

5 questions à

Jean-François Outin, nouveau responsable commercial de la verrerie de Saint-Just et de PMB Couleur

1 - Pouvez-vous nous restituer l'entreprise ? (nb salariés, CA...)

Saint-Just emploie maintenant une soixantaine de personnes (plusieurs départs en retraite nous ont permis de réajuster nos effectifs en cours d'année), et a réalisé un chiffre d'affaires de 7,3 M€ en 2005 dont près de la moitié à l'export et notamment l'Italie, les Etats-Unis et le Japon. Saint-Just possède 3 lignes de produits : verres soufflés / verres étirés et la fritte de coloration qui permet aux verriers la coloration en feeder et non en bassin. Saint-Just assure également la commercialisation de verres de couleur (verres coulés, verres dépolis, verres imprimés...) et de plomb pour les maîtres verriers

2 - 2005 , un cap pour Saint-Just?

Une année difficile...

Les importations de produits à bas prix venant de Chine ou de Pologne et l'augmentation du prix de l'énergie ne nous ont pas aidés. Par ailleurs, on constate que les professionnels travaillent de plus en plus avec des produits industriels car les budgets sont de plus en plus serrés.

Nous avons donc dû revoir notre organisation afin de la rendre plus performante sur les marchés actuels (ndlr : on se reportera au nouvel organigramme à la suite de l'entretien)

3 - Quelle stratégie en 2006 pour relancer Saint-Just?

Nous sommes deux maintenant en charge de Saint-Just, François Lerbet pour la partie industrielle et moi-même pour la partie commerciale, notamment à l'export.

Le premier chantier, qui prend du temps, consiste à réorganiser l'entreprise à la fois en termes d'effectifs et de produits.

4 - Et au niveau produits?

Du côté de la production, nous allons arrêter certains verres étirés et nous approvisionner ailleurs. Par contre, nous garderons le verre soufflé, qui est une symbolique forte de notre activité. Nous devons également travailler sur nos productivités.

5 - Des événements en vue cette année?

Au niveau communication, nous n'envisageons pas de faire de journées portes ouvertes cette année. Nous préférons former nos clients et travailler la prescription via les architectes actifs en rénovation de bâtiments ; nous souhaitons développer la connaissance de nos produits au travers de notre site internet qui est une vitrine très importante pour Saint-Just : www.saint-gobain-glass.fr/saint-just/