

ECONOMIE

Harmony : les voyages, source d'inspiration

Le voyage comme muse, telle est la référence de cette marque bordelaise qui livre dans les détails de ses collections textiles une interprétation poétique des cultures du monde dans un secteur où tous les coups sont permis...



Cette entreprise qui compte 14 salariés sur Bordeaux réalise un chiffre d'affaires de 8 millions d'euros, dont 20 % à l'export.

HARMONY est le fruit des périple de son fondateur, Lionel Dubos, en Europe, en Asie et en Afrique. Il crée en 1996, près de Bordeaux, un univers de la maison qui célèbre les belles matières et l'élégance des styles.

Deux collections renouvellent chaque année les tendances et les intemporels de l'entreprise dans le linge de lit, linge de table, éponges et rideaux. suite page 3

ECONOMIE

Harmony : les voyages, source d'inspiration

(suite de la page 1)

Matières favorites des stylistes, le lin et le coton. Signe distinctif de la « touche maison », le détail des broderies, le monogramme sophistiqué des éponges, le pompon qui « égaye les parures de lit, le point de jour qui attendrit et le galon qui souligne l'élégance des créations ».

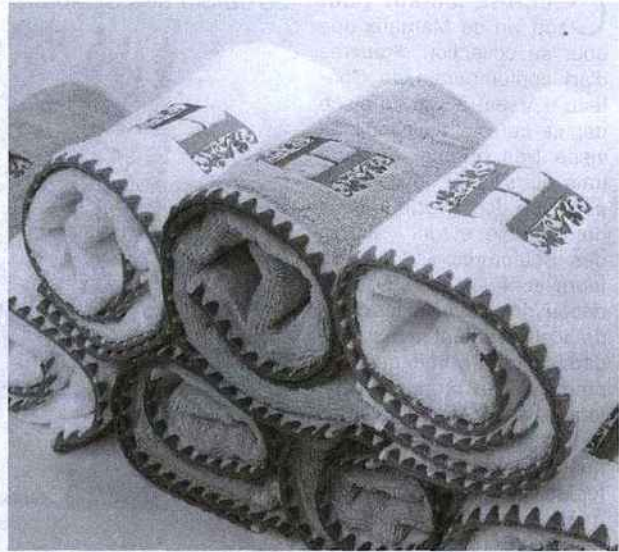
Une démarche qui fait surtout la différence sur un marché très concurrentiel...

Quatre univers

Linge de table, de lit, de toilette et rideaux composent le catalogue de la marque. Quatre univers rythment les collections : Charme et Romantique, Esprit Nomade, Tendances Rayures

(créée en 2008), et enfin Univers Vintage qui complète la gamme 2012 et propose un retour aux lignes sobres et contemporaines dans une palette de couleurs pures inspirées de matériaux tendances (craie, granit, ardoise...). Ces quatre univers définissent l'esprit d'Harmony : intemporalité, évocation et élégance dans l'expression du beau et de la qualité. Née il y a quinze ans au sein de Maison familiale Dubos, implantée à Bordeaux, la marque Harmony emploie depuis plus de 10 ans les mêmes tisseurs sélectionnés pour leur « savoir-faire et leur comportement responsable », indique la direction de l'entreprise.

Eric MOREAU



Lionel Dubos est avant tout un voyageur inspiré. Après ses études, il part pour l'Inde, l'Afrique du Nord, l'Indonésie ; des voyages qui lui murmurent des idées, des projets. La société familiale Dubos de son père est alors déjà spécialisée dans le tissu d'ameublement. En passionné de matière naturelle, Lionel Dubos crée un département dédié à l'univers de la maison. Le succès est alors au rendez-vous avec le modèle Dobby (nappe en lin gansée bicolore). La marque Harmony voit le jour quelques années plus tard, en 1996...

Echos Judiciaires Girondins : Vous employez combien de personnes ?

L. D. : Nous avons 14 salariés sur Bordeaux.

EJG : Quel est le plus que vous apportez par rapport à vos concurrents ?

L. D. : Nous essayons de proposer une « harmonie » pour l'ensemble du textile de la maison. On travaille par univers, celui de la chambre, de la salle de bains...

EJG : Où trouve-t-on vos produits ?

L. D. : Dans des boutiques et au travers d'un réseau de vente par correspondance comme les 3 Suisses. Nous sommes présents auprès de 600 clients en France et 900 à travers toute l'Europe. Nous souhaitons nous faire mieux connaître du grand public.

EJG : Vous réalisez une part importante de votre chiffre d'affaires à l'étranger ?

L. D. : Aujourd'hui, notre chiffre d'affaires est de 8 millions d'euros, dont 20% à l'export de l'Australie à la Norvège et à l'Asie...

EJG : Au départ, l'entreprise de vos parents n'était pas dans le même secteur...

L. D. : En effet, ils travaillaient dans le secteur de la décoration avec du tissu au mètre et des tringles à rideaux pour les tapissiers décorateurs. Nous avons évolué avec notre propre marque sans acheter des produits à droite ou à gauche... Nous avons commencé en dessinant quelques produits et aujourd'hui, nous faisons tout, nous créons, nous dessinons. Nous travaillons avec des cabinets de style exclusifs.

EJG : Vous faites fabriquer à l'étranger...

L. D. : Nous faisons fabriquer en Asie, en Europe et en Turquie.

EJG : Faire fabriquer en France n'était pas rentable ?

L. D. : Ce n'était pas rentable. Aujourd'hui le textile est entièrement mécanisé en Europe et ce qui fait notre valeur ajoutée, c'est le détail. Notre philosophie est de rendre le luxe accessible et pour cela, nous sommes obligés de partir à l'étranger.

EJG : Quel regard portez-vous sur le marché du textile ?

L. D. : Le textile de la maison et de la décoration a explosé depuis cinq ans, mais le problème est que tout le monde s'est jeté dessus, comme les grandes surfaces. Cela a conduit à une saturation. Seuls resteront les acteurs sérieux. En ce qui nous concerne, nous sommes plutôt optimistes car nous sommes sur une niche. Les créateurs sont de plus en plus protégés et les tribunaux défendent volontiers les petites marques. Je viens d'ailleurs de gagner un procès contre quelqu'un qui nous avait copiés...

EJG : Quels sont les prix de vos produits ?

L. D. : De 6 à 159 euros...

Propos recueillis par E. M.