

# THÉBAULT, UN GROUPE FAMILIAL LEADER FRANÇAIS DU CONTREPLAQUÉ

**MAURICE CHALAYER**

Président de l'Observatoire du métier de la scierie

Après la publication de synthèses dédiées au déroulage dans nos deux précédents numéros, et en particulier dans la suite de celle traitant du contreplaqué, un bref portrait du groupe familial Thébault, classé numéro un en France et numéro cinq en Europe dans la fabrication de contreplaqué, est proposé ici, ainsi qu'un entretien avec son dirigeant Antoine Thébault.

L'entreprise Thébault, 350 salariés et 70 M€ de CA, a plusieurs implantations. Magné, l'usine historique, pour le "bâtissage" des panneaux à base d'okoumé et de peuplier, dont les placages secs arrivent des deux usines filiales de déroulage et de séchage, Thébault Transbois au Gabon et Bois Déroulés de Champagne, dans l'Aube. Puis, deux usines de pin maritime, à Sauzé-Vaussais, Deux-Sèvres, et Solférino, Landes. Enfin, une exploitation forestière, Logifor, travaillant sur toute la façade Ouest de la France.

Vue aérienne  
du site  
Thébault  
Ply-Land  
à Solférino  
(pin maritime).





Panneau contreplaqué pin maritime TeboPin Elite.

La société a été créée par Jean Thébault, grand-père de l'actuel dirigeant, en 1953, puis le relais a été pris par ses trois fils, et Antoine représente aujourd'hui la troisième génération.

Le groupe vit actuellement une phase de transmission et de transition. C'est pourquoi un des enjeux de la période est d'assurer cet avenir, d'asseoir l'organigramme et de continuer d'augmenter le savoir-faire de chacun, tout en continuant d'investir dans l'outil pour pérenniser et renforcer la compétitivité.

Aujourd'hui, les trois usines du groupe assurent la quasi moitié de la production nationale, soit 120.000 m<sup>3</sup> de contreplaqué. 35% du chiffre d'affaire se font sur les marchés nationaux et 65% à l'export, dans 15 pays européens. Les clients sont des importateurs, des négociants et des industriels. Les secteurs qui utilisent les panneaux sont la construction, l'agencement intérieur et extérieur, le nautisme, la carrosserie industrielle, l'emballage industriel et des applications très techniques.



Manutention d'un panneau contreplaqué par système de ventouses.



Stock de contreplaqué Tebo Ply okoumé extérieur.



Cité du vin de Bordeaux. Panneau décoratif en pin maritime.

## ✓ Interview

### Rencontre avec Antoine Thébault

— La Forêt privée : Avez-vous des produits phares, marque de fabrique du groupe Thébault ?  
**Antoine Thébault** : Nous fabriquons des contreplaqués okoumé et peuplier que nous revêtons d'une couche de peinture d'apprêt. Le niveau qualitatif de ce produit destiné à l'exportation est élevé. Notre spécificité est de pouvoir offrir des contreplaqués en okoumé, peuplier et pin maritime et de pouvoir les panacher sur un même camion.

— L.F.P. : On constate une forte importation de CP d'emballage en résineux. Comment expliquez-vous cela ?

**A.T.** : Cycliquement nous sommes confrontés à une très forte concurrence brésilienne. Les coûts de fabrication y sont nettement plus faibles qu'en Europe, les parités monétaires €/\$/réal leur sont fréquemment favorables. Par ailleurs, pour une consommation annuelle de 2,5 Mm<sup>3</sup>, l'Europe a institué il y a plusieurs dizaines d'années un contingent de 650.000 m<sup>3</sup>/an importé à droits nuls, qui profite essentiellement au Brésil au détriment des fabricants européens et particulièrement français.

— L.F.P. : Comment le secteur national du CP pourrait reprendre des parts de marché au CP d'importation ?

**A.T.** : Ce n'est qu'une question de prix de revient. Depuis de nombreuses années nous sommes confrontés à une concurrence étrangère féroce. Cela a commencé avec l'Indonésie et la Malaisie, puis encore et toujours la Chine, le Brésil et la Russie. Beaucoup d'acteurs ont disparu. Les quelques survivants, qui sont tous solides, ne doivent leur salut qu'à leur dynamisme, la qualité du produit et du service, les investissements. Notre manque de compétitivité nous handicape fortement. Par exemple la France consomme plus de 500.000 m<sup>3</sup>/an et seulement 100.000 m<sup>3</sup> sont d'origine française. Pour l'okoumé nous sommes protégés par des taxes anti-dumping sur les contreplaqués chinois. Nos collègues d'Europe du Nord sont concurrencés par la Russie qui fait aussi du dumping, et la veille concurrentielle que nous avons mise en place à titre personnel sur le Brésil, nous conduit à la même conclusion. Actuellement, et indépendamment de la Covid 19, le marché est très « bagarré », et les prix de la matière première pin maritime, nous desservent également dans notre quête de compétitivité.

— L.F.P. : Quels sont les atouts du CP français ?

**A.T.** : Le contreplaqué français est de haute qualité (aspect, collage, durabilité de certaines essences, service). D'autre part aucune suspicion n'est possible sur sa conformité avec le Règlement bois de l'Union européenne. Les essences utilisées y compris exotiques sont exploitées durablement et revêtues des certifications FSC et PEFC. Nous sommes titulaires des certifications CE 2+, CTBX et autres certifications européennes nécessaires. D'autre part le bilan carbone de nos produits livrés n'importe où en Europe est beaucoup plus favorable que celui des produits d'importation.

— L.F.P. : Comment voyez-vous l'avenir du CP ? Y-a-t-il encore des niches à explorer ?

**A.T.** : Le contreplaqué est le plus ancien des panneaux à base de bois, existant bien avant les panneaux de process. À chaque fois qu'un nouveau type de panneau de process est arrivé sur le marché, on a dit que c'était la mort annoncée du contreplaqué. Les productions de panneaux de particules, puis de MDF, puis d'OSB sont beaucoup plus importantes que celle de contreplaqué. Il n'en demeure pas moins que la consommation mondiale de contreplaqué continue de se développer, car il reste un produit moderne avec un rapport poids/résistance sans équivalent. Comme pour tous les produits dérivés du bois, l'avenir du contreplaqué dépendra de la disponibilité de la matière première et de son coût, et de notre compétitivité malgré les nombreux investissements que nous réalisons chaque année (entre 8 et 10% du CA en moyenne). Nous possédons notre propre usine de déroulage au Gabon où nous assurons la première transformation de l'okoumé. Certes il n'y a pas d'okoumé en France, mais si les prix du pin maritime devaient rester aussi élevés qu'ils le sont actuellement et que nous ne puissions pas investir pour être moins dépendants du marché de l'emballage (lié au volume fatal de basse qualité esthétique du pin), très fluctuant et mondialement concurrentiel avec de fortes iniquités, il n'est pas impossible que nous nous intéressions à une implantation au Brésil ou au Chili, malgré notre volonté profonde de continuer d'exister et de nous développer en France (l'Europe importe 60% de CP résineux sur sa consommation totale de CP résineux de 2.500.000 m<sup>3</sup>).

Propos recueillis le 12 novembre 2020.