

Success Story

DURALEX



DURALEX INTERNATIONAL

Activité : Arts de la table, verrerie et vaisselle en verre trempé

Siège social : 7 rue du Petit Bois - 45380 La Chapelle-Saint-Mesmin

Date de création : 1945

Effectif : 220

Chiffre d’Affaire (2012) : 30 millions Euros

www.duralex.com

Pionnier du verre trempé depuis 1945

Années 30, nous sommes à La Chapelle-Saint-Mesmin dans le Loiret. Le groupe Saint-Gobain acquiert le site actuel de la verrerie Duralex, antérieurement occupé par un vinaigrier puis un parfumeur qui y produisaient leurs flacons. Ce site servira au déploiement des activités du groupe qui fut d’ores et déjà pionnier de la technologie du verre trempé. Quelques années plus tard, le groupe applique le processus de trempé à la production de vaisselle et dépose, le 6 juin 1945, la marque Duralex.

Le nom Duralex provient de la citation latine, “Dura lex, sed lex” qui signifie “la loi est dure mais c’est la loi”. Depuis, l’usine

de La Chapelle-Saint-Mesmin s’est spécialisée dans la production de vaisselle en verre trempé. Les savoirs et les expertises des collaborateurs ont donné à la marque sa renommée internationale avec ses produits pratiquement incassables au style épuré et indémodable.

Aujourd’hui, l’entreprise s’adresse à une clientèle plus large et propose plus de 250 références couvrant toute une panoplie de gobelets, assiettes, plats, saladiers et autres accessoires de table ; déclinés sous 6 teintes différentes.

Reconnu pour sa production 100% fabriquée en France, la marque connaît une forte notoriété en France mais également à l’international où ses produits sont exportés dans une centaine de pays.



UBIFRANCE à vos côtés

Duralex avait contacté UBIFRANCE Amérique du Nord en décembre 2012 pour prospecter le marché canadien. L’entreprise exposait sur le salon International Home + Housewares Show à Chicago en mars 2013 et souhaitait profiter de son déplacement pour démarcher le

marché canadien. La marque DURALEX bénéficie d’une très belle notoriété au Canada, en effet, la majorité des distributeurs contactés connaissaient la marque, ce qui a permis de confirmer rapidement l’intérêt d’une mission de prospection, la notoriété étant une

condition clé d’accès au marché. A noter par ailleurs, la très grande qualité du catalogue de DURALEX qui présente bien la marque et met en avant le label « Made in France » ainsi que le positionnement de prix.

L’export, c’est gagné !

M. Frédéric Morin Paye a rencontré plus de 11 importateurs/distributeurs à Toronto et Montréal et a décidé d’en retenir deux pour son projet de reconquête (Duralex avait déjà été distribué au Québec plusieurs années auparavant).

Duralex s’appuiera donc sur Inter Continental Mecantil, pour la partie retail et Sagetra, pour l’hôtellerie.

Compte tenu des résultats obtenus, les produits Duralex devraient pouvoir très prochainement se retrouver sur les étagères de la plus ancienne chaîne de grands magasins en Amérique du Nord “The Bay”.

“

Frédéric Morin Paye – Directeur Commercial

J’ai particulièrement apprécié l’organisation, la motivation et la réactivité des équipes UBIFRANCE. Ainsi, j’ai pu rencontrer un grand nombre d’acteurs du marché correspondant parfaitement au profil préalablement défini. Je peux dire qu’UBIFRANCE a été un réel accélérateur de notre redéploiement au Canada. Merci à toutes et à tous.

”