



Harmony, star méconnue du linge de maison

Mérignac (33)

Le linge de maison que l'on admire dans l'émission « D&Co » de M6 ? C'est elle ! Omniprésente, Harmony est pourtant méconnue du grand public. Peut-être plus pour longtemps : la marque imaginée par la société mérignacaise Dubos SAS entend désormais renforcer sa notoriété auprès du grand public. Parallèlement, sa collection printemps-été 2013 sera prochainement présentée aux distributeurs.

Harmony est la marque phare de Dubos SAS, mais l'entreprise travaille également en marque blanche. Plusieurs réseaux comme Cyrillus, Alinéa, Fly... font appel à ses services. La société réalise au total 8 millions d'euros de chiffre d'affaires avec 12 salariés travaillant dans la zone d'activités mérignacaise. Dubos SAS propose 1.600 références cette saison et compte environ 700 distributeurs en France et à l'étranger : Angleterre, île Maurice, Australie, Russie, Grèce... Une réussite qui n'empêche pas son dirigeant, Lionel Dubos, de rester humble : « Notre succès nous vient de la qualité de nos produits, de notre savoir-faire et de notre bon rapport qualité/prix. Cela est possible grâce à notre effectif restreint, qui nous fait gagner en dynamisme et en rapidité » Dubos SAS revient pourtant de loin.



Lorsque Lionel Dubos reprend la société familiale de tringles de rideaux et de fournitures pour tapissiers, qui vend de façon marginale du linge de maison, l'activité s'essouffle. En plein boom de la décoration, le dirigeant lance alors ses propres gammes de linge. La marque Harmony est déposée en 1999 à l'Institut national de la propriété intellectuelle. C'est le renouveau de la société.

Chic et pas cher

Sur les 2.000 m² d'entrepôts de Mérignac, pas une machine de tissage, ni d'atelier créatif. « Nous travaillons avec un cahier de tendances qui nous donne

le ton de la saison prochaine. A partir de cette base, nous communiquons un cahier des charges à notre partenaire qui dessine les modèles. Il nous renvoie les dessins qui partent aux usines de fabrication en Asie ou au Pakistan », explique Lionel Dubos. Du fil au cousin, le produit est fabriqué sur le même lieu. Différentes techniques sont utilisées pour arriver à des produits qui se veulent « chics, pas chers et de qualité ». Une philosophie qui marche aussi bien à l'échelle nationale qu'à l'international. Aujourd'hui, 25 % du CA est réalisé à l'export et la société se donne pour objectif d'atteindre 40 % ■