

À L'HEURE DE LA MONDIALISATION ET D'UNE COMPÉTITIVITÉ FÉROCE, LA VOLONTÉ RÉVOLUE À LA FAVEUR DE LA RECHERCHE ET DE LA VALEUR AJOUTÉE DE PUNTI BLOND SUPPOSE UN MODÈLE CONSTRUCTIF AVEC UNE VISION DE FUTUR. EN ANALYSANT LE PASSÉ DE L'ENTREPRISE, SON DIRECTEUR GÉNÉRAL ATTRIBUE LE POSITIONNEMENT ACTUEL OCCUPÉ PAR PUNTI BLOND SUR LE MARCHÉ À L'ENGAGEMENT ET AU PROFESSIONNALISME DU PERSONNEL DE L'ENTREPRISE.

Juan Manuel Aloy

Directeur Général de Puntiblond

“La survie dans le nouvel environnement socioéconomique n'est possible qu'avec d'importants investissements en Recherche & Développement & Innovation, en concevant des produits à haute teneur en valeur ajoutée.”

Texte d'Agnès Felis

La société Puntiblond créée à Barcelone en 1947, eut tout d'abord comme activité la production de broderies, de tulles et de dentelles pendant 20 ans. À la fin des années 60, elle fut l'une des premières entreprises à fabriquer du tissu élastique et, aujourd'hui, après avoir survécu à une procédure de suspension de paiements en 1973 grâce à l'intervention de Juan Manuel Aloy Font, sa politique de diversification est un exemple et un modèle à suivre pour les autres entreprises du secteur. L'enthousiasme, l'engagement et le professionnalisme de Juan Manuel Aloy ont profondément marqué cette société qui, depuis 1997, assure toutes les phases de production : Puntiblond se charge de toutes les opérations, depuis la réception des matières premières jusqu'à la finition du tissu.



Dans quelle situation se trouve actuellement Puntiblond ? Quels sont les défis de votre entreprise à court, moyen et long terme ?

Les produits de Puntiblond sont aujourd'hui commercialisés dans toute l'Espagne et dans de nombreux pays des cinq continents. L'intensification de nos exportations constitue précisément l'un de nos objectifs immédiats, chose pour laquelle nous travaillons avec acharnement. Puntiblond est une entreprise pionnière qui investit, recherche et travaille de manière permanente pour trouver de nouveaux produits. Nous occupons une place enviable sur le secteur des tissus les plus traditionnels et nous avons également créé des tissus et des produits d'avant-garde, y compris pour des applications autres que la corseterie. Notre objectif est de concevoir des produits avec une grande valeur ajoutée – comme les produits de la gamme Colibri pour la corseterie – et de nous diversifier en nous consacrant également à certains secteurs comme celui des articles techniques et des produits de haute technologie.



L'entrée de la Chine dans l'OMC a complètement changé la donne du secteur textile mondial. Pensez-vous que ce processus aurait pu être mené de manière moins préjudiciable ?

Le processus et son évolution auraient été et seraient moins traumatisants et nocifs pour le secteur si la législation était respectée dans chacun des pays membres.

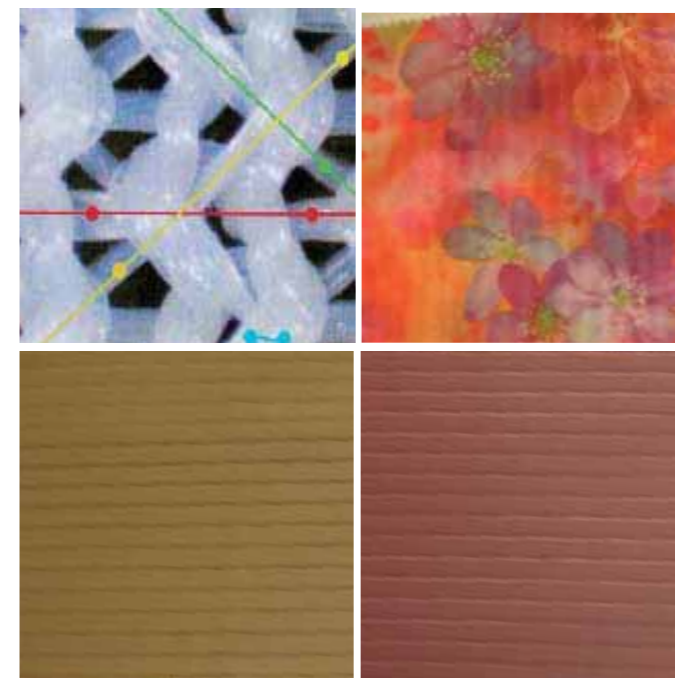
Comment vous paraît la réaction des entreprises espagnoles face aux changements provoqués par la nouvelle donne internationale ? La situation va-t-elle se stabiliser ou va-t-on voir encore beaucoup de fermetures de firmes textiles ?

Il est évident que les réactions des entreprises ont été très diverses, et seules les sociétés ayant su s'adapter à la nouvelle situation du marché ont survécu. Dans ce nouvel environnement socioéconomique, la survie n'est possible qu'à travers un investissement important en Recherche & Développement & Innovation, en concevant des produits avec une haute teneur en valeur ajoutée.

En guise de bilan de la dernière décennie du secteur de la confection, quels changements et points d'inflexion identifieriez-vous ? Il y a-t-il eu d'importantes innovations ?

Ces dernières années ont été sans aucun doute marquées par de nombreux changements très importants parmi lesquels je retiendrai la libéralisation des marchés avec l'ouverture des frontières et la suppression des frais de douanes. Ces changements ont débouché sur d'importantes innovations, à la fois dans le domaine commercial et technologique. Des facteurs comme l'économie d'énergie ou la préservation de l'environnement sont devenus essentiels dans les procès de production. Puntiblond a obtenu la certification Öko Tex et son activité industrielle est conforme à toutes les législations environnementales en vigueur. Notre société assure bon nombre des traitements de lavage des tissus à sec, nous nous sommes dotés d'une station d'épuration de toute dernière génération et nos usines sont équipées de toute la technologie nécessaire pour éviter l'émanation de gaz polluants.

“Le pouvoir appartient maintenant au distributeur de grande surface qui impose ses normes aux fournisseurs et le prix de vente.”



Les rapports entre les différentes phases de production d'un produit sont-elles définies par différentes priorités ? Comment ces dernières sont-elles conjuguées ?

Tout le processus se fait dans un seul objectif qui est celui de créer et de commercialiser un produit de grande qualité. Puntiblond a su comprendre que toutes les phases du processus sont importantes et que le succès d'un produit est le résultat d'une étroite collaboration entre toutes les parties intervenant lors de sa conception.

Êtes-vous d'accord sur le fait que le pouvoir est passé à la distribution étant donné que le consommateur a le dernier mot et que la pression pour la baisse des prix a réduit le pouvoir des entreprises, des marques et des moyens de communication ?

Je suis convaincu que le consommateur paye le prix qui lui est demandé et que le pouvoir appartient maintenant au distributeur de grande surface qui impose ses normes aux fournisseurs et le prix de vente.

Les relations de Puntiblond avec les fabricants traditionnels de corseterie sont-elles les mêmes que celle maintenues avec les marques de mode qui produisent également des sous-vêtements ? Avez-vous des demandes différentes ?

Les demandes et les relations que nous entretenons sont pratiquement les mêmes ou, du moins, elles sont très comparables. Nos clients exigent la qualité, des tissus innovants et un bon service. En tant que fournisseur, notre objectif est d'apporter une réponse satisfaisante à cette demande.



L'importance de la fonction Recherche & Développement & Innovation ainsi que le besoin d'investir dans la technologie pour être compétitif sont des arguments qui reviennent souvent, mais comment analysez-vous la rentabilité de cet investissement ? Comment considérez-vous le rôle des centres technologiques spécialisés ?

Etant donné que les centres technologiques sont conscients de ce que signifie le produit pour le consommateur, ils jouent un rôle essentiel

à la fois pour les producteurs et pour le consommateur lui-même. Des organismes comme le CDTI ou le CIDEM soutiennent les entreprises productrices dans leurs projets de Recherche & Développement & Innovation, et l'une de leurs collaborations se fait justement avec Puntiblond qui investit actuellement plus de 2,5 % de son chiffre d'affaires dans des projets de ce type.

Notre objectif de diversification fait que nous engageons beaucoup de moyens dans plusieurs produits innovants : des tissus élastiques anti-glissants (une sorte de deuxième peau), des tissus avec fermeture rigide, un tissu thermo-sensible avec des filaments en argent, des tissus avec micro capsules (d'aloë vera ou d'insecticides, par exemple), des tissus en microfibre pour le nettoyage, etc.

