

ENTRETIEN

VALÉRIE TELLIER

PRÉSIDENTE
DE LA GLASS VALLÉE



NOVEMBRE 2022



Implantée dans la Vallée de la Bresle, *La Glass Vallée* est le premier pôle mondial de flacons en verre pour la parfumerie, les spiritueux, la cosmétique, la pharmacie et parapharmacie. Rencontre avec Valérie Tellier, présidente de cette association Loi 1901 qui fédère une cinquantaine d'entreprises employant près de douze mille salariés.

Qu'est-ce que *La Glass Vallée*, comment est-elle née ?

Avant la création de l'association en 2001, le Conseil départemental s'occupait d'une organisation qui fédérait les entreprises sous le nom peu engageant de « District verrier de la Vallée de la Bresle ». Pour changer les choses, il fallait qu'un chef d'entreprise, qui connaisse les métiers, prenne les rênes. Lorsque j'ai été nommée présidente de l'association, mon premier objectif était de parvenir à faire travailler ensemble des entreprises parfois concurrentes, sur deux régions, la Normandie et les Hauts-de-France. Le nom de *Glass Vallée* a été choisi il y a dix ans. Cette structure fédère une cinquantaine d'entreprises qui emploie entre deux et mille quatre cents personnes. Au total, cela représente près de 12 000 salariés. Plus de 70 % de la production mondiale de flacons de luxe provient de *La Glass Vallée*.



© Anne Soulliez

Quelles raisons ont présidé à son implantation sur ce territoire ?

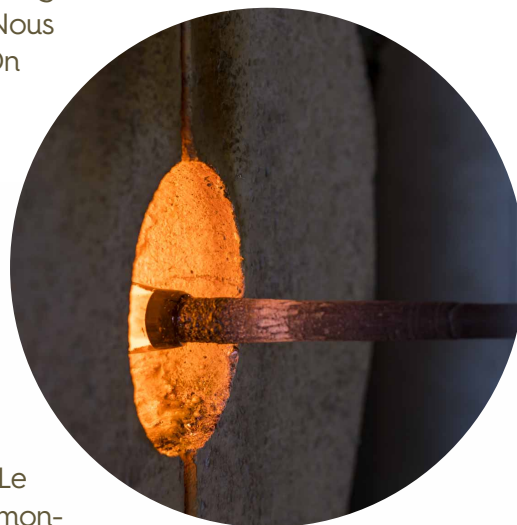
Il y a une tradition historique forte : la proximité des forêts, du sable et de l'eau étant essentielle pour les verriers qui se sont installés dès le début du Moyen-Âge en forêt d'Eu. Ils fabriquaient de la verroterie et du verre plat, des vitres pour les maisons, des vitraux pour les églises et ont continué au fil du temps à s'installer dans la région. Au XIX^e siècle, l'industrie verrière s'est tournée vers le flaconnage de luxe, au service de maisons de parfums comme *Guerlain*, née à Abbeville, près de la Vallée de la Bresle. Peu à peu, le soufflage du verre a laissé la place à l'automatisation. Il y a une centaine d'années, la région comptait plus de vingt verreries. Aujourd'hui, trois grandes entreprises verrières sont toujours actives sur le territoire : *Pochet*, *Verescence* et *Saverglass*.

Quels types d'activités, de métiers, sont représentés par La Glass Vallée ?

Elle réunit tous les métiers associés au flaconnage de luxe : designers, fondeurs, moulistes, verriers, trieurs, paracheveurs, graveurs, décorateurs... Sans oublier les plasturgistes et les fabricants d'accessoires (capots et pompes). La logistique est très importante dans ce secteur, et nous comptons des spécialistes du conditionnement, du stockage, du transport... Certaines entreprises leaders sortent un millier de flacons chaque jour. Tous ces savoir-faire, qui font de *La Glass Vallée* une filière d'excellence, sont réunis sur un seul et même territoire, la Vallée de la Bresle. Tout s'est construit autour des verriers.

Malgré son ampleur, La Glass Vallée n'est pas si connue...

Je me suis rendue compte en arpentant les salons que l'on connaît *La Glass Vallée* à Shanghai, mais pas à Rouen ! C'est paradoxal. Nous sommes dans un univers de taiseux. On parle peu de ce qu'on fait. C'est un monde qui s'est modernisé, qui n'a jamais cessé d'évoluer, mais où chacun travaille un peu dans son coin. J'essaie de faire bouger les lignes. Nous avons des atouts formidables. On parle souvent de réindustrialiser la France. Mais il y a des entreprises qui n'en sont jamais parties, qui ont résisté à toutes les crises. Il me semble fondamental de les mettre en valeur. Le flaconnage de luxe, qui est un marché mondial, incarne véritablement le « made in France ».



Musée du Verre © Anne Soulliez

Comment le secteur résiste-t-il face à la concurrence d'autres pays ?

Une grande partie de nos clients - de *l'Oréal* à *LVMH* - sont en France. C'est une chance. Nous sommes sur une activité de volume, et le transport est coûteux. Nous conditionnons en France. Le flaconnage de luxe est l'un des rares secteurs à ne pas être concurrencé par la Chine. Ici, presque tout est conçu, produit, emballé dans un rayon de cinquante kilomètres. Nous faisons un peu de sous-traitance en Europe, mais jamais au-delà.



VERESCENCE_© Guillaume Crochez

Comment fonctionne *La Glass Vallée* et quel est son mode de financement ?

L'association est régie par un conseil d'administration où sont représentés tous les métiers. Son fonctionnement repose sur le dialogue entre les adhérents. Il y a des temps d'échange entre artisans et fournisseurs, petites et moyennes entreprises, qui permettent de parler des difficultés rencontrées, des projets. L'une des missions principales de *La Glass Vallée* est de favoriser les rencontres entre les acteurs du secteur, et de les mettre sur un pied d'égalité. Ici, il n'y a pas de plus grand et de plus petit. L'association est essentiellement financée par les cotisations des entreprises adhérentes. Nous bénéficions par ailleurs du soutien des régions Normandie et Hauts-de-France, de l'appui de deux banques normandes - la Caisse d'Épargne et le Crédit Agricole - et de certaines communautés de communes.

Ce pôle représente un important bassin d'emploi, réparti sur deux régions. À l'instar de bien d'autres secteurs, manquez-vous de main-d'œuvre ?

Nous avons énormément de mal à recruter. Nous déployons beaucoup d'énergie pour attirer les jeunes, susciter des reconversions professionnelles. Nous avons réalisé des films, nous organisons des forums pour montrer ce que l'on fait. Ce sont des métiers souvent difficiles, mais qui ont du sens, où

l'humain est au centre de tout. C'est à nous de le faire savoir. Je pense que l'on paie un manque de lien entre l'école et l'entreprise. Nous devons aussi communiquer davantage auprès du grand public. *La Glass Vallée* va se rapprocher du musée des *Traditions verrières* de Eu, pour lui donner un nouveau souffle. Nous réfléchissons à des contenus numériques, à de la réalité augmentée, pour moderniser l'image de nos métiers. Le projet est acté, il ne reste plus qu'à le finaliser.

La mise en valeur du secteur passe aussi par l'événementiel. Vous organisez le 24 novembre la première « Nuit du Verre ». De quoi s'agit-il ?

Ces derniers temps, nous avons mis en œuvre un certain nombre d'initiatives. Il y a eu le lancement d'un magazine professionnel, « *Formes de luxe* », destiné aux entreprises de la *Glass Vallée* et à nos clients. Ensuite, nous avons publié un livre sur l'histoire du verre. Le 24 novembre, la *Nuit du Verre* est pour nous une manière de clore l'Année internationale du Verre. Des tables rondes sont organisées autour de sujets d'actualité comme la transition énergétique, la décarbonation de l'industrie verrière, l'innovation ou la *supply-chain*. L'événement se déroule au *#Cloud Business Center* à Paris et s'adresse aux professionnels du secteur, à nos fournisseurs, à nos clients. L'échange, la convivialité sont importants et ce type d'événement y contribue. Nous avons besoin de nous retrouver autour d'une communication positive. En montrant que *La Glass Vallée* réunit des métiers d'avenir, et des entreprises qui recrutent !



© GD PHARMA

Propos recueillis par Guillaume Morel

La Glass Vallée, 1, rue des Énergies Nouvelles,
80460 Oust-Marest, 03 22 26 20 25

<https://la-glass-vallee.com>.

« *La Nuit du Verre* », *#Cloud Business Center*, 10, bis
rue du Quatre septembre, 75002 Paris, le 24
novembre de 17 h 00 à minuit, <https://nuitduverre.la-glass-vallee.com>.