

Duralex, une renaissance en Scop

Placée en redressement judiciaire fin avril 2024, l'entreprise Duralex, tel un phénix, renaît de ses cendres en devenant une Scop !

Fin juillet, le tribunal de commerce d'Orléans a validé la reprise en Scop de la verrerie de la Chapelle-Saint-Mesmin (Loiret). Après l'annonce d'un redressement judiciaire fin avril, le projet des salariés, soutenu par les collectivités locales l'a emporté face à deux offres de rachat émanant de groupes industriels. Orléans Métropole va acquérir le foncier, pour 5,8 millions d'€, la région Centre-Val de Loire s'est portée garante financièrement à hauteur de 500 000 € et a octroyé un prêt d'un million d'€. Le Crédit Agricole Centre-Val de Loire et la Caisse d'Épargne Centre-Val de Loire ont suivi avec 1,5 million d'€ de crédits bancaires. La CG Scop a mobilisé France Active et Socoden afin de renforcer le tour de table financier, à hauteur de 800 000 €, soit un total de 9,67 millions d'€. 141 salariés ont constitué un capital de 70 500 € et sont devenus co-propriétaires de leur outil de production. À ce jour, aucune subvention non remboursable n'a été octroyée à la coopérative.

Des rachats réussis sans lendemain

Duralex, connue dans le monde entier pour sa vaisselle réputée incassable, fait partie du patrimoine culturel et industriel français. Créée en 1945 par Saint-Gobain, la marque a commencé à avoir des ennuis quand le géant du verre l'a vendue en 1997. « *Nous avons subi six dépôts de bilan depuis* », résume François Marciano, actuel directeur général de la jeune Scop. Ainsi différents repreneurs se sont succédé, rachetant l'entreprise à la barre du tribunal avec des promesses de développement avant de l'y ramener quelques années plus tard. Le dernier en date était la maison française du verre (anciennement International Cookware, aussi propriétaire de Pyrex). Face à cette suite de désillusions, François Marciano souhaitait trouver une alternative. « *Ce qui me tenait à cœur, c'était que Duralex appartienne à ses salariés, que ses bénéficiaires soient réinvestis dans la société et qu'ils ne profitent pas à des actionnaires ou investisseurs. L'élément essentiel a donc été de*



vérifier la viabilité économique et industrielle du projet et démontrer le potentiel commercial. Nous avons tout fait pour construire l'offre sur un prévisionnel réaliste, avec rapport d'expertise, audit de l'entreprise et du marché, etc. ». Le domaine industriel international du verre a ses spécificités. Duralex, spécialiste mondiale du verre trempé de milieu de gamme et reconnue entreprise du patrimoine vivant ne manque pas d'atouts.

Une reprise cohérente et sérieuse

Le tribunal a jugé le dossier « cohérent et sérieux » avec des « garanties fortes », estimant que la reprise en Scop était en mesure de maintenir les « activités des salariés dans des conditions réalisables ». « *L'objectif de conserver tous les emplois a été atteint. Ce fut un grand soulagement pour les 226 salariés dont 85 % étaient favorables à cette reprise. Cette perspective a permis de les impliquer véritablement afin qu'ils se réapproprient l'usine* », se félicite



le directeur. Accompagnés par l'Union régionale des Scop Centre-Val de Loire, ils vont apprendre à gérer une entreprise de A à Z. « On est bien conscient que le plus dur reste à faire, mais on veut aussi servir d'exemple pour d'autres entreprises françaises en difficulté », argumente le directeur.

Une nouvelle stratégie commerciale

Avec ses 40 ans de métier (dont 11 au sein de la direction de Duralex), François Marciano sait de quoi il parle. En 30 ans, il n'y a eu aucun investissement sur les chaînes de production, ni de réelles stratégies commerciales. Le nouveau plan commercial, élaboré par lui-même et Vincent Vallin, nouveau directeur stratégie et développement de la marque et ancien DG de Brandt France, vise à relancer la marque dans le monde entier. « Nous avons besoin d'avoir une démarche marketing et commerciale en propre, car jusqu'à présent ce n'était pas le cas. Être de nouveau visible, gagner des parts de marché, reconquérir de nouvelles zones géographiques (35 % de chute sur le marché international), tout est à faire ! Avec l'objectif d'atteindre 40 millions d'€ de chiffre d'affaires en 2029 (soit une augmentation de 30 % en cinq ans) », résume François Marciano. Absent des rayons français depuis 30 ans, Duralex



doit retrouver une place sur ce marché, car 80 % de son CA se fait à l'exportation.

Des engagements nouveaux et pérennes

Sa feuille de route, détaillée dans le projet de reprise, est claire et tracée pour plusieurs années. Sont prévus une dizaine d'embauches en marketing et vente (opérationnel début 2025), l'achat

de nouvelles machines d'emballage et la mise en place d'une démarche environnementale (décarbonation, panneaux photovoltaïques et recyclage de l'eau pour ses process de production, etc.). Enfin, à l'horizon 2026, un magasin d'usine sera créé.

Séduire le marché français

Afin de favoriser le « made in France », la première opération marketing a été une collaboration avec la PME, Le Slip français, dès la rentrée via le coffret « Allons enfants de la cantine ! ». Le but a été de vendre 50 000 verres d'une édition spéciale avec des caleçons.

La deuxième a été lancée début décembre par Stéphane Bern en collaboration avec La Fondation du patrimoine, La Poste et la Région Centre-Val de Loire. « Sauf qu'au lieu de sauver un château, on va sauver une usine », résume François Marciano. Il s'agit d'une série limitée de verres et mugs qui est exclusivement vendue à l'occasion de Noël dans les bureaux de Poste de la région (jusqu'à fin janvier 2025). De quoi redonner envie d'acheter Duralex ! 🍷 LA NAVETTE

En savoir plus

<https://www.duralex.com/>

