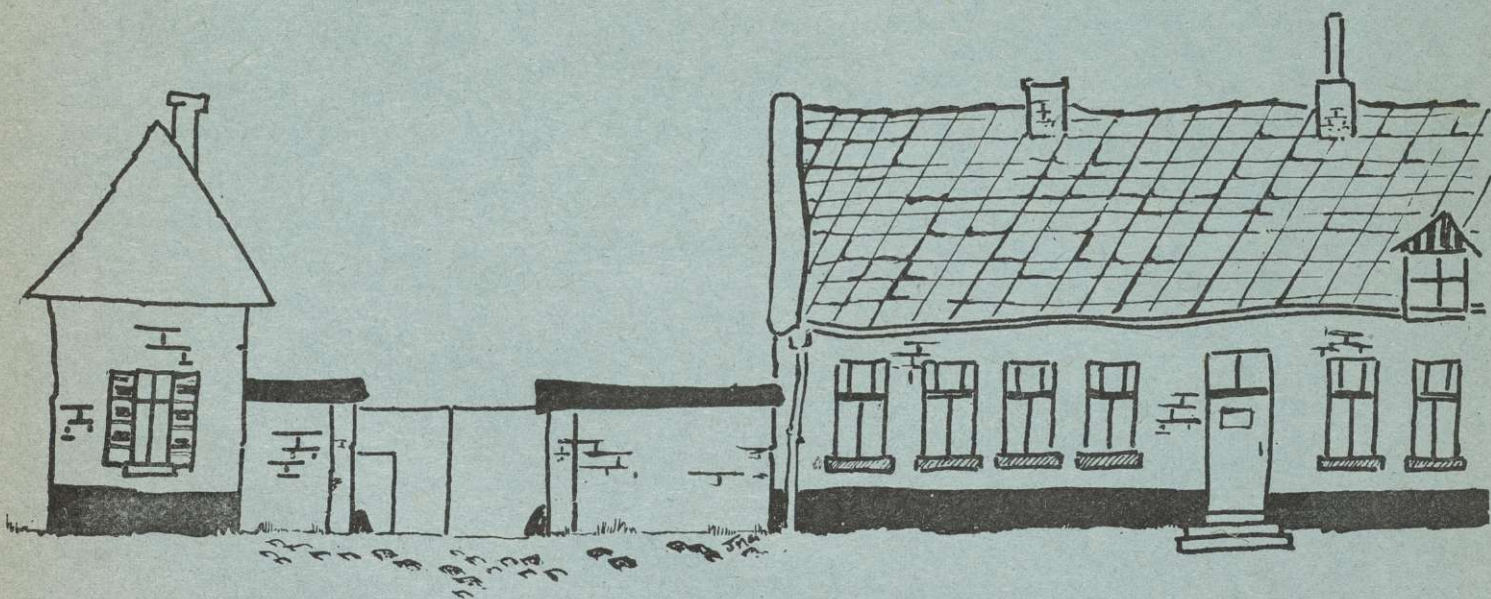


EL' VIEIL' VERRIE



BULLETIN D'INFORMATION
DE LA MANUFACTURE DE BOUSSU

EL' VIEIL' VERRIE .

Page I.

FUSION .

=====

Une fusion n'est pas par elle-même une panacée. Il ne suffit pas pour plusieurs usines qui veulent assurer leur avenir de fusionner pour avoir trouvé ipso-facto la solution.

En effet, si elles se contentent de laisser tout tel quel, de ne rien changer, la fusion n'aura servi à rien, sinon alourdir encore la gestion, créer de nouvelles difficultés.

Auparavant, chacune des 4 usines avait sa comptabilité, son secrétariat, son service des salaires, sa direction technique, son service commercial, ses représentants, etc...etc...

La petitesse de ces services ne permettait pas d'employer les moyens modernes qui sont à la disposition des grosses entreprises.

Prenons un seul exemple :

Il est indispensable pour une entreprise telle que les nôtres de participer aux expositions internationales, pour se faire connaître par la clientèle étrangère.

Il est bien souvent arrivé qu'aucune d'elles ne pouvait y participer parce que les frais étaient trop élevés comparativement aux possibilités d'affaires.

Par contre, il est arrivé que dans une exposition, trois de nos quatre usines étaient présentes avec leur stand, leur personnel, leurs frais, etc...etc....

Pour le premier cas, l'importance des affaires que les 4 usines peuvent réaliser rendra la participation possible à cette exposition, et par conséquent de vendre sur un nouveau marché.

Dans le second cas, il n'y aura plus qu'un grand stand au lieu de trois, un seul personnel d'accueil au lieu de trois, des voyages, des frais de séjour fortement réduits.

Les mêmes résultats peuvent être obtenus dans tous les domaines.

Mais il n'est pas question de tout bouleverser immédiatement. La fusion, la concentration, la simplification, doivent se faire petit à petit, sans compromettre les productions, et le rendement actuel, sinon l'améliorer. Mais on peut déjà dès maintenant se rendre compte des économies à réaliser, ne fut-ce par exemple que par la concentration des achats de matières premières, des combustibles, des emballages, etc....

La comparaison des résultats obtenus dans chaque siège permet de constater quel est le meilleur procédé à adopter pour chaque genre d'opération.

Un autre exemple : des verres de couleur.

Les quatre usines fabriquaient auparavant toutes Chacun en faisait un peu. Actuellement il sera possible d'en concentrer toute la fabrication dans une seule, d'où augmentation des quantités à faire, d'où amélioration des rendements etc...etc.....

Auparavant, chaque usine avait son petit budget de publicité, tellement réduit que certaines n'en faisaient pas du tout. Or il est notoire que la publicité est un élément indispensable et important. Aujourd'hui, notre budget est multiplié par quatre, et permettra de faire une meilleure publicité.

L'important c'est que le personnel, le cadre, la direction ne pensent plus Boom, Boussu, Doyen, Verreries Nouvelles. Il faut, il est indispensable que tous nous pensions Manuverbel. Il ne peut plus être question de concurrence, de secret, d'opposition, au contraire il ne peut plus être question que de collaboration, de confiance, de participation à l'effort et au progrès général de Manuverbel.

Les quatre usines ayant été concurrentes pendant des décennées, il faudra consentir des efforts pour vaincre certaines vanités, certaines susceptibilités. Ce sont là des éléments psychologiques nuisibles qui ne peuvent plus se justifier en regard des énormes avantages qu'une franche, entière collaboration peut nous procurer.

N'oubliez-pas.... Vous n'êtes plus de Boussu, vous n'êtes plus de Boom, vous n'êtes plus d'Havré, vous n'êtes plus des Verreries Nouvelles, vous êtes MANUVERBEL.

UN RESULTAT.

La fusion de nos quatre sociétés nous donne l'occasion d'établir certaines comparaisons de production souvent très intéressantes.

Ainsi pour le mois de Mars dernier, c'est le siège de Havré qui a enregistré pour la gobeletterie, le plus faible pourcentage de rebuts avec environ 11 % au total (rebuts ouvriers et usine), et les chiffres de production les plus élevés en quantité.

La fabrication des verres à jambe tirée a battu tous les records en réalisant une moyenne de production par place de 905 pièces relevées bonnes par jour.

Il est intéressant de noter que ces productions sont réalisées par six places sur 6 jours de travail par semaine soit 7,20 H. par jour.

La même production réalisée en Septembre (5 jours par semaine) était de 779 pièces par place et par 9 heures de travail, soit une augmentation de production pour les verres à jambe tirée de 42,49 % ou près de la moitié en plus.

La journée record a été le vendredi 28 Mars où la production de six places a atteint 6.073 pièces soit une moyenne par place de 1012 pièces relevées bonnes.

Nous tenons à féliciter en bloc toute l'équipe du four de Havré à qui, il est bon de rendre hommage pour son dynamisme, et d'encourager le personnel des autres sièges à atteindre ces productions.

VACANCES ANNUELLES ET JOURS DE CONGE.

SIEGE DE BOUSSU.

Lors de la réunion du Conseil d'Entreprise du 28-12-1968, il a été décidé de fixer la date des vacances annuelles en 1969 :

du 1er au 16 Août inclus.

Les ponts suivants seront accordés comme congés sur la troisième semaine de vacances :

Régime de 5 jours : Les 2 mai - 16 mai - 10 novembre - 26 décembre.

Régime de 6 jours : Le 10 novembre.

Il restera donc à la disposition du personnel :

Régime de 5 jours : 1 jour de vacance complémentaire.

Régime de 6 jours : 4 jours de vacances complémentaires.

SIEGE DE HAVRE.

Le Conseil d'Entreprise a fixé lors de sa réunion du 17-12-1968, la date des vacances annuelles et des ponts à récupérer sur la troisième semaine de vacances pour 1969 :

Vacances annuelles : Régime de 6 jours: du 13 au 30 juillet inclus.

Régime de 5 jours: du 13 au 29 juillet inclus.

Ponts : Régime de 5 jours : les 2 mai - 16 mai - 10 novembre et 26 décembre.

Régime de 6 jours : les 16 août et 10 novembre 1969.

Il restera donc à la disposition du personnel soumis au régime des 6 jours de travail, 2 jours de congés complémentaires à bénéficier.

SIEGE DE MANAGE.

En sa séance du 12-12-1968, le Conseil d'Entreprise a décidé que les vacances annuelles seraient fixées en 1969 :

du 13 au 29 juillet inclus.

Le vendredi 16 mai sera chômé en remplacement du lundi 2 Juin (ducasse de Manage) et accordé comme congé complémentaire ainsi que le mardi 29 juillet qui remplacera le 22 septembre (foire de Manage.)

Nous rappelons au personnel que pour bénéficier d'une journée de vacances complémentaires, il doit en faire la demande huit jours à l'avance auprès de son chef de service qui remplira un formulaire de demande de congé justifiant la demande et fixant la date du congé.

DE LA T.V.A.

Cela veut dire taxe sur la valeur ajoutée.

En d'autres termes, cela veut dire que les matières premières, les produits accessoires nécessaires à la fabrication ne seront plus taxés.

Seule sera taxée la valeur du produit.

Supposons une entreprise qui fabriquait des meubles. Auparavant elle devait payer une taxe à l'achat du bois, des clous, des scies, de la colle, du vernis, etc... Toutes ces taxes s'accumulaient et augmentaient le prix. Lorsque le fabricant vendait son meuble au commerçant, il y avait de nouveau une taxe sur le montant de la facture.

Le consommateur n'avait pas de taxe à payer mais le prix qu'il payait comprenait toutes les taxes ci-dessus. On peut dire en résumé que les taxes étaient elles-mêmes taxées et plus l'objet se transmettait du fabricant au grossiste, du grossiste au détaillant, plus les taxes étaient nombreuses et s'accumulaient.

Aujourd'hui, plus rien de tout cela.

La T.V.A. sera une taxe à la consommation, elle sera proportionnelle au prix payé par le consommateur final.

Si le Gouvernement décide que les meubles doivent payer une taxe de 10 %, c'est au moment de l'achat des meubles par le consommateur qu'il prélèvera ces 10 %. Les prix des matières premières, des clous, resteront leur prix propre sans augmentation de taxe, les processus de distribution (grossistes, détaillants etc...) ne donneront pas lieu à une taxation qui augmentait le prix.

Il y a beaucoup d'avantages qui résultent de l'application de la T.V.A. S'il fallait les énumérer cela prendrait de nombreux exposés.

Y a-t-il des désavantages?

En fait, elle n'en a pas. Ou plutôt elle ne devrait pas en avoir.

Le gouvernement a besoin de beaucoup d'argent pour remplir sa mission. Cela est normal.

Actuellement, les taxes appliquées sur toutes les matières, produits, ventes, etc... lui procurent des fonds.

Le problème serait que l'application de la T.V.A. lui rapporte autant et pas plus. Si elle lui rapporte plus, on peut dire que le prix des articles va augmenter.

Des enquêtes faites actuellement il ressort que la répartition fiscale sur les produits et les services ne sera plus la même. Le prix de certains produits et services va augmenter, mais il ne faut pas oublier que normalement le prix de certains devra diminuer.

Si le taux de la taxe n'est pas exagéré, il faut s'attendre à une légère augmentation du coût de la vie. Voyez l'exemple des Pays-Bas qui ont instauré la T.V.A. depuis janvier 1969 à des taux très modérés. Et cependant le coût de la vie a augmenté avec une rapidité et une importance telles que le gouvernement a été obligé de bloquer tous les prix de vente.

Or jusqu'à ce jour, d'après les renseignements que l'on a, il serait question en Belgique d'appliquer des taux beaucoup plus élevés qu'aux Pays-Bas. Là est le danger.

Les difficultés que va entraîner le changement du système de la taxe de transmission ne sont pas à méconnaître. Il faut que nos gouvernants soient extrêmement prudents en ce qui concerne la fixation des tarifs.

Des tarifs trop élevés peuvent provoquer une hausse considérable du coût de la vie avec toutes les conséquences malheureuses et dangereuses qu'elle entraîne forcément et qu'il est impossible de redresser par après. Des tarifs trop peu élevés peuvent toujours être adaptés par après.

C'est à nos gouvernants de faire preuve de bon sens et de prudence.

A titre d'exemple :

Les calculs se basant sur les taux annoncés par la presse et applicables à nos produits auraient pour conséquence :

hausse du prix de vente au consommateur = 5 à 8 %.

montant des recettes en taxe pour le gouvernement: plus que doublé. - Cela démontre que les taux qui avaient été prévus initialement par le Ministère des Finances étaient beaucoup trop élevés.

Les renseignements lui ont été fournis à profusion. Espérons qu'il en tiendra compte et que l'exemple des Pays-Bas le convaincra qu'il faut être de la plus grande prudence.

QU' EST-CE QU'UNE ENTREPRISE FORTE ?

C'est celle qui entreprend et réussit,
mais,

- 1°) Pour entreprendre et réussir, il faut avoir accès à l'information et en tirer partie.
- 2°) Pour entreprendre et réussir, il faut avoir une stratégie, une vision cohérente de l'orientation à long terme, compte tenu des moyens disponibles au départ et compte tenu de l'évolution probable de l'environnement.
- 3°) Pour entreprendre et réussir, il faut un plan de campagne ou programme, c'est-à-dire un ordonnancement systématique et constamment adapté; des actions à accomplir et des moyens nécessaires pour y parvenir. Il faut aussi des instruments et des gens capables.
- 4°) Pour entreprendre et réussir, il faut un engagement maximal des hommes et dès lors des formes d'organisation qui le favorisent.

Dans les prochains numéros, nous traiterons spécialement chacune de ces quatre conditions

LES JEUNES, LES MOINS JEUNES, LES AGES.

Le nombre des jeunes, âgés de 10 à 14 ans a passé en Belgique

de 6,9		
de 61,9	pour mille habitants en	1930,
à 68,3	"	1947
à 75,5	"	1963
à 76,1	"	1965.

Le nombre des jeunes gens de 15 à 19 ans a évolué comme suit:
toujours par 1.000 habitants :

1930	80,2
1947	76,4
1963	72,4
1965	75,3

Jusqu'aux toutes dernières années, le commerce ne s'est guère soucié de s'adapter à leurs besoins. Mais actuellement, on observe que beaucoup de producteurs et de magasins font un effort considérable pour vendre à cette clientèle jeune, qui a des idées, des goûts dynamiques, qui n'a pas connu de crises économiques, qui rejette les notions périmées de l'économie et de l'épargne, qui adore dépenser, bref à cette clientèle qui aime les distractions, la mode et les caprices.

Il suffit d'observer cette jeunesse pour se rendre compte du boom sensationnel dans la vente des appareils photographiques, des transistors, des tourne-disques, des disques. La vente des disques a plus que doublé en quelques années.

Auparavant c'étaient les adultes, les parents, qui achetaient les vêtements des enfants. Aujourd'hui ils choisissent leurs vêtements et décoorent leur logement à leurs goûts personnels. Ils veulent être des affranchis. Hélas, ils le sont de moins en moins car ils se plient docilement à toutes les exigences et les fantaisies de la mode.

De toute façon, le commerce a tout intérêt à connaître le comportement de cette vaste clientèle.

Mais à l'autre extrémité,

on constate une semblable augmentation des personnes âgées de 65 à 69 ans

Voici cette évolution :

1930	32,3	pour 1.000 habitants.
1947	41,9	"
1961	45,3	"
1965	47,8	"

de 70 à 74 ans

1930	22,6	pour 1.000 habitants.
1947	32,4	"
1961	33,8	"
1965	35,1	"

Ici aussi une sérieuse augmentation de la population des âgés, d'où nécessité également de la part des intéressés producteurs et commerçants de se préoccuper de leurs besoins pour satisfaire un marché aussi important.

=====