

# VALEURS

HAUTE-SAÔNE

AVRIL-MAI-JUIN 2021  
N°37 - 2,90€

## ÉCONOMIQUES

TRANSPORTS  
BERGELIN : LE  
DÉFI LOGISTIQUE

EDITION :  
L'ANNUAIRE  
DES MAIRES

DELAVELLE :  
UN SAVOIR-FAIRE  
HAUT DE GAMME

DURLUMEN :  
DEUTSCHE  
QUALITÄT



**DOSSIER**

**VERRERIE  
PASSAVANT  
NOUVELLE  
DONNE**

*Gilles Ambs,  
nouveau président  
de la Verrerie  
de Passavant-  
la-Rochère*

1475

**Date de création**  
de la plus ancienne verrerie d'art  
de France.

2.700.000

**Nombre de produits fabriqués,**  
chaque année, sur les presses à verre.

25 ANS

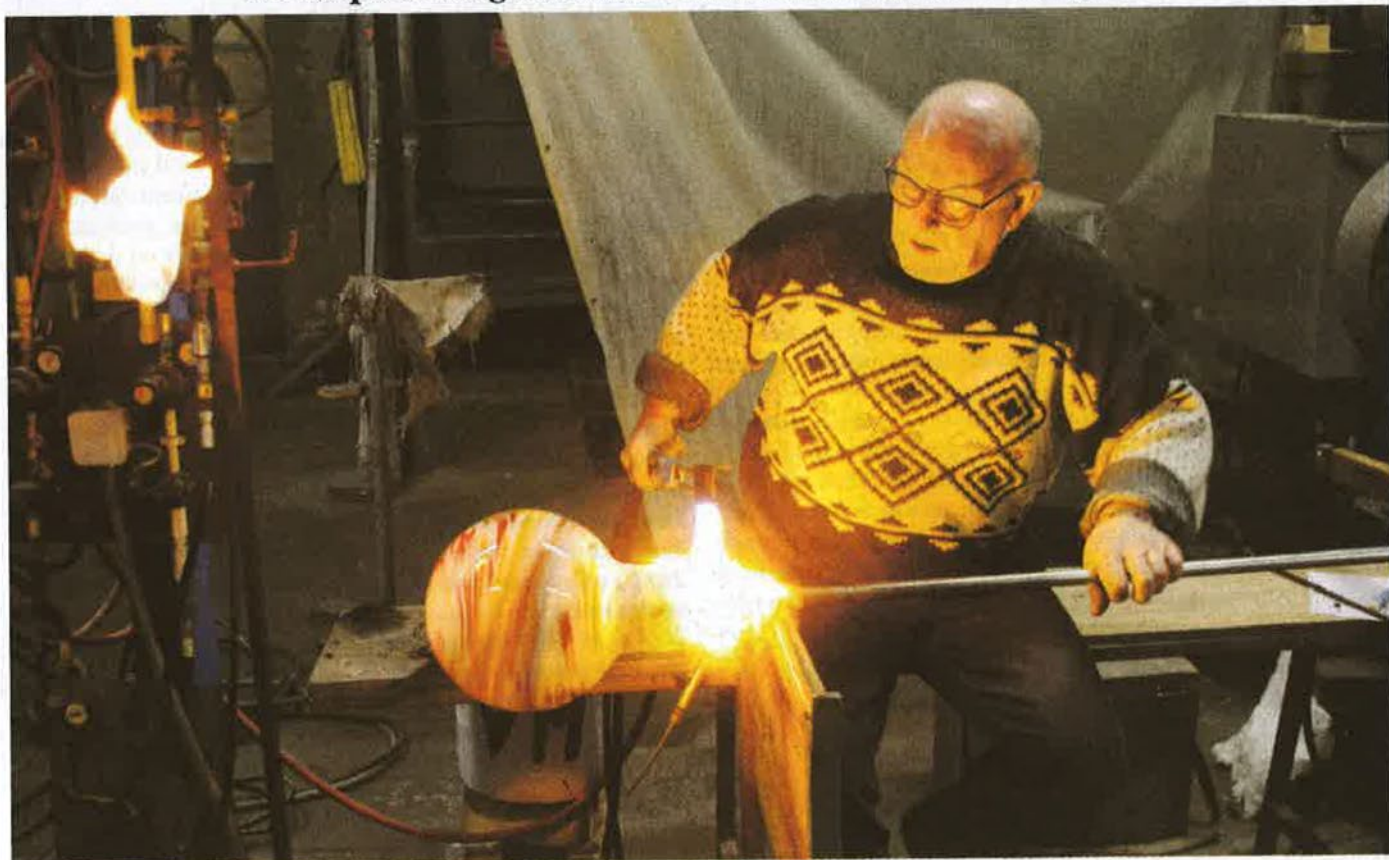
**Age de la célèbre abeille,**  
symbole de la Verrerie.

ENTRETIEN / P. 14 ET 15 ● PRODUCTION / P. 16 ET 17 ● LOGISTIQUE / P. 18 ● DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL / P. 19 ● FINANCES / P. 20 ● HISTORIQUE / P. 21

## dossier

# LES COUTURIERS DU VERRE ENTRE DE NOUVELLES MAINS

Propriété de la famille Giraud depuis le XIX<sup>e</sup> siècle, la Verrerie de La Rochère a été vendue, en janvier, à la holding "Tourres & Cie". Ce monument du patrimoine haut-saônois, haut lieu touristique, s'est lancée dans un processus de développement des ventes de ses produits grâce à un outil incontournable : le digital.



*Les verriers bouche sont, depuis des décennies, les fascinants ambassadeurs de cet artisanat d'art multiséculaire.*

# gilles ambs

## « LE SUR MESURE, UN AXE MAJEUR DE DÉVELOPPEMENT »

**Nommé directeur de la Verrerie en 2019, Gilles Ambs a collaboré avec Monsieur Giraud au processus de vente de l'entreprise, jusqu'alors propriété de la famille Giraud, à la holding « Tourres et Cie ». Après une année 2020 conclue avec un chiffre d'affaires en équilibre, il continue à déployer une stratégie de développement ambitieuse, basée sur le digital, les commandes personnalisées et le renforcement de ses marchés à l'étranger.**

**Gilles Ambs, vous êtes président de la Verrerie de la Rochère. Pouvez-vous me décrire votre parcours professionnel ?**

Je suis arrivé à La Rochère il y a trente-trois ans, en tant que contrôleur de gestion, puis comme responsable administratif et financier. En 2017, Cécile Giraud a quitté ses fonctions de directrice et a été remplacée par un manager de transition. J'ai été nommé directeur de l'entreprise deux ans plus tard pour donner un nouvel élan à la société, alors que la famille Giraud (détentriche de 100 % des parts depuis 1858) avait décidé de vendre la Verrerie, faute de reprenneur familial.

**Cette cession a été conclue il y a quelques semaines. Qui sont les nouveaux propriétaires de la Verrerie ?**

La Verrerie a été rachetée par « Tourres et Cie » le 29 janvier dernier, suite à la réponse favorable des actionnaires à la proposition de Stéphanie et Adrien Tourres. Les premiers contacts ont eu lieu il y a un an et parmi les différentes offres reçues, le projet de la holding Tourres&Cie et le fait que cette candidature soit française ont orienté le choix des propriétaires.

Cette holding française a aussi racheté, il y a trois ans, les Verreries et Cristalleries WALTERSPERGER, entreprise centenaire basée à Blangy-sur-Bresle en Normandie. WALTERSPERGER est en croissance et réalise un résultat supérieur à 15% de son chiffre d'affaire. Cette dernière est spécialisée dans le flaconnage de luxe pour de grandes marques de parfums et de spiritueux. Nous ne travaillons pas dans le même secteur d'activité, mais il existe des synergies évidentes dans le domaine commercial et technique.

**En quoi cette transaction va-t-elle changer la vie de l'entreprise ?**

Tourres et Cie est désormais propriétaire de 90 % des parts de La Rochère. Les cadres du Codir et moi-même, soit sept personnes, ont répondu favorablement à la proposition de participer à l'opération à hauteur de 10%. L'actionnaire majoritaire a décidé de maintenir le management en place et de me confier la présidence de la société. Cette vente n'aura aucune conséquence sur les effec-

tifs, mais permettra une augmentation des fonds propres. Nous allons poursuivre la stratégie de développement que nous avons lancée en 2019.

**Quelles sont les grandes lignes de cette stratégie ambitieuse ?**

Elle passe par une refonte de notre identité visuelle et notre marque « La Rochère », avec la création de nouveaux packagings et de nouveaux produits esthétiques, robustes et pratiques. Nous avons aussi beaucoup travaillé notre site internet, dont la nouvelle version a été lancée en octobre 2020. Désormais, nos pages institutionnelle et marchande sont réunies sur un seul site pour plus de lisibilité. Notre boutique en ligne, actuellement ouverte aux particuliers (BtoC) et bientôt accessible aux professionnels (BtoB), permet à nos clients de passer commande ou de basculer sur les plateformes marketplace avec qui nous travaillons. Ainsi, nous nous adaptons aux nouveaux acteurs du marché et aux nouveaux comportements de consommation révélés par la pandémie. Nous considérons aussi l'export comme un fort levier de développement. Notre chiffre d'affaires a connu une hausse de 10% aux Etats-Unis en 2020 et nous prévoyons de continuer sur notre lancée, grâce à notre holding américaine. Nous souhaitons aussi augmenter notre pourcentage de produits vendus sur le continent asiatique - et en Chine, notamment.

**Comment la Verrerie a-t-elle traversé cette année 2020, marquée par une pandémie mondiale et deux confinements ?**

2020 avait débuté avec des ventes très dynamiques en arts de la table, notamment grâce à Internet et à l'export. Nous avions prévu une réorganisation des équipes, un budget adapté à la situation et la mise en place de mesure de la performance, mais nous avons été stoppés dans notre élan par le premier confinement. La production s'est arrêtée pendant deux mois et nous avons conservé une partie de l'activité commerciale et administrative, avec des expéditions ponctuelles. Fin mai, la perte de chiffre d'affaires s'élevait à 1,2 million d'euros par rapport à l'année précédente. Nous avons



Gilles Ambis : « Nos ateliers renferment des outils de production de verre pressé qui nous permettent d'être réactifs et de nous tourner vers des clients haut de gamme ».

fait appel à toutes les aides : activité partielle, prêt garanti par l'Etat, report d'emprunt, report de cotisations URSSAF pour privilégier la trésorerie, etc.»

Nous avons redémarré la production en mai et connu une grosse activité jusqu'à la fin de l'année, une nouvelle fois grâce à internet et à l'export. Les visiteurs ont aussi été beaucoup moins nombreux à la boutique de La Rochère, mais le panier moyen était supérieur aux années précédentes. La fermeture des cafés, hôtels et restaurants s'est répercutée sur nos ventes, avec une baisse constatée de 600.000€ par rapport à 2019. Nous prévoyons une baisse sur le premier semestre 2021, mais ce marché repartira. Entre le premier confinement et les travaux de rénovation qui ont eu lieu en août, notre production a été arrêtée pendant quatre mois. Pour autant, notre chiffre d'affaires 2020 est le même qu'en 2019, ce qui nous donne de l'espoir pour la suite.

**Trois verriers bouche partiront en retraite dans les deux prochaines années. Comment comptez-vous pérenniser cette activité après ces départs ?**

Nous avons lancé une réflexion sur la verrerie main, tant sur

l'équipe que la gamme de produits. Nous avons recruté Maud Jacquemin il y a trois ans, à la fin de ses études de souffleur de verre. Contrairement à il y a quarante ans où les verriers apprenaient leur métier sur place, il existe aujourd'hui des écoles, comme à Sarrebourg. La verrerie main est notre vitrine et nous avons prévu de la développer en créant une nouvelle gamme de produits et de décors.

**Vous utilisez de plus en plus l'expression « Couturiers du verre » pour définir votre activité de verrier. Être couturier du verre, pour vous, c'est quoi ?**

Depuis 2017 et le chantier de la station Châtelet - Les Halles, nous nous orientons de plus en plus vers le travail avec des designers et des architectes. Nos ateliers renferment des outils de production de verre pressé qui nous permettent d'être réactifs et de nous tourner vers des clients haut de gamme. Ce n'est pas notre métier à l'origine, mais nous estimons qu'un de nos axes majeurs de développement se situe dans les commandes sur mesure. Nous voulons être reconnus dans le monde de l'architecture et du design comme des couturiers du verre, spécialistes du sur-mesure.

# TECHNIQUES ANCESTRALES ET VERRERIE MÉCANIQUE

**Bien connue du public, la verrerie bouche ne représente que 5 % de la production de l'entreprise. Dans son atelier mécanique, inauguré dans les années 1960, elle est précurseur dans la préservation de l'environnement grâce à son programme de décarbonation.**

Ils sont les artistes de la Verrerie, capables de manipuler la pâte en fusion avec tant de talent que leur travail paraît simplissime. Pourtant, l'adage est formel : « Il faut dix ans pour former complètement un verrier ». Embauchés tous les trois il y a quarante-deux ans, Guy Roussey et les cousins Denis et Thierry Mourot ont appris les techniques du soufflé bouche auprès de leurs aînés pendant une décennie. Des centaines de milliers de verres, lampes, carafes ou figurines ont vu le jour à la force de leur souffle, sous le regard d'un public fasciné. Depuis trois ans, ils partagent leurs connaissances avec Maud Jacquemin, embauchée à sa sortie d'études. Elle est le visage de la nouvelle génération des verriers de la Rochère.

La verrerie bouche ne représente pourtant que 5 % de la production annuelle de l'Entreprise du Patrimoine Vivant, labellisée depuis 2008. Une rareté et un savoir-faire qui ont forcément un coût financier pour le client. A quelques mètres de l'atelier de fabrication à la main, s'étendent les méandres de la verrerie mécanique. Le verre en fusion, chauffé à environ 1600 degrés, vient alimenter les cinq circuits de production : un consacré aux briques, un autre aux tuiles, deux presses à verre et une souffleuse.

Les articles d'art de la table représentent la majeure partie de la production, avec 2,7 millions d'articles fabriqués sur les presses à verre. 700.000 briques, carreaux ou pavés de verres sortent annuellement des ateliers de la Verrerie. Des chargements sont expédiés chaque jour aux quatre coins du globe, dans plus de 80 pays.

« L'atelier mécanique fonctionne dans sa forme actuelle depuis 2014, mais la mécanisation de la Verrerie date de 1967. Dans une logique de maîtrise de notre niveau de stock, depuis deux ans, nous adaptions notre cycle de production mécanique à la demande avec une alternance entre le 3x8 et le 5x8 », précise Alexandre Mouthon, responsable de la production depuis 2019 après avoir été responsable qualité pendant six ans.

Trente-cinq presseurs, régleurs et releveurs travaillent en verrerie mécanique et ont vu leurs conditions de travail améliorées grâce à des aménagements de postes. Ainsi, des préhenseurs suspendus permettent de soulever les cartons lourds. Récemment, le four de la verrerie main a été rénové, entraînant un arrêt de la production pendant

deux semaines. Ce secteur d'activité regroupe dix salariés, notamment les personnes du service parachèvement. Ce sont elles qui dessinent les motifs sur les célèbres lampes Shanghai, Paris ou Coquelicot, reconnaissables à leur chapeau en forme de champignon. Grâce à la technique du sablage, elles révèlent les différentes couches de couleurs superposées par le verrier au moment du façonnage de la pâte de verre.

Le recyclage de cette matière première d'origine française est d'ailleurs un enjeu écologique majeur

pour La Rochère. « Nous sommes précurseurs dans le domaine de la décarbonation. Nous avons installé un four électrique dès 2008, ce qui a permis de supprimer les rejets d'émissions polluantes lors de la fusion du verre », explique le président Gilles Ambts. Le calcin, débris de verre issus de la production, est aussi systématiquement recyclé. Comme le dit la célèbre citation, parfois attribuée à tort à Antoine Lavoisier, « rien ne se perd, tout se transforme » à La Rochère.



Alexandre Mouthon, responsable production.



Le verrier Guy Roussey est arrivé à La Rochère il y a 42 ans.



Les méandres de la verrerie mécanique.



Au service parachèvement, les motifs des lampes sont dessinés à la main grâce à la technique du sablage.

# DES VERRES ESTAMPILLÉS « RÉPUBLIQUE FRANÇAISE »

Alors qu'elle débute une collaboration avec le palais de l'Élysée, la Verrerie continue à innover et à proposer de nouvelles collections inspirées du terroir, du patrimoine et de l'histoire. L'abeille napoléonienne est indissociable de La Rochère depuis plus de vingt ans.

**D**epuis quelques semaines, la Verrerie de la Rochère dévoile son savoir-faire dans la boutique officielle de l'Élysée. En effet, la présidence de la République a sollicité l'entreprise haut-saônoise pour concevoir des verres estampillés avec le logo « République Française ». Elle rejoint une longue liste de marques tricolores renommées comme Bic, Lip, la Maison Degrenne ou le Jacquard Français, comme fournisseur de cette e-boutique destinée à financer la rénovation du palais.

Renommée dans le monde entier, cette Entreprise du Patrimoine Vivant puise son inspiration dans l'art de vivre à la française, le terroir et son histoire multi-séculaire pour dessiner régulièrement de nouvelles collections en « Arts de la table ». Baptisés Versailles, Lyonnais, Périgord, Ouessant, Délice ou Dandy, ses verres, gobelets, flûtes, confiturières ou carafes viennent garnir les tables du grand public et des hôtels, bars ou restaurants français ou étrangers, apportant aussi une touche de raffinement aux agapes familiales. Ses luminaires et sa verrerie de décoration enrichissent les intérieurs de nombreux foyers.

Le catalogue de La Rochère s'enrichit de nouveautés tous les six mois, notamment grâce à la déclinaison de références existantes. 5% de ces produits sont fabriqués par les verriers bouche, les 95% restants en verrerie mécanique pressée. Se définissant comme des « passeurs d'histoires », les verriers ont plongé dans l'Histoire avec un grand H pour trouver l'animal indissociable de leur identité depuis vingt-cinq ans : l'abeille. Cet insecte était l'emblème de Napoléon, qui porta un manteau brodé de



5% des produits d'arts de la table sont façonnés par les verriers bouche.

1.500 abeilles d'or lors de son couronnement en 1804. La Verrerie souhaite d'ailleurs rendre hommage à l'Empereur, à l'occasion du bicentenaire de sa mort.

Gilles Ambs et Nicolas Bigot, directeur commercial France - Export pour le département « Arts de la Table », s'accordent sur les qualités de leurs produits : l'esthétique, la robustesse et l'aspect pratique, et surtout le côté narratif. Ils représentent aujourd'hui 60 % du chiffre d'affaires de l'entreprise et 70 % des produits exportés dans une cinquantaine de pays. En 2014, La Rochère a fondé une filiale aux États-Unis pour faciliter son développement sur le marché américain.

« Nous ne créons pas des verres tout simples, mais des objets du quotidien auxquels on s'attache. Nos produits se classent en milieu de gamme en France, mais entrent dans le haut de gamme à l'export. Nous avons plutôt une clientèle de type CSP+, qui achète nos produits en boutique, dans les grands magasins ou sur les marketplaces en ligne. 30% de nos clients sont des professionnels de l'hôtellerie-

restauration et 10% de nos ventes concernent des projets personnalisés ou sur-mesure », explique Nicolas Bigot.

S'appuyant sur son histoire et sa singularité, cette entreprise au profil atypique dispose d'outils lui permettant de créer des séries sur mesure à partir de 10.000 pièces. « Nous sommes très flexibles, ce qui nous permet de prendre plus de risques. Le sur-mesure a toujours été dans les gènes de la Verrerie et nous souhaitons le faire savoir », ajoute le directeur commercial. La coupe de glace a été le premier modèle fabriqué à la machine et se décline aujourd'hui sous de nombreuses formes. La marque Carte d'Or ou le glacier suisse Mövenpick leur ont commandé des modèles personnalisés, utilisés par les professionnels de la restauration.

Grâce à la refonte de son site web, La Rochère souhaite augmenter sa part de ventes par internet. Une stratégie qui répond aux nouvelles habitudes de consommation révélées par la pandémie. En un clic, les internautes du monde entier pourront décider de changer leur verrerie pour une collection

# LES COUTURIERS DU VERRE COURTISENT LES ARCHITECTES

**La Verrerie de La Rochère souhaite mettre davantage ses outils et compétences techniques au service de projets personnalisés. À Paris, Marseille ou en Belgique, l'Entreprise du Patrimoine Vivant a conçu des pièces sur-mesure pour des ouvrages de renommée internationale.**

**F**réquentée quotidiennement par 750.000 voyageurs, la station de métro parisienne « Châtelet-Les Halles » a changé de peau en 2018. Sa transformation était un des piliers du projet colossal de rénovation du quartier des Halles, lancé en 2002 par le maire de Paris Bertrand Delanoë et sa municipalité. Désormais, la plus grande station de métro du monde rayonne grâce aux 11.500 m<sup>2</sup> de Carreaux Métro brillants parant ses murs.

Plus d'un million de ces carreaux de verre galbés, colorés par un revêtement en polyuréthane et renforcés à l'arrière par une couche de protection en époxy, ont été fabriqués à La Rochère pour ce chantier de référence. Ce matériau d'exception, déclinable en plusieurs coloris, a été conçu par la Verrerie avec des architectes pour rendre hommage au carrelage emblématique du métro parisien. Sur une crédence de cuisine, une façade ou un comptoir de bar, il apporte une touche urbaine chic. Il s'inscrit pleinement dans la stratégie de développement de l'entreprise haut-saônoise pour son département « Architecture du verre », réunissant tous les produits destinés au secteur du bâtiment.

« Nous essayons de séduire des architectes avec des produits spécifiques et sur mesure, comme lorsque nous avons créé des tuiles et une vêtue pour la Fondation Cognac-Jay de Rueil-Malmaison dessinée par Jean Nouvel. Pour la tour La Marseillaise qu'il a conçue à Marseille, nous avons fabriqué près de 9.000 lentilles de verre innovantes, destinées à laisser passer la lumière à travers les murs. Nous avons aussi coulé et pressé les 2.336 lingots composant la coupole de la Grande Épicerie, pro-

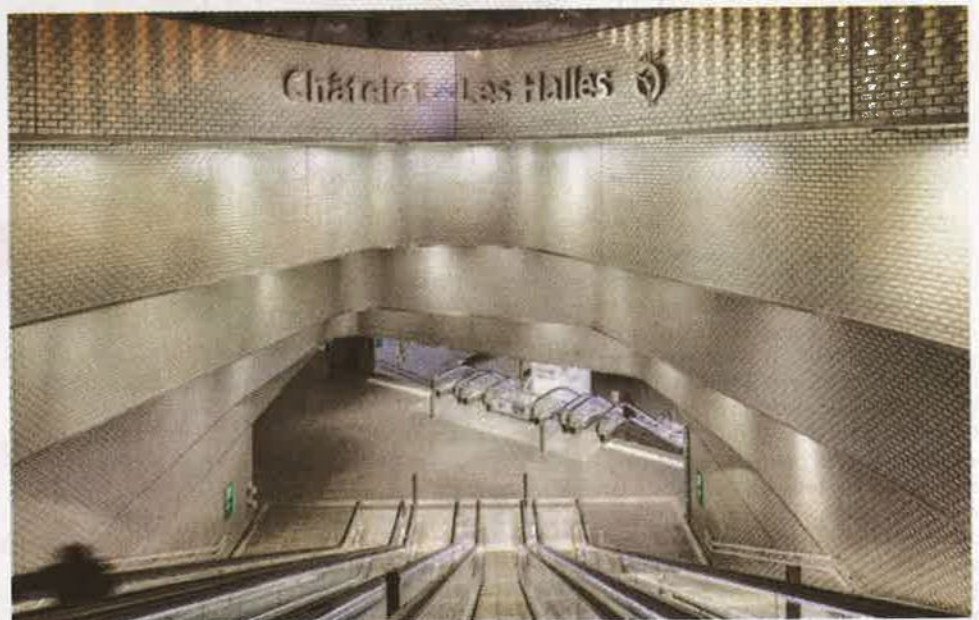
priété du Bon Marché (Groupe LVMH) à Paris. Nous sommes des couturiers du verre, nous mettons notre outil industriel au service du design et de l'architecture », explique Éric Zannoni, directeur des ventes France - Export pour le marché « Architecture du verre ».

Représentant 40% du chiffre d'affaires de la Verrerie, les briques, tuiles, pavés et carreaux standards et sur-mesure s'exportent en Europe (l'Allemagne représentant un quart des expéditions), mais aussi à Singapour ou en Australie. La voûte de verre surplombant le centre commercial d'Ostende, en Belgique, a été entièrement bâtie avec des pavés sur mesure. La direction a pour objectif d'augmenter la part d'exportation de ses produits en « Architecture du verre », actuellement estimée à 20%.

Entré à La Rochère il y a vingt-cinq ans, Éric Zannoni a vu son métier évoluer au rythme de la cyclicité des tendances. « Nous avons connu une période de disette pour la vente des briques, mais

nous avons rebondi grâce à la conception des briques de verre coupe-feu depuis sept ou huit ans. C'est un atout différenciateur sur le marché mondial, car nous sommes seul à les produire en France et seulement deux en Europe », précise Éric Zannoni, qui reçoit souvent (hors période de Covid-19) les clients étrangers à la Verrerie avec Gilles Ambis.

La Rochère travaille actuellement sur des chantiers prescrits en amont de la pandémie de coronavirus, ce qui a permis à l'entreprise de terminer 2020 avec un chiffre d'affaires en hausse de 2%. Les perspectives s'annoncent délicates pour le secteur du bâtiment, en raison du report de nombreux projets et de la frilosité actuelle des élus. Mais la direction de la Verrerie se montre « confiante » en l'avenir. Ce virage amorcé vers le marché de la décoration, de l'ornement et des revêtements intérieurs et extérieurs promet des challenges techniques exaltants au service de designers et architectes reconnus en France et à l'étranger.



Plus d'un million de Carreaux Métro ont été posés à Châtelet - Les Halles.



# 70.000 VISITEURS ONT OBSERVÉ LES VERRIERS EN 2019

**La Verrerie d'art de la Rochère est, de longue date, un de ses sites touristiques les plus visités de Haute-Saône. Chaque année, hors Covid-19, elle construit un véritable calendrier culturel, avec vue sur les verriers, expositions et manifestation d'artisanat.**

**E**n 1970, le voile se levait pour la première fois sur les mystères de la Verrerie de la Rochère, grâce à l'ouverture de ses ateliers à la visite. Un demi-siècle plus tard, ce site industriel multiséculaire s'inscrit comme une étape obligée pour les touristes de passage dans notre département. Également attachés à leur artisanat d'art, les Haut-Saônois viennent régulièrement observer les verriers bouche au travail. Une visite à La Rochère est toujours l'occasion de s'adonner à quelques emplettes, pour garnir son vaisselier ou choisir un cadeau pour un proche.

Les classements le confirment tous les ans : La Rochère est, avec la Colline Notre-Dame du Haut, le site touristique le plus visité de Haute-Saône. « Nous recevons habituellement 70.000 visiteurs par an, mais ce chiffre est tombé à 25.000 en 2020, à cause du Covid », confie le président Gilles Ambis. Verriers depuis 42 ans, Guy Roussey et les cousins Denis et Thierry Mourot ont l'habitude de travailler devant un public nombreux. Il n'est pas rare que leurs prouesses soient saluées par des applaudissements.

Ouverte de fin mars à fin octobre et en décembre, la boutique est le passage obligé de tous les visiteurs à la sortie des ateliers. L'espace de vente a été installé, voici plusieurs décennies, dans un bâtiment historique, dont le toit ouvragé a été bâti pour moitié avec des tuiles en verre. La lumière naturelle qui s'en dégage

ajoute au caractère exceptionnel des lieux, dont une partie a été transformée en musée. Toutes les collections de verrerie, de luminaires et d'accessoires de décoration ont été installées en amont par Isabelle Gantois, animatrice des ventes.

A l'entrée de la boutique, les boules de Noël de la Rochère sont immanquables. De véritables œuvres d'art créées à la main par les verriers bouche, qui ont l'habitude de travailler avec des artistes renommés. En 2019, La Rochère a accueilli en résidence le verrier Pedro Veloso, avant une année 2020 vierge de toute exposition artistique. Si les conditions sani-

taires le permettent, 2021 devrait donner lieu à différentes manifestations culturelles.

La première, l'Été des Artisans, prévu du 22 au 24 mai, est une des manifestations phare de la Verrerie. Du 3 juillet au 31 août, la galerie d'art, voisine du jardin japonais, accueillera Alexandre Jouffroy, Benjamin Desoche et Thomas Perrin, alias Al13, Be4 et Th90. Après les Journées du Patrimoine prévues les 18 et 19 septembre, la Verrerie sera le cadre du Salon des Antiquaires, les 9 et 10 octobre. Acteur de l'essor économique de la Haute-Saône, La Rochère est aussi un pilier de l'attrait touristique de notre territoire.



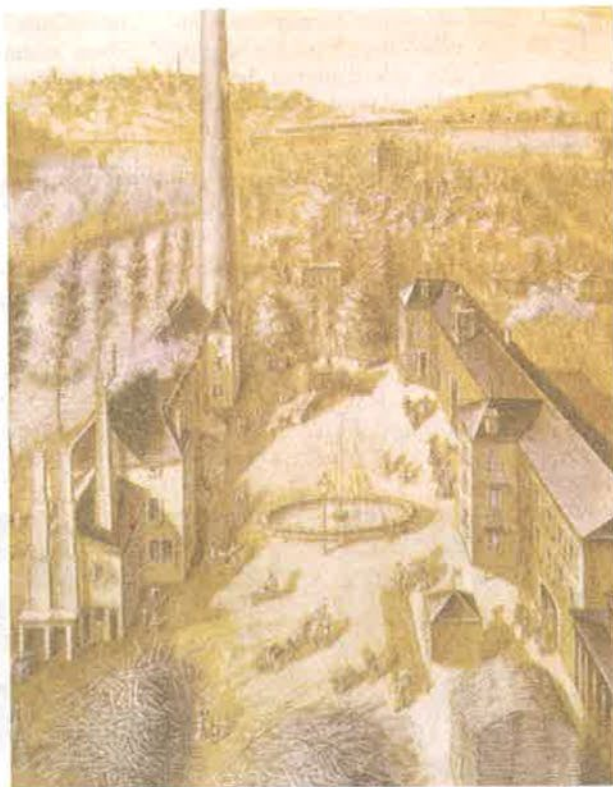
Isabelle Gantois, animatrice de la Verrerie.

# LA PLUS ANCIENNE VERRERIE D'ART DE FRANCE

**Fondé en 1475, ce haut lieu de savoir-faire des maîtres verriers a vécu une révolution technique dans les années 1960 grâce à l'automatisation de sa production. Les lampes, vases et verres de la Rochère sont connus et recherchés par les collectionneurs du monde entier.**

**C**omment parler du village de Passavant-La Rochère et de ses 590 habitants sans évoquer sa célèbre Verrière d'art ? Fondée par le gentilhomme verrier lorrain Simon de Thysac en 1475, elle est aujourd'hui encore la plus ancienne de France encore en activité. Détruite à deux reprises, d'abord par un incendie en 1595, puis lors de la Guerre de Trente ans au XVII<sup>e</sup> siècle, elle a toujours su renaître de ses cendres. Ses fours ne se sont plus éteints depuis 1666. Jusqu'à début 2021, la Verrière a été la propriété de la famille Giraud. Son premier représentant, François-Xavier Fouillot, en prend les rênes en 1858 avec deux associés, qui quitteront La Rochère dix ans plus tard. D'abord connue pour sa production de verre à vitre, l'entreprise haut-saônoise fournit ensuite de la gobeletterie pour les cafés, hôtels et restaurants. Des créations uniques immortalisées dans un catalogue de 1895 et parfois remises au goût du jour, comme dans la collection Lyonnais inspirée d'un modèle dessinée en 1890. Au XIX<sup>e</sup> siècle, la commune de Passavant-La-Rochère est le foyer de nombreuses tuileries, ce qui incite

la Verrière à fabriquer des tuiles de verre dès 1870. Une révolution technique intervient près d'un siècle plus tard, en 1967, avec l'automatisation de la production. Les presses à main sont alors remplacées par des presses automatiques et un four à bassin est installé. Dès lors, briques, tuiles et pavés sont pressés mécaniquement et automatiquement, pour un gain de productivité et un confort de travail accru. Unie avec la verrière de Clairefontaine sous le nom de « Société Anonyme Etablissement Boileau-Mercier » en 1923, l'entreprise de la famille Giraud devient la « Cristallerie de La Rochère » en 1960. Dix ans plus tard, le site ouvre ses portes au public et le travail des verriers main est valorisé grâce à la création d'une gamme d'objets de décoration. Des vases et lampes de style Art Nouveau désormais renommés dans le monde entier et très prisés des collectionneurs. Le savoir-faire des verriers est reconnu depuis 2008 à travers l'obtention du label « Entreprise du Patrimoine Vivant », confirmé en 2020. On se presse d'ailleurs nombreux, chaque année, pour aller observer ces maîtres de la technique du soufflé bouche, qui domptent le verre pour le transformer en verres, lampes boules ou carafes les plus



raffinées. Depuis des années, la Verrière de la Rochère s'est confortablement installée dans les premières places du classement des sites les plus visités de Haute-Saône.

Le savoir-faire des verriers est reconnu depuis 2008 à travers l'obtention du label « Entreprise du Patrimoine Vivant »