

Changements

RAPPROCHEMENT DE MSC ET SGCC AU SEIN DU GROUPE TIAMA

LBO France (société de capital-investissement), le management et les salariés du groupe Tiama, d'une part, et Atria Capital Partners et le management de la société Verrela d'autre part, ont décidé de céder Verrela à Tiama. Cette opération conforte et réalise ainsi le rapprochement entre MSC et SGCC. En décidant de mettre en commun



les forces de leurs groupes respectifs, Edouard Marienbach, Président de Tiama, et Luc Boulant, Président de SGCC, ont pour objectif de faire du groupe Tiama le leader mondial dans des solutions d'inspection par vision et un acteur de référence dans les domaines du contrôle du verre creux, de l'automobile, de l'agroalimentaire et maintenant des verres ophtalmiques. La nouvelle taille du groupe

Tiama va permettre d'offrir à ses clients un potentiel d'innovation R & D fortement accru et une offre de services complète au niveau mondial. Implanté sur trois sites principaux situés en France, à Lyon, Rennes et désormais Gennevilliers, le groupe Tiama est également présent sur le plan international, au travers de ses filiales en Belgique, Allemagne, Espagne, USA, Chine et de son bureau en Russie. Le groupe a réalisé en 2007 un chiffre d'affaires de près de 110 millions d'euros, dont plus de 85 % à l'export. Avec 10 % des revenus consacrés à la R & D, le groupe Tiama innove et met au point des machines à base de technologies de vision industrielle dédiées aux métiers: de l'inspection et du contrôle qualité en ligne, de la sécurité consommateurs, de la protection des marques et de la traçabilité. Dans sa nouvelle configuration, le groupe Tiama va disposer de structures et de moyens qui vont lui permettre de proposer une offre de services complète destinée à tous les marchés qu'il sert et d'être près de ses clients au travers de collaborateurs basés en France, Allemagne, Espagne, Russie, USA, Amérique Centrale, Amérique du Sud, Chine et prochainement Afrique du Sud. Le groupe est désormais organisé en 5 Business Units:

- le verre creux sous les marques MSC, SGCC et Visiglas
- l'automobile sous la marque Edixia
- l'agroalimentaire sous la marque Luceo
- l'ophtalmique sous la marque SGCC
- l'activité Service transverse aux autres Business units.

GLASS VALLÉE : UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE POUR LE FLACONNAGE DE LUXE FRANÇAIS

Le pôle mondial du flaconnage de luxe de la Vallée de la Bresle est désormais la nouvelle dénomination sociale du district verrier de la vallée de la Bresle. Ce changement s'accompagne d'une nouvelle enseigne « Glass Vallée », et d'un nouveau logo signé par l'agence ADN atelier design. Cette nouvelle identité jouant sur l'association de l'anglais et du français garantit la lisibilité et la compréhension par le plus grand nombre, et évoque la position leader du pôle sur le plan international tout en précisant l'envie de conserver une logique de fabrication à la française. Elle traduit aussi une forte volonté de la part de sa Direction de fédérer l'ensemble des métiers du verre. La Glass Vallée, dirigée par William Varrall, regroupe aujourd'hui plus de soixante entreprises, ce qui représente environ 7 000 employés entre le Tréport et Feuquières dans l'Oise et autour de Dieppe et d'Abbeville. On y trouve les différents métiers de la filière: des fondeurs, des maquettistes, des moulistes, des verriers industriels, artisanaux et artistiques, des trieurs, des métiers du décor sur verre (sérigraphie, laquage, tampographie, collage, dépolissage, polissage), etc. La vallée concentre ainsi 80 % de la production mondiale du flaconnage de luxe, principalement dédié aux secteurs du parfum haut de gamme et des spiritueux. Depuis le début d'année, un plan d'actions a été adopté pour affirmer la position du pôle sur le plan national et international. Il repose sur 4 axes principaux: le développement de la notoriété, l'innovation (recherche de nouvelles procédures, de nouveaux débouchés, etc.), la valorisation du capital humain (via des formations dans le cadre du dispositif Victor visant à la gestion des emplois et des compétences) et la valorisation du patrimoine industriel. Dans le cadre de ce plan d'actions, la Glass Vallée a signé récemment deux conventions de partenariat: la première avec le pôle de compétitivité de la Cosmetic Valley en vue de renforcer les synergies entre leurs réseaux et accentuer leur recherche dans l'innovation, et une deuxième avec MAUD, pôle de compétitivité favorisant le développement de l'innovation industrielle dans le domaine de la chimie et des matériaux de performance.

