



DOSSIER DE PRESSE  
2021

— —  
LUMINARC<sup>®</sup>,  
UNE MARQUE  
FRANÇAISE  
DANS L'ÂME,  
ENGAGÉE  
DANS UNE  
AVENTURE  
INTERNATIONALE

MADE IN FRANCE



**Luminarc<sup>®</sup>**





# SOMMAIRE

## ÉDITO

- UNE MARQUE FRANÇAISE DANS L'ÂME, ENGAGÉE DANS UNE AVENTURE INTERNATIONALE
- UNE MARQUE EN PHASE AVEC LES DÉFIS DE L'ÉPOQUE
- LUMINARC, UN VERRE DE 1<sup>ÈRE</sup> QUALITÉ
- UNE MARQUE À L'ÉCOUTE DES CONSOMMATEURS
- DES SOLUTIONS À PORTÉE «DE'MAIN»
- L'HISTOIRE DE LUMINARC
- LUMINARC EN 2050
- LUMINARC EN QUELQUES CHIFFRES

# Luminarc®

## ÉDITO

Depuis son origine, l'histoire de **Luminarc** est jalonnée de produits pour la table et la cuisine, esthétiques et bien pensés, qui répondent aux aspirations du moment, sans jamais oublier d'être fonctionnels, pratiques et accessibles à tous. Chaque jour, **Luminarc** produit en France et rayonne à l'international, déployant ainsi ses collections à travers le monde comme autant de facettes de son identité. Mais comment la marque répond-elle aux défis de demain? Quelles solutions veut-elle offrir aux consommateurs face aux enjeux environnementaux ?

Autant de questions qu'elle aborde aujourd'hui, forte du savoir-faire et de la capacité d'innovation de sa maison mère, le groupe **Arc**, aujourd'hui impliqué dans un programme ambitieux de développement responsable.



# UNE MARQUE FRANÇAISE DANS L'ÂME, ENGAGÉE DANS UNE AVENTURE INTERNATIONALE

Née à Arques en 1948, **Luminarc** est aujourd'hui une des marques leader mondial des Arts de la table. Elle diffuse son style français au-delà des frontières dans près de 160 pays, avec 400 millions d'articles en verre vendus chaque année. Chaque jour, la marque part à la conquête des 5 continents pour offrir aux consommateurs les produits dont les formes, les capacités, mais aussi les teintes et les décors répondent aux usages et coutumes locaux.



Les produits Luminarc fabriqués à Arques sont certifiés Origine France Garantie depuis 2019.

Reconnue pour la qualité de ses produits, Luminarc impose partout le style inventif et moderne de ses collections, en incarnant un savoir vivre à la française créatif et joyeux.



AFNOR Cert. 85184



# UNE MARQUE EN PHASE AVEC LES DÉFIS DE L'ÉPOQUE

Partout un désir de changement émerge et chacun à son échelle veut avoir un impact positif. Face aux dégâts engendrés par le prêt-à-jeter, plus personne ne veut ignorer l'influence de sa consommation. En 20 ans, la planète a produit plus de plastique que durant les cinquante années précédentes et 10 millions de tonnes finissent chaque année dans les océans.



Produire de façon durable n'est plus négociable. Maîtrise des ressources naturelles, recyclage, éco-conception... **Luminarc** veut offrir au plus grand nombre une vaisselle en phase avec les défis de l'époque. La marque témoigne ainsi que le **made in France** peut s'inscrire dans l'innovation pour un monde qui tourne plus rond.



# LUMINARC, UN VERRE DE 1<sup>ÈRE</sup> QUALITÉ

Luminarc propose un verre de première qualité, fidèle au projet des fondateurs de la verrerie d'Arques : "offrir le beau à la portée de tous".

Les consommateurs trouveront chez Luminarc différents types de verres avec des avantages et bénéfices propres à chacun.

**Verre Purity**, un verre de première qualité, pur, **100 %** de clarté et **0%** de coloration (Qualité certifiée par la norme **IWA 8 AFNOR** Clear Glass Standard).

**Verre trempé**, sûr et durable qui résiste aux chocs et aux variations de température.

**Verre opale**, qui résiste à la casse, aux ébréchures et au lave-vaisselle.

**Verre opale culinaire**, **30%** plus léger que la céramique, pour une cuisson au four à **250 °C**.

Quelle que soit la recette, le verre estampillé Luminarc ne comprend aucun **métal lourd**, **ni plomb**, **ni cadmium**. C'est la clef d'un produit parfaitement sain pour toute la famille !



 **STOP  
AU JETABLE  
PASSEZ AU  
DURABLE**



Au cœur de l'économie circulaire, le verre n'a pas fini d'enchanter notre quotidien.

Le verre Luminarc se compose de :



- 30 % de verre rebut fondu
- 50 % de sable
- 15 % de soude
- 5% de chaux et minéraux

80% des matières premières sont acheminées par péniches sur voie fluviale

# UNE MARQUE À L'ÉCOUTE DES TENDANCES ET DES CONSOMMATEURS

Au-delà de la touche de style qu'elle apporte au quotidien, la marque **Luminarc** intègre les nouvelles tendances de consommation et capte le terrain. Quand la cuisine fusion explore les territoires gastronomiques, **Luminarc** propose de nouvelles formes et capacités de plats, de bols ou d'assiettes pour les cuisines du monde.

Quand le vrac est en pleine expansion, **Luminarc** développe des bocaux de toutes tailles pour s'affranchir des emballages inutiles et passer au zéro déchet.



Pour un consommateur toujours plus nomade, soucieux de s'organiser pour bien s'alimenter, la marque imagine des gammes de boîtes étanches, fonctionnelles et résistantes qui permettent de conserver, réchauffer ou transporter en toute sécurité.

Quand la cuisine maison grignote des parts de marché dans tous les foyers, **Luminarc** propose des plats de cuisson 30 % + légers qu'un plat en céramique, hyper résistants et empilables.



# LES SOLUTIONS À PORTÉE **DE'MAIN** !

**Luminarc** offre une mine de solutions en verre, réemployables à volonté, pour changer le monde de l'intérieur en commençant par la maison. Au programme : des prix accessibles, des formes et des styles variés, des produits plus pratiques, plus résistants, plus polyvalents, plus sains et toujours plus accessibles.



En 2021, **Luminarc** lance Vidiris, une collection élaborée à 75 % à partir de rebut de verre, appelé calcin, de tous coloris, et recueillis au

sein de l'usine Arc pour être réemployés. Ce cercle vertueux permet de réaliser une économie de plusieurs tonnes de CO2 par an. La collection **Vidiris** illustre ainsi la possibilité d'une gestion sobre et efficace des ressources. L'économie circulaire qui s'inscrit dans l'air du temps devient ici réalité.



 VIDIRIS

# L' HISTOIRE DE LUMINARC

❁ 2020



\* Création de l'opale avec effets de matières

❁ 2018



\* Lancement de l'opale culinaire : Smart Cuisine

\* Création de l'opale de couleur



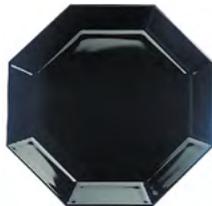
❁ 1990

\* Invention de la vaisselle en verre transparent décoré



❁ 1980

\* Lancement du verre noir



❁ 1958

\* 1ère production de verre opale blanc et mise au point du verre trempé extra résistant



❁ 1948

\* Naissance de la marque Luminarc, Lum' comme lumière et Arc en référence à la petite ville d'Arques

\* 1<sup>ers</sup> verres décorés



❁ 1825

\* Création de la Verrerie d'Arques



2019



\* Certification Origine France Garantie, pour les articles Luminarc fabriqués à Arques

2009

\* Lancement de la 1ère gamme de boîtes de conservation en verre



1982

\* À la conquête de l'international



1960



\* Record battu avec le verre ballon : + de 900 millions d'exemplaires vendus

1950



\* Arcade, le 1<sup>er</sup> gobelet empilable fait de la place dans les placards.

\* Presse-citron et beurrier : c'est l'essor des arts ménagers !



\* 1ères machines industrielles en France pour le verre soufflé

1939

\* "Luminarc", la péniche de la verrerie approvisionne les fours en sable et silice nécessaires à la fabrication du verre



# LUMINARC EN 2050

Depuis quelques années déjà, les questions de fonctionnalité et d'usage figurent au cœur de la conception des produits **Luminarc** et font le succès de la marque. Mais **Luminarc** franchit désormais un pas de plus vers son avenir, avec pour seul objectif d'apporter de nouvelles réponses aux attentes des utilisateurs dans une démarche environnementale responsable.



Pour atteindre cet objectif, **Luminarc** a pour ambition d'éco-concevoir 100% de ses produits dès 2025.



L'équipe d'**Arc Design**, le studio de design intégré du groupe, travaille déjà dans cette logique. Ainsi, l'usage d'un verre ou d'une assiette et son cycle de vie tout entier sont questionnés pour prendre en compte l'impact réel sur l'environnement de chaque article **Luminarc**, depuis sa création à son mode de production, jusqu'à sa distribution. Le développement des produits s'appuie sur la méthode d'innovation du design thinking qui permet d'effectuer une analyse précise, tout au long du processus, de ce qui est attendu par l'utilisateur. La marque **Luminarc** témoigne ainsi de la capacité de résilience d'un grand industriel français, mobilisé face aux enjeux environnementaux ; elle prouve qu'il est possible de fabriquer pour le plus grand nombre, sans produire de nouveaux gadgets qui n'auraient pas de fondement sur un besoin réel.

# LUMINARC EN QUELQUES CHIFFRES

**30**  
millions



d'assiettes  
**DIWALI**  
en OPALE  
fabriquées  
par an

**30 000**

mugs vendus,  
au profit de la  
recherche contre le  
covid 19 pour l'institut  
**PASTEUR** de Lille



**600 000**

**FANS**

Facebook et Instagram dans le monde



DES PRODUITS  
**DISTRIBUÉS**

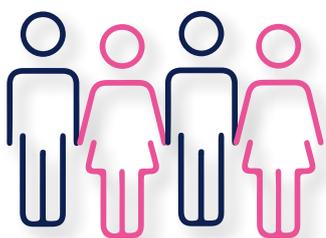
**160** PAYS

DANS PLUS DE

**4 500**

**COLLABORATEURS**

à Arques, en France



**Luminarc**<sup>®</sup>

latabledarc 

**3.0**  
sur

latabledarc.com

# À PROPOS DE

**Luminarc** est la marque phare du groupe Arc. Présente dans plus de 160 pays, elle offre sur les cinq continents des produits adaptés aux usages et coutumes locaux, et intègre les nouvelles tendances de la consommation. Elle impose le style inventif et moderne de ses collections, en incarnant un savoir-vivre à la française créatif et joyeux. Commercialisée en grande distribution, magasins spécialisés et E commerce ([latabledarc.com](http://latabledarc.com)), **Luminarc** offre une grande diversité de produits en verre, accessibles à tous, pour la table et la cuisine. Elle réalise un chiffre d'affaires de 210 millions d'euros en 2019 et participe aux engagements du groupe Arc en termes de production et développement durables, pour un quotidien plus responsable.



*Retrouvez-nous sur*



*Et sur*

**[www.luminarc.com](http://www.luminarc.com)**

**Luminarc**

**Arc** emploie plus de 7 500 collaborateurs dans le monde dont 4 500 en France. Le Groupe, originaire d'Arques, dans le Pas-de-Calais, a réalisé un chiffre d'affaires de 811 millions d'euros en 2019. Fort de son savoir-faire verrier, il s'est développé à l'international et distribue aujourd'hui ses concepts complets d'arts de la table dans plus de 160 pays.

Le Groupe évolue sur les marchés grand public et de l'hôtellerie et de la restauration à travers les marques de son portefeuille : Luminarc®, Arcoroc®, Arcopal™, Cristal d'Arques® Paris et Chef&Sommelier®. Depuis plus de 40 ans, le Groupe s'adresse également aux clients professionnels - industriels, négociants, fabricants de produits semi-finis et finis, prestataires de service - avec un éventail de solutions sur mesure répondant à des problématiques précises (industrie, publicité, prime, fidélité). Arc est présent au niveau mondial à travers des sites de production (France, États-Unis, Chine, Émirats arabes unis), des filiales de distribution et des bureaux de liaison. Le Groupe veille à équilibrer les exigences économiques, la responsabilité sociale et le respect de l'environnement. Il inscrit ses activités dans la démarche de développement durable, notamment en ayant adhéré au Pacte Global Compact de l'ONU en 2003.

### **2022 Année Internationale du Verre**

Les Nations Unies ont proclamé 2022 "Année Internationale du Verre" en soulignant le rôle du verre dans les domaines scientifiques, économiques, artistiques et culturels.

Une matière d'avenir en termes d'économies d'énergie, de lutte contre le changement climatique et d'économie circulaire.

Le verre est essentiel à de nombreuses technologies vitales, il facilite la transition vers un monde plus durable et embellit nos vies.

**Plus d'infos sur : [iyog2022.org](http://iyog2022.org)**



SUR LATABLEDARC.COM  
ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

**[www.luminarc.com](http://www.luminarc.com)**



[/Luminarc](https://www.facebook.com/Luminarc)



[@luminarc\\_fr](https://www.instagram.com/luminarc_fr)

Visuels et communiqués  
de presse sur [clccom.com](http://clccom.com)

**SERVICE DE PRESSE - CLC Communications**

**Tél. : 01 42 93 04 04**

Laurence Bachelot : [l.bachelot@clccom.com](mailto:l.bachelot@clccom.com)

Charlène Brisset : [c.brisset@clccom.com](mailto:c.brisset@clccom.com)

Diama Niasse : [d.niasse@clccom.com](mailto:d.niasse@clccom.com)