

Pépité

Figarol, une compétence textile française

Il est rare qu'un sous-traitant consente à ouvrir les portes de son atelier à la presse. Le 21 décembre dernier, nous étions pourtant chez l'imprimeur Figarol, en compagnie de Frédéric Roux, son Pdg. A la découverte d'une petite « pépité » française qui depuis deux ans fait parler d'elle.

Oa première fois que nous avons entendu parler de Figarol, c'était en septembre 2014. L'imprimeur jusqu'ici très discret annonçait une première mondiale, le lancement d'une machine d'impression textile par sublimation en 5 mètres de laize. Presse quotidienne régionale, presse nationale, presse professionnelle, l'imprimeur de Saint-Pierre-des-Corps (37) était partout. Y compris sur le fil de l'AFP.

Février 2016, deuxième grande campagne de presse. L'imprimeur revient sur le devant de la scène pour une réalisation hors-normes : le nouveau MacDonald des Champs-Élysées mis en scène

par le designer Patrice Norguet. Le spécialiste de l'agencement et partenaire de McDonald's France depuis de nombreuses années Postforming a fait appel à Figarol pour réaliser une accumulation spectaculaire de boîtes de lumière. Le résultat, que l'on découvre à travers une immense baie vitrée, offre un panorama de 180 degrés sur la plus belle avenue du monde. Et donne une visibilité maximale à l'entreprise tourangelle. Sur place, on est fier de l'enfant du pays. « MacDo rénové par des Tourangeaux », titre La Nouvelle République.

« Une jolie petite pépité »

Lorsqu'il rachète Figarol en 2012, le Pdg du groupe Faire-Valoir,

Frédéric Roux, sait qu'il a entre les mains « une jolie petite pépité ». Ce sont ses mots. Il connaît bien l'entreprise, Figarol est un de ses partenaires historiques. Acteur important de la sous-traitance en impression numérique en France, Norbert Figarol, qui a fondé sa société en 1976, est ce que l'on appelle un précurseur. En sa qualité de photographe, il a compris avant tout le monde que l'impression numérique allait introduire une rupture technologique majeure

4 millions de CA

dans le monde de la photo, mais aussi de la communication visuelle. Dans les années 2000, toujours à l'écoute, il ne rate pas non plus le virage de l'impression textile. « Il ira même jusqu'à mettre au point son premier traceur en 3,20 m de laize », rappelle Frédéric Roux.

Au moment du rachat en 2012, la « jolie petite pépité » est devenue une « jolie petite pépité textile ». Pour Frédéric Roux, c'est une belle opportunité. Acquérir Figarol lui permettra de garder une longueur d'avance sur le marché tout en diversifiant les activités du groupe qu'il dirige avec son épouse Mathilde Roux, et qui comprend déjà la société



300 m² par heure



Améga, une entité dédiée à l'impression numérique sur supports rigides et spécialisée dans la théâtralisation d'espaces, et Iméga spécialisée dans la pose. Ne manquait plus que l'impression sur supports souples : ce sera de l'impression textile par sublimation.

Pour développer l'entreprise, Frédéric Roux emprunte le même chemin que son illustre prédécesseur. « Imprimer du textile en 3,20 m de laize n'était plus suffisant, surtout pour nous qui travaillions dans l'événementiel. Le marché ne nous fournissant pas de solution, nous avons décidé de nous débrouiller seuls ». La Figatex 5000, première machine d'impression textile par sublimation en 5 m de laize voit le jour en septembre 2014, après plus de deux de recherche et 400 000 euros d'investissements. Le fabricant d'encres Sawgrass est partenaire de l'opération ainsi que les équipes du constructeur Monti Antonio qui conçoivent, pour Figarol, la première calandre disponible en 5 mètres.

« Une innovation reprise par l'industrie »

« C'était un vrai pari mais l'histoire nous a donné raison », se félicite aujourd'hui le Pdg. Dans son atelier niché en bord de



Mathilde Roux

« C'est un vrai défi qui nécessite beaucoup de compétences acquises au fil du temps »

Frédéric Roux



Loire trône la nouvelle Durst Rhotex 500 capable de produire à une cadence de 300 m² par heure, quand la Figatex tournait au départ à 15 m²/h. L'industrie est désormais sur le coup. Le premier constructeur à réagir a été Durst. Le second est Reggiani avec l'annonce ces jours-ci d'une nouvelle machine en 5 mètres. Installée en mai 2016, la Durst tourne à plein régime. Figarol est

l'unique imprimeur français à la posséder et seules deux autres machines ont été installées à ce jour en Europe, une en Allemagne et une autre en Hollande.

« La machine ne fait pas tout »

Figarol n'est donc plus le seul à pouvoir imprimer en 5 mètres. Frédéric Roux reste cependant

confiant. Il voit dans l'arrivée sur le marché de ces nouvelles solutions le signe qu'il a fait les bons choix stratégiques. Et puis la machine ne fait pas tout. « Techniquement, l'impression en sublimation en grande laize n'est pas donnée à tout le monde. C'est un vrai défi qui nécessite beaucoup de compétences acquises au fil du temps. Il faut faire son chemin. Ce n'est pas simplement une impression plus grande, les problèmes sont exponentiels. Chez Figarol, il nous a fallu deux ans pour maîtriser la production et nous ne partions pas de zéro », indique-t-il.

27 salariés

Aujourd'hui Figarol travaille essentiellement pour des acteurs du monde de la décoration. « Avec l'impression textile par sublimation, nous parlons d'impression bien-être, sans COV*, ce qui est un véritable atout pour nos clients. Nous réalisons actuellement plus de 80 % de nos commandes en sublimation, le reste en UV. Courant 2017, nous serons à 100 % ». La dernière machine UV partie, il y aura donc une place dans l'atelier pour accueillir une nouvelle machine ? « C'est effectivement au programme », confirme le dirigeant.

Cécile Jarry

* Composés Organiques Volatiles



« Nous réalisons actuellement plus de 80 % de nos commandes en sublimation, le reste en UV »

Forte de 27 salariés et d'un chiffre d'affaires de 4 millions d'euros, la petite « pépité » du groupe Faire-Valoir (7 millions de CA et 47 salariés) porte bien ses quarante ans. Son envie d'innover reste intacte et ses perspectives de développement sont désormais européennes. « Nous poursuivons notre plan d'investissement d'1,2 million d'euros. Nous avons également recruté une personne pour nous développer à l'export avec déjà des commandes en Belgique, Hollande, Allemagne et Angleterre », précise Frédéric Roux.