



LILLE

## Le groupe Faber rassemble ses marques sous le nom Specimade



Depuis le siège de Wavrin (Nord), rénové il y a deux ans et demi, Georges Charlet et Loïc Wattraint président aux destinées du groupe Faber, renommé Specimade. —  
Photo : Specimade

**L**e groupe Faber, spécialiste de la fabrication de supports de communication sur-mesure, basé à Wavrin, près de Lille, réunit ses marques sous le nom de Specimade. L'aboutissement d'un travail de structuration pour devenir un acteur majeur en Europe.

Dans l'atelier de fabrication de supports de communication sur-mesure, les couturières s'affairent autour d'une commande de drapeaux aux couleurs de l'Ukraine. "La demande explose, raconte Loïc Wattraint, codirigeant du groupe lillois Faber. Si la fabrication de pavoisement (drapeaux, banderoles et calicots) est ici historique, l'industriel propose désormais une offre globale de solutions visuelles personnalisables et multimatériaux, souples et rigides.

Des savoir-faire que l'on retrouve désormais sous le nom de Specimade, société chapeau qui coiffe trois marques : Faber

France (signalétique, publicité sur lieu de vente, supports événementiels), AGC (solutions de merchandising et décoration) et MDS (installation, pose et maintenance de supports visuels). "Specimade évoque nos deux piliers : 'speci', pour l'ultra-personnalisation des produits, et 'made', pour le savoir-faire du fabricant", explique Georges Charlet, l'autre dirigeant du groupe.

### Travail de structuration

Pour les repreneurs du groupe familial Faber en 2015, cette évolution d'identité marque une nouvelle étape. Il achève d'abord un travail de structuration pour devenir un acteur majeur en Europe. Dès 2016, en plus des sites de production de Wavrin et d'Avelin, dans le Nord, ils se sont dotés d'une usine en Pologne. De quoi augmenter de plus du double la capacité de fabrication du groupe (20 000 commandes par an, plus d'un million de supports visuels imprimés par an via 17 machines d'impression numérique). En Europe de l'Est sont fabriquées les grandes séries, quand les usines nordistes se consacrent "aux moutons à cinq pattes". L'outil de production régional permet par ailleurs de répondre avec agilité à des demandes toujours plus urgentes.

En 2019, le groupe Faber s'est aussi consolidé en prenant une participation dans Pixelight, spécialiste des écrans Led, puis a acquis AGC PLV en 2020. Une croissance que les deux dirigeants souhaitent aujourd'hui poursuivre sous leur nouvelle bannière, en interne et pourquoi pas via d'autres croissances externes sur des métiers complémentaires.

### Miser sur la proximité

Fort d'un effectif de 170 collaborateurs, Specimade a connu une croissance de 25 % de son chiffre d'affaires ces quatre dernières années pour atteindre 22 millions d'euros en 2021. "Nous comptons 7 000 clients actifs, de la boulangerie à la grande chaîne de retail en passant par les agences de création", détaille Georges Charlet. Il cible aussi les grands événements et les appels d'offres, comme ceux des Jeux de Paris 2024.

Fiers de leur outil industriel régional, les patrons misent avant tout sur un sourcing auprès de partenaires de proximité. Manière aussi de promouvoir une production responsable, cœur de leur stratégie RSE. Valorisation des déchets de matières premières et tri guident les ateliers, quand le bureau d'études s'attelle à éco-concevoir au maximum les ré-

férences. "Le virage est pris, nous sommes prêts à répondre aux besoins de nos clients sur

ce créneau", se réjouit Loïc Wattraint. Un créneau stratégique et différenciant. ■

*Par Julie Dumez,*

