

## Faber France fait forte impression

**Parti du constat que le secteur du pavoisement pouvait être développé dans l'Hexagone, Faber France s'est hissé au premier rang dans le domaine. L'entreprise adapte aujourd'hui l'impression textile à de nouveaux produits, avec une réussite qui l'autorise à pavoiser.**

Lors d'un évènement sportif, dans un salon professionnel, devant un magasin ou sur le fronton de l'hôtel de ville, les produits Faber France sont visibles un peu partout, mais peu de gens reconnaissent la marque. Leader français du pavoisement, cette entreprise nordiste Implantée à Wavrin et créée il y a 25 ans, est surtout connue pour ses drapeaux, notamment parce qu'elle fait partie des fournisseurs de l'administration française. Pourtant, Faber France n'est pas qu'un simple fabriquant de drapeaux, mais un pionnier de l'Impression textile et un poids lourd du matériel publicitaire.

A l'origine de cette société, Patrice Verley. En 1989, il constate qu'alors que le secteur du pavoisement se développait beaucoup dans le nord de l'Europe, il restait une part de marché inexploitée en France. Seul à ses débuts, il entre en contact avec la famille hollandaise Faber qui travaille dans l'Impression textile depuis 1925 et dont la réputation en la matière n'est plus à faire. Elle participe au financement et au développement de l'entreprise et lui propose même d'utiliser son nom comme référence. Majoritaire dans le capital de Faber France. Elle cédera au fur et à mesure du développement de la société ses parts à Patrice Verley, jusqu'à sortir du capital fin 2013.

Très vite, l'entreprise ne se contente plus de fournir des pièces de pavoisement et propose les mâts et accessoires adaptés à ses drapeaux. Des pièces usinées par des entreprises locales « *selon nos cahiers des charges. On maîtrise donc la qualité* » précise à *France Soir l'e-mag* Jean-Baptiste Le Bigot, directeur général associé de Faber France. Puis c'est au tour du pavoisement léger. Un produit qui permet au client de s'affranchir des accessoires massifs et à Faber d'augmenter sa part de marché auprès de clients très différents : *ça peut aussi bien être le groupe Total ou une grande marque de brasserie que le resto du coin* » poursuit Jean-Baptiste Le Bigot.

### Numérique et qualité

Se considérant pourtant comme trop « *monoproduit* », l'entreprise décide par la suite d'utiliser ses compétences en matière de tissus imprimés et personnalisés pour la réalisation d'autres supports. En 2011, Faber se lance donc dans le mobilier personnalisable (canapés, chaises longues, tables...), sous la marque Advertible, ainsi que les parasols publicitaires,

L'impression numérique permet à l'entreprise d'assurer la livraison des pièces commandées en quatre ou cinq jours en moyenne. Mais ce n'est pas son seul argument pour résister à la crise et à la concurrence étrangère, en plus de fournir une gamme complète de services (installation, maintenance et location), Faber France mise sur la proximité avec le client mais surtout sur la Qualité des matériaux et des services. « *Lorsqu'on annonce un délai, on le tient. La qualité, le client ne s'y trompe pas et nous avons récupéré pas mal de déçus de l'Asie* ».

La réussite de Faber France permet à l'entreprise de faire travailler 48 personnes et de générer un chiffre d'affaires de 13 millions d'euros. Sur le dernier exercice, la croissance de la société a -marqué le pas- en

raison du développement des nouveaux produits. Son chiffre d'affaires n'a donc augmenté que de 7% depuis septembre 2013. Et, bien que la grande majorité de sa production s'articule au tour du matériel publicitaire (les drapeaux nationaux ou institutionnels ne représentent que 5% des ventes). il est également possible de commander des pièces à l'unité pour un usage personnel.

En savoir plus : [Le site de Faber France.](#)