

GARNIER-THIEBAUT

Grenoblois d'origine, Paul de Montclos est PDG de Garnier-Thiebaut. Il a repris l'entreprise en 1995 et a adapté ses produits à l'hôtellerie de luxe et au grand public. Cette mue a permis à l'entreprise, née d'un « oui » entre Jean-Baptiste Garnier et Virginie Thiebaut en 1833, d'être mieux armée pour relever les défis de la mondialisation. Garnier-Thiebaut est aujourd'hui présente dans 80 pays et possède une filiale aux États-Unis.



Paul de Montclos :
« Notre stratégie consiste à accompagner nos clients dans le monde entier »

Fondée en 1833 à Gérardmer dans les Vosges, l'entreprise Garnier-Thiebaut compte aujourd'hui deux cent vingt salariés. Elle propose à sa clientèle des produits haut de gamme répondant à « des valeurs humaines, familiales, d'authenticité et de proximité ». Ses collections de linge de maison - linge de table, linge de lit, linge de bain, torchons et tabliers, coussins et plaids - font le bonheur de tous ceux qui, à travers le monde, sont à la recherche d'élégance, d'originalité et d'une réelle qualité hôtelière que l'on retrouve en bonne place dans de très nombreux palaces. Garnier-Thiebaut est aussi très engagée en faveur de la vie économique et citoyenne locale ainsi que pour la défense du savoir-faire français.

PLM : Vous êtes un peu le porte-drapeau du textile français ?

Paul de Montclos : Il y a une douzaine d'années, au moment des élections au sein du syndicat textile, les regards se sont tournés vers moi. J'ai accepté mais à condition que nous fassions quelque chose tous ensemble. À l'époque, ce n'était pas évident. Il y avait une culture de concurrence. D'un côté de la vallée à l'autre, on ne se parlait pas. Après avoir posé les révolvers dans le vestibule, nous avons entamé des discussions sur la façon de valoriser le processus industriel des Vosges. Nous avons mis en place une démarche de type AOC. Ainsi est née l'idée de Vosges Terre Textile.

PLM : En définitive, quels sont les apports de ce label à l'ensemble des entreprises de textile ?

P.d.M. : La démarche a été bien ressentie par l'ensemble de la filière qui comprend la filature, le tissage, le tricotage, la teinture, la confection et la distribution. La succession de ces étapes est valorisée. Au point de vue marketing, ce label est un atout indéniable. D'autant plus que nos collaborateurs sont tous partie prenante. Ils sont vraiment les acteurs du déploiement de Vosges Terre Textile.

PLM : Est-ce que France Terre Textile ne fait pas un peu d'ombre à Vosges Terre Textile ?

P.d.M. : Cela a tellement bien marché dans les Vosges que d'autres terres de textile nous ont demandé si nous accepterions qu'elles s'inspirent de notre modèle. Avec quatre régions, nous nous sommes dit qu'il fallait créer une fédération. C'est France Terre Textile qui permet aussi de valoriser des activités transrégionales. Y a-t-il un risque de banalisation ? La question est posée.

PLM : Le textile a-t-il toujours les faveurs du public ?

P.d.M. : Via ce label, les consommateurs et les acteurs sont informés. Quand ils voient Vosges Terre Textile, ils peuvent être certains que le produit est authentiquement fait dans les Vosges. C'est fédérateur. Une partie de la population commence d'ailleurs à y être sensible. Il se crée des synergies entre les industriels, voire même des mouvements de salariés et des rapprochements capitalistiques.

PLM : Le textile est-il menacé d'être remplacé par d'autres matières ?

P.d.M. : Je ne vais pas vous dire que c'est facile. Le textile a des avantages et des inconvénients. C'est un matériel réutilisable qui est à la croisée des chemins. Il utilise de multiples techniques de chimie, d'électronique, de numérique et de mécanique. En définitive, même si le textile est un peu plus cher et qu'il demande à être entretenu, ses entreprises ont toutes un avenir parce qu'elles sont porteuses d'un projet et d'un savoir-faire.

PLM : Ces entreprises sont-elles écoresponsables ?

P.d.M. : Garnier-Thiebaut y est très sensible. Nous sommes certifiés par la norme ISO 14 001 (pour le management environnemental) et sommes classés au rang « excellent ». Nous y tenons.

PLM : Dans le textile des Vosges, existe-t-il un esprit montagne ?

P.d.M. : Étant Dauphinois, j'ai pu retrouver dans les Vosges une culture montagne peut-être encore plus forte. Il y a ici une culture de vallée. Nous sommes très attachés au patrimoine et au terroir. Nous avons les pieds dans la montagne. On a tous notre lopin de terre, de forêt et nous allons faire notre bois. Les gens du textile vosgien aiment le travail bien fait. C'est une force et la qualité du textile des Vosges en tire le bénéfice.

PLM : Même sur un horizon étendu à plusieurs décennies ?

P.d.M. : Quand nous avons reçu le président de la République - à l'époque François Hollande - je lui ai dit : « Ici, on n'a pas de bateau, pas de train, pas d'aéroport, on n'a pas plus de radars que de réseau téléphonique. Vivre ici est compliqué. Il faut énormément d'énergie, d'imagination pour de nouveaux produits, de nouvelles organisations, de nouveaux services, énormément d'enthousiasme et de travail. Ces fondamentaux existent réellement en montagne. Ils sont les clés de notre activité. »

« Nous avons mis en place une démarche de type AOC. Ainsi est née l'idée de Vosges Terre Textile. »

