

Paru dans l(es) édition(s): BORDEAUX RIVE GAUCHE

ÉCONOMIE Créée en 1981, la PME Dubos SAS conçoit des gammes de linge de maison en lin et en coton via la marque Harmony

Lin : la fibre du succès

Ses produits font un tabac à l'étranger

Une valise encombre le passage. « Je reviens d'un voyage en Allemagne. Un rendez-vous avec un client... » Les étagères du bureau débordent d'échantillons de tissus colorés. L'intérieur est aménagé sans chichis, en bois brut, à l'image de son occupant au verbe direct. Car tel est Lionel Dubos, gérant de Dubos SAS qui distribue la marque Harmony. On peine à croire qu'une grande marque de linge de maison est conçue dans les murs de cet entrepôt noyé dans l'anonymat de la zone industrielle du Phare. Et pourtant, c'est bien ici que naissent les nouvelles collections ; d'ici aussi que partent les expéditions à travers le monde. Dubos fait partie de ces PME qui gardent la tête hors de l'eau. Mieux, la crise semble glisser sur son chiffre d'affaires comme l'eau sur les plumes d'un canard. Une étanchéité qui tient à sa capacité à fidéliser sur des goûts sûrs, à anticiper le coup d'avance. Le lin, « une matière noble » Lionel Dubos a aménagé un showroom dans un de ses entrepôts. PHOTO O. D. Lors de sa création en 1981, l'entreprise familiale pratiquait presque une autre activité. « Mon père distribuait voilages

et tringles à rideaux auprès des tapissiers décorateurs. À l'époque, la grande distribution spécialisée n'était pas aussi développée. Le monde de la fenêtre intéressait peu les professionnels, hormis les tapissiers qui posaient les rideaux chez les gens. Tout s'est arrêté avec le déclin progressif du métier. » Pour ne pas mourir, la société méridionale a évolué vers une activité de grossiste en linge de maison. Entré dans la boîte au milieu des années 90, Lionel Dubos engage un nouveau virage au début des années 2000. « On a arrêté de distribuer les produits des autres pour créer nos propres gammes. » Le changement n'est pas seulement dans la démarche ; il est aussi dans la stratégie commerciale. Le marché s'étend soudain du régional au national. « On conceptualise tous nos articles et on les fait fabriquer selon un cahier des charges précis. » La marque Harmony explore divers univers allant de la cuisine à la chambre à coucher en passant par la salle de bain. Depuis l'origine, elle privilégie le lin, « une matière noble », souligne l'intéressé. Rideaux, nappes, serviettes, la fibre textile se prête à de nombreuses déclinaisons. Classiques au

départ, les gammes se sont enrichies au fil des collections. Le stonewash (ou effet délavé) qui assure un aspect vieilli, presque vintage, légèrement froissé, tire le marché vers le haut. « On a été parmi les premiers à travailler le lin lavé. » Pour autant, la rayure coton d'inspiration basque à l'origine, et les boutis à fleurs discrètes ne sont pas délaissés. Balançant entre tradition épurée et style contemporain assez chic, la PME a su se donner une identité. « L'image du linge de maison a changé. Du temps de nos parents, on faisait des trousseaux par lots de douze. Ça devait être fonctionnel. Aujourd'hui, il s'est imposé comme un élément de décoration à part entière. »

OLIVIER DELHOUMEAU
o.delhoumeau@sudouest.fr