vers 1140. La Cour et les grands seigneurs gravitant autour du roi attiraient les artisans de luxe : joailliers, orfèvres, cristalliers, pierriers, batteurs d'argent et d'or.

Tout ce beau monde s'installe sur le Grand-Pont. "Entre les piliers et les pilotis, sous ces ateliers tournent les roues à aubes des moulins entraînant les soufflets, les marteaux, les forges et les feux des creusets".

Quand au changeur, il "attend le client derrière une table recouverte d'un drap. Sur son comptoir, des coupes remplies de monnaies, des bourses, des coffrets de voyage, des flacons contenant des liquides pour éprouver l'or, des blocs de jaspe noir pour "toucher" l'argent, et des trébuchets de cuivre destinés à peser les pièces.



En 1413 bouchers et écorcheurs révolutionnent Paris et deviennent maîtres du Gouvernement. C'est la révolte des Cabochiens du nom d'un agitateur, Simon ou Simonnet Caboche "écorcheur de vaches à boucherie Saint-Jacques" et proche du Duc de Bourgogne.

UN BEFFROI POUR SE SOUVENIR

Le 13 mai 1416, Charles VI désirant installer une "notable place belle et spacieuse" devant son "Chastelet" ordonne que la boucherie (François Villon appelait le Châtelet une "escorcherie") soit "desmolie jusqu'au rez de terre sans rien y réserver". En réalité, l'acte du roi est une sombre revanche envers une corporation qui lui avait refusé l'argent nécessaire à une expédition militaire.

Aujourd'hui, à l'emplacement de l'église corporative il ne reste qu'un seul vestige, un beffroi de 58m de hauteur érigé en 1525 : la Tour Saint-Jacques.

(1) - juré : autrefois, personne qui avait prêté les serments requis pour la maîtrise et veillait à l'observation des statuts et règlements.

(2) - censive : sous le régime féodal, terre assujettie au cens (redevance) annuel en argent ou en nature.

(3) - Galice : région du Nord-Ouest de l'Espagne au nord du Portugal. Avec la "Reconquista" (reconquête de l'Espagne par les chrétiens sur les musulmans), le pèlerinage de Saint-Jacques-de-Compostelle devint l'un des plus célèbres de la chrétienté ; des itinéraires classiques y conduisaient.

(4) - Varlet : jeune noble qui faisait son apprentissage des armes au service d'un seigneur.

PARLONS
EN



Vue générale de l'immeuble abritant le nouveau centre commercial de la SEMPISA.

SEMPISA

Un nouveau centre commercial

La direction, le service commercial et le service financier et métaux de la SEMPISA occupent depuis le 18 novembre 1993 des nouveaux locaux au nord de Madrid
Calle Caleruega, 79-2
28033 MADRID



M. José Luis Garcia, le Directeur Général

M. José Luis Garcia, le Directeur Général et ses collaborateurs souhaitent moderniser leurs installations et améliorer le service proposé aux clients. Le nouveau centre situé

près de l'axe de communication nord-sud et du second périphérique de la capitale espagnole présente une meilleure accessibilité. Les locaux accueillants, parfaitement en harmonie avec l'image que la SEMPISA veut véhiculer auprès de sa clientèle, se trouvent au deuxième étage d'un immeuble qui en compte sept et qui dispose de services tels que parking, gardiennage, information et accueil des visiteurs.

Les relations avec l'usine se font par l'intermédiaire de l'ordinateur, en temps réel ce qui permet de maintenir l'habitude de rapidité de réaction et

le nécessaire contrôle des opérations.

M. José Luis Garcia espère qu'avec ce nouvel "outil" il pourra maintenir et surtout développer ses activités commerciales nationales et internationales.



Vue partielle des locaux : la Division Platine, Thermométrie, Purhypo - Mmes Pianera et Gomez et MM. Sanz et Villejas.

COMITÉ S.E.C.T.

La fourniture, à un utilisateur professionnel, de produits chimiques dangereux doit être assortie d'une transmission, par le vendeur, d'informations (sous forme de fiches de données de sécurité - FDS) sur le risque que ces produits présentent et sur les précautions à prendre pour éviter qu'ils ne se manifestent. Pour aider les divisions à réunir les éléments et les diffuser dans le respect des textes réglementaires, Daniel Maizeret a été nommé, le 1er septembre 93, responsable de l'information concernant les produits dangereux. Sous la houlette de Nicole Petit il conseille les rédacteurs des FDS. Il centralise, diffuse et harmonise les FDS dans le groupe et en assure l'archivage.

Concrètement il prépare le travail du comité S.E.C.T (sécurité, étiquetage, conditionnement,



Daniel Maizeret

transport) en relation avec les correspondants de chaque division. Utilisant les différentes formes d'information (notes, réunions, séances thématiques en mini-groupes, stage de formation) D. Maizeret sensibilise les différents acteurs aux questions de sécurité et de respect de l'environnement.



Une disposition très scolaire pour une séance de sensibilisation aux problèmes de sécurité à la commercialisation des produits dangereux

Daniel Maizeret dans son rôle de conseil à la rédaction des fiches de données de sécurité.
de g à d : **Alain Deguelle (DP), Michel Lecoq (SGS-NY) et Michel Pothier (AGI-NY)**



M. Roland GUIDAT, Ingénieur Chimiste de l'ENSIC-NANCY a été accueilli à la DRA-Ny le 04.10.1993. Il occupe la fonction de responsable de production



Killian, le
06.11.93, fils de
Mme Nadia
GAUMONT
(DJO-CSA)

Mariages

Mlle Lynda
BEAUCHENE
(DJO-CSA) avec
M. Thierry
COURMONT le
02.07.93

M. Frédéric GEFFRAYE (DP)
avec Mlle Sabine HAUSHERR
le 17.07.93

Mme Anne-Marie FAUQUEM-
BERGUE (DMA-AP) avec M.
Gilbert LEROY le 25.09.93

Mlle Sophie BESSON (DP)
avec M. Bruno FRANCHITTO
le 30.10.93

PARIS

Naissances

Thomas, le 07.07.93, fils de
Mme Pascale LEIVA (DMA-
Galvano)

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

Manon, le 31.07.93, fille de
Mme Sophie GROSMAN
(DMA-Impex)

Antonin, le 14.08.93, fils de
Mme Véronique POULAIN
(DRH)

Aurélie, le 10.09.93, fille de
Mme Virginie BROGNIART
(DP)

Tony, le 20.09.93, fils de M.
Jean HABERER (DJO-CSA)

STRASBOURG

Mariages

M. Gérard ROELLY avec Mlle
Jocelyne REBERT le 31.07.93

