

100 ANS



**DOSSIER DE PRESSE**

1918 - 2018



## ÉDITO

---

100 ans après la création de la marque, l'outillage à main est toujours aussi important dans la fabrication, la maintenance, l'entretien et la réparation.

**FACOM** s'est créée en France, c'est son point d'ancrage. Et assez rapidement, elle s'est développée dans les pays à culture francophone (Benelux, Maghreb, Suisse) et puis à l'international avec de très belles percées en Ibérie et dans des pays comme l'Inde, le Japon, l'Australie, la Nouvelle-Zélande... Ce développement, nous le devons surtout à André Mosès, le fils du fondateur de l'entreprise, car il a instauré des valeurs qui ne se sont jamais perdues même à la suite du rachat par le groupe américain **Stanley Black & Decker** en 2006. Au final, la passion, l'humilité et l'engagement ont toujours été au cœur de la société, à travers les hommes et les femmes qui portent ces valeurs. »

**Yves Antier**

Président de **FACOM** depuis 2013

Directeur Général **Stanley Black & Decker France**

## 100 ANS D'INNOVATION

### En 2018, FACOM rejoint le cercle fermé des grandes marques centenaires.

Ce centenaire est une belle opportunité pour l'entreprise de réaffirmer son attachement durable à la vision et aux valeurs originelles de la marque : « *offrir aux professionnels d'un grand nombre de secteurs des outils innovants et de qualité conçus pour augmenter leurs performances en toute sécurité* ».

À l'écoute des professionnels, **FACOM** est aujourd'hui le leader européen de l'outillage à main avec plus de 9000 références de solutions de rangement, d'outillage à main et d'outillage spécialisé (automobile, électricité, aéronautique). **FACOM** est reconnue à l'international comme un fabricant concepteur d'outillage professionnel.

Pour fêter dignement ce centenaire, elle donne rendez-vous à ses utilisateurs tout au long de cette année : événements hors normes, surprises, expériences inédites... **2018 promet de belles rencontres !**

### DANS CE DOSSIER, VOUS TROUVEREZ :

#### 1 - L'ESSENTIEL DES 100 ANS

- > **FACOMMUNAUTÉ** ..... p5
- > Projet Mustang ..... p7
- > Le livre ..... p8
- > Le catalogue ..... p8
- > Les outils siglés ..... p9

#### 2 - LA SUCCESS STORY FACOM

- > **FACOM**, de 1918 à 2018 ..... p 12
- > L'innovation au cœur de son développement ..... p 14
- > Aux côtés des grands pilotes ..... p 15

A large, abstract graphic on the left side of the page, consisting of numerous thin, concentric, curved lines that create a sense of depth and movement, resembling a stylized 'C' or a spiral.

# L'ESSENTIEL DES 100 ANS

---



« **FACOM** bénéficie d'une réputation et d'un engouement extraordinaires. Nous nous sommes aperçus que si l'on publiait sur le web quelque chose d'assez technique, en expliquant ce que nous pouvions résoudre comme problématique, le nombre de personnes réagissant était incroyable !

Nous avons une opportunité de continuer à engager, non seulement les clients fidèles depuis de nombreuses années, mais aussi les plus jeunes générations. C'est ainsi que nous avons créé la **FACOMMUNAUTÉ**, une communauté d'utilisateurs **FACOM**, où chacun pourra partager, découvrir et échanger autour de notre marque. »

**Yves Antier**, Directeur Général  
**Stanley Black & Decker France**

## FACOM RASSEMBLE AVEC LA FACOMMUNAUTÉ !

Un rendez-vous de passionnés, un lieu d'échange de spécialistes, une relation innovante.

La proximité que **FACOM** entretient avec ses utilisateurs a toujours été l'une de ses plus grandes forces. Cette relation évolue en 2018 à travers la **FACOMMUNAUTÉ**. Comme son nom l'indique, cette communauté **FACOM** réunit tous les utilisateurs, qu'ils soient professionnels, bricoleurs, partenaires ou tout simplement passionnés. 100% digital, il s'agit d'un espace dédié où ils pourront se retrouver, interagir, poster, commenter... Il s'organise autour d'un forum, d'exclusivités, de promotions etc. Il est aussi lié à un système de récompense révolutionnaire basé sur les interactions des membres sur le web, les réseaux sociaux et dans les points de vente.

Quand il s'agit d'innovation, **FACOM** se place en précurseur ! Avec la **FACOMMUNAUTÉ**, la marque fait le pari fou d'établir une nouvelle relation avec ses utilisateurs et de réunir plusieurs dizaines de milliers de membres d'ici 6 mois.

## Un dispositif de fidélisation révolutionnaire : du point de vente aux réseaux sociaux !

**FACOM** propose aux utilisateurs un dispositif de fidélisation innovant qui leur attribue des points en fonction de TOUTES les interactions avec les pages Facebook et Youtube de la marque. Ainsi, chaque action rapporte des points : aimer, commenter ou partager des posts sur les réseaux sociaux, parrainer un proche, et surtout se géolocaliser avec l'application mobile depuis les points de vente (en scannant un QR code sur une PLV ou tout simplement avec la fonction « Je me géolocalise » de votre application) ! Ces interactions entraînent un gain de points qui pourra être converti en bons cadeaux sur la boutique de lots. Ce système de fidélisation répond aux enjeux actuels : utiliser le digital de manière ludique et créative !



**FACOM** a fait appel à 3 grands noms du sport mécanique pour devenir les ambassadeurs de la **FACOMMUNAUTÉ** : Johann Zarco, pilote de moto, Guerlain Chicherit, pilote de rallye cross et Sarah Lezito, considérée comme la meilleure pilote de moto du monde, en stunt. Chargés de l'animation, ils représentent et font vivre la communauté **FACOM**.

## UNE MUSTANG FASTBACK DE 1967 À GAGNER POUR LES 100 ANS !

Pour remercier les utilisateurs de la marque de leur soutien, **FACOM** met en jeu un cadeau exceptionnel : une Mustang Fastback 1967, entièrement rénovée avec des outils... **FACOM** ! Un tirage au sort sera mis en place courant 2019. Pour la gagner, une seule condition, faire partie de la **FACOMMUNAUTÉ** et cumuler un minimum de 500 points !



Photo non contractuelle

Pour découvrir la **FACOMMUNAUTÉ**, rendez-vous sur : [www.facommunaute.fr](http://www.facommunaute.fr)

### Je suis membre de la **FACOMMUNAUTÉ**

en m'inscrivant sur le site [www.facommunaute.fr](http://www.facommunaute.fr)



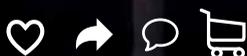
#### JE SUIS ACTIF

sur les réseaux sociaux & en magasin



#### JE CUMULE DES POINTS

en interagissant avec la marque



#### JE GAGNE DES CADEAUX

en convertissant mes points en cadeaux ou bons de réduction et je tente ma chance au tirage au sort pour la Mustang



## LE PROJET MUSTANG

L'idée émerge en 2017, quand les services Marketing, Produit et Communication pensent à un projet de grande ampleur pour fêter comme il se doit les 100 ans de la marque.

**Restaurer entièrement une vieille voiture avec des outils FACOM!** Et cette voiture est une Mustang Fastback 1967.

Pourquoi? Car il s'agit d'un modèle légendaire, immortalisé au cinéma et vénéré par les collectionneurs.

Mais surtout, la Mustang Fastback de 1967 marque un renouveau pour ces voitures avec un style rafraîchi et un look plus sportif et agressif. Ce nouveau design plus viril séduit de nombreux jeunes actifs et rajeunit l'image de la marque, à une époque où les américains issus du baby-boom se lassent des grosses voitures lourdes et massives.

**FACOM** acquiert donc une Mustang du modèle souhaité, en l'état, et passe l'année à la restaurer en s'appuyant sur des professionnels de la rénovation d'anciens véhicules : Classic Affairs et le Garage De R.E.Y.

Présentée pour la première fois au public lors de la dernière édition du Salon Equip'Auto alors qu'elle n'est pas totalement finalisée, les étudiants en mécanique des Lycées Condorcet (Montreuil) et Cugnot (Neuilly s/Seine) travaillent en direct sur le stand **FACOM** aux derniers montages et réparations.



**La Mustang FACOM** sera présentée en exclusivité au public et à la presse lors du **Mans Classic**, événement incontournable du monde automobile. **Du 6 au 8 juillet 2018**, ils auront ainsi la chance de la découvrir lors d'un des événements les plus mythiques de France.

Ce véhicule légendaire totalement rénové aux couleurs de la marque est le porte-drapeau qui illustre si bien **100 ANS DE PASSION PARTAGÉE**. Et pour cette occasion exceptionnelle, elle est aussi **LE** cadeau mis en jeu via la **FACOMMUNAUTÉ**.



## UN LIVRE UNIQUE

Des mois de préparation et des dizaines de collaborateurs auront été nécessaires pour donner naissance au tout premier livre **FACOM** ! Interviews de grands dirigeants, anecdotes, chiffres clefs, les lecteurs pourront retrouver tout ce qui a fait **FACOM** dans un livre de plus de 100 pages.



## F18, LE CATALOGUE DES 100 ANS FACOM !

Comme à l'accoutumée, **FACOM** renouvelle son catalogue, véritable « bible » de l'outillage. Cette nouvelle édition est aussi l'occasion d'accompagner la marque sur le digital puisqu'en plus de la version papier, le catalogue sera accessible en septembre sur l'application mobile et dès à présent via le site Internet. Chaque produit est associé à un QR Code ouvrant l'accès à un contenu additionnel en ligne. De nouvelles gammes font leur entrée dans cette 19<sup>e</sup> édition : les séries **FLUO**, **RFID** et **SLS**.

**Poids :** 2,1 kg  
**Nombre de pages :** 1 250  
**Nombre de références :** 9 000  
**Tirage :** 319 000 exemplaires en 8 langues



## APPLICATION MOBILE FACOM

Lancée dès le 15 mai, l'application **FACOM** permettra d'accéder à la **FACOMMUNAUTÉ**, de gagner des points et de les échanger contre des cadeaux.

En septembre, l'application mobile intégrera la version digitale du catalogue. Pour la première fois, l'expérience physique du catalogue est reliée à sa version digitale grâce au QR Code de chaque référence.



## DES OUTILS EN SÉRIE LIMITÉE

Pour célébrer cet événement exceptionnel, certains des produits emblématiques de la marque ont été repensés pour une série limitée : servantes ROLL et JET, coffret cliquet NANO, boîte à outils, pince ou encore jeu de clés mixtes, arborent tous le logo des 100 ans ainsi qu'un design spécifique.

### Servantes



### Boîte à outils



### Coffret à cliquet Nano



### Un merchandising inédit

A large, abstract graphic on the left side of the page, consisting of numerous thin, concentric, curved lines that create a sense of depth and movement, resembling a stylized 'C' or a tunnel effect.

# LA SUCCESS STORY FACOM

---

## DATES CLEFS

- 1918** - création de la société Franco-Américaine de Construction d'Outillage Mécanique, spécialisée dans l'outillage à main
- 1924** - distribution du premier catalogue
- 1946** - premier camion de démonstration
- 1952** - innovation avec la garantie à vie
- 1960** - la marque est considérée comme le leader français du secteur outillage à main professionnel
- 1970** - création de la filiale belge et de la filiale allemande. Suivront les filiales italienne (1971), anglaise et hollandaise (1977), suisse (1981), américaine (1982) et espagnole (1988)
- 1983** - rang de n°1 européen, 3<sup>e</sup> sur le plan mondial
- 2006** - rachat par **Stanley**
- 2012** - fusion **Stanley Black & Decker**
- 2018** - **FACOM** à 100 ans

## CHIFFRES CLEFS

**5 500**

points de ventes  
dans 120 pays

**9** usines en Europe  
dont 5 en France

**50 000**

collaborateurs  
à travers le monde

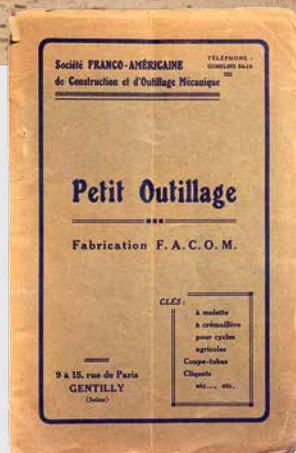
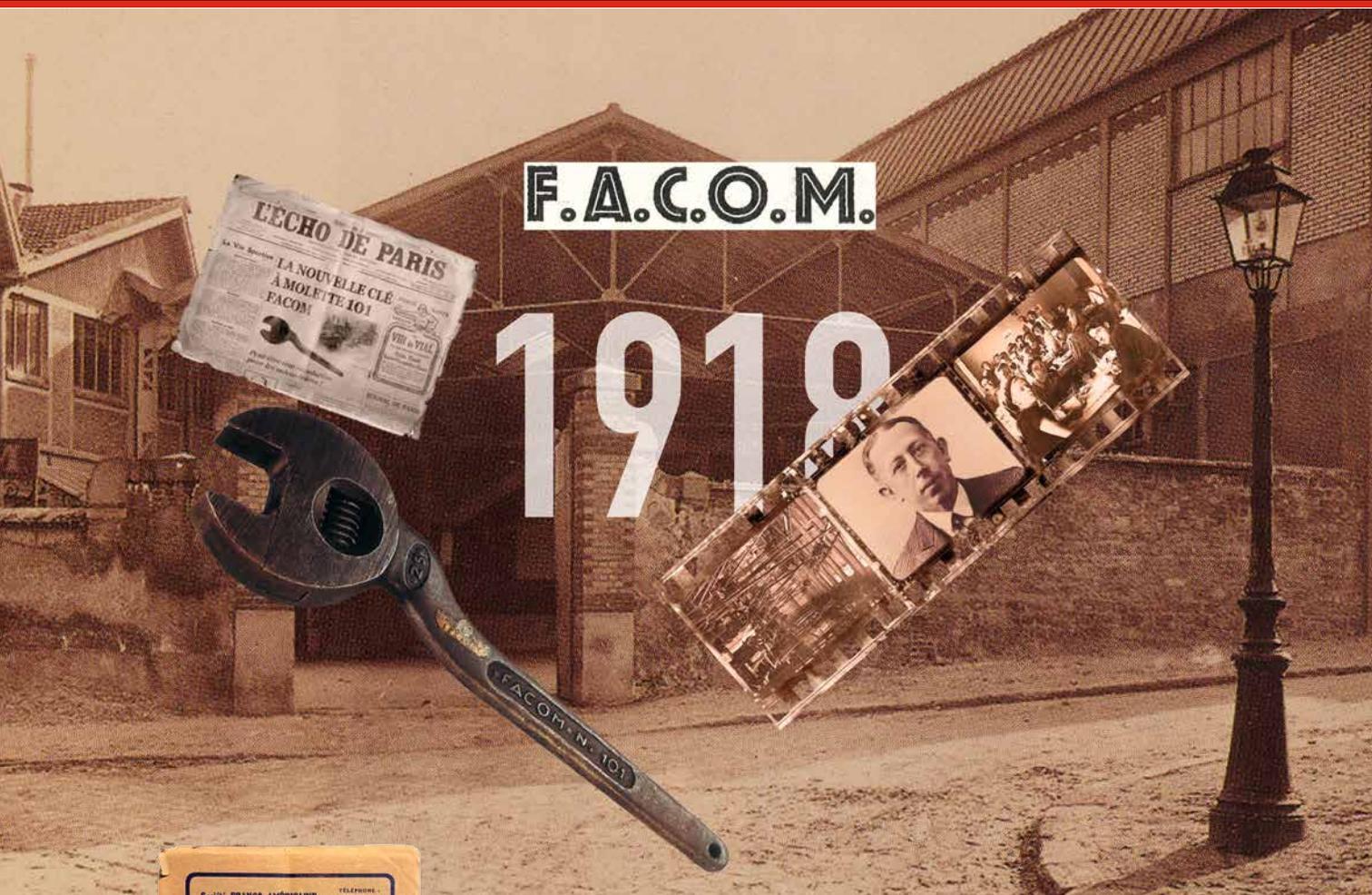
**9 000**

références d'outils

**+ de 200** salariés  
dédiés à la recherche  
et au développement

**+ de 60 %**

des outils fabriqués  
dans des usines **FACOM**  
et du groupe **Stanley  
Black & Decker**  
en France et en Europe



## LE SUCCÈS DES PREMIERS JOURS

Le 8 mai 1918, un jeune ingénieur des Arts et Manufactures, Louis Mosès, crée, avec quelques parents et amis, la société **Franco-Américaine de Construction d'Outillage Mécanique**, spécialisée dans l'outillage à main. Les initiales **FACOM** s'imposeront par la suite...

La Première Guerre mondiale a définitivement consacré le triomphe de la mécanique et de la technique sur la force et le courage des hommes. Les machines vont révolutionner le monde du travail comme elles ont bouleversé l'art des batailles.

À deux pas de la gare de Lyon, dans la chaleur d'un petit atelier, dans le fracas du métal qu'on martèle et dans le sifflement de l'acier qu'on trempe, naît une petite clé de serrage, trente centimètres de long et deux mâchoires arrondies, en acier forgé, à l'extrémité d'un simple manche en fonte des Ardennes... La première clé produite par « la » **FACOM** est un modèle unique, rustique, simplement bruni. Ce sera, pendant un an, la seule production de l'entreprise. Sous le nom de code de « clé 101 », plus familièrement « Madame 101 », cette clé à molette sera vendue aux compagnies de chemins de fer de l'époque.

## DE PARIS À L'INTERNATIONAL, UNE ÉVOLUTION NATURELLE

Puis, la production de **FACOM** se diversifie peu à peu, passant de son unique clé à plus de 4000 références en 1972 pour atteindre les 9000 aujourd'hui. Avec le développement de son offre vient aussi les nombreuses innovations de la marque qui lui confèrent une place de choix aux yeux des utilisateurs : la relation qui lie **FACOM** à ses clients est forte et unique. Tellement forte que la marque rayonne au-delà des frontières et s'impose naturellement comme n°1 des fabricants d'outillage à main en Europe, quand elle est 3<sup>e</sup> sur le plan mondial.

À chaque nouveau lancement, commercial ou marketing, **FACOM** promet de mieux servir les professionnels de tous les métiers, renforcer leurs performances et améliorer la qualité de leur travail quotidien. Des valeurs qui lui ont permis de se placer comme leader dont la notoriété et l'image ne sont plus à prouver !



## S'ANCRER SUR LE TERRITOIRE FRANÇAIS

Sur les 9 usines européennes, 5 sont implantées en France, pour des raisons de compétences techniques difficilement exportables, et pour des raisons de proximité. Ces usines françaises sont une véritable opportunité pour **FACOM**. Sa volonté ? Les recentrer par domaine de compétence et offrir ainsi une qualité et une productivité irréprochables pour chaque pièce, de la première à la dernière série d'unités. Mais au-delà d'être des sites de production, ce sont surtout des usines créatrices où des ingénieurs de conception et d'industrialisation, directement intégrés au sein des sites, sont forces de proposition au niveau de l'innovation et de l'amélioration.

Fabriquer au plus près de ses utilisateurs permet également de réagir rapidement aux demandes des clients. Si l'un d'eux souhaite une personnalisation d'une servante par exemple, il sera plus facile de modifier la chaîne de production que si l'usine se trouvait à l'autre bout du monde. Aujourd'hui, plus des 2/3 des outils **FACOM** sont fabriqués en Europe.

« Celui qui innove est nécessairement n°1 sur son marché. L'innovation distingue les leaders des suiveurs. Elle repose sur trois composantes : une stratégie pour la concevoir, un expert pour la conduire et un processus ou une marche à suivre pour guider l'ensemble. »

**Jim Loree,**  
PDG du groupe  
**Stanley Black & Decker**

« Nous ne nous arrêtons pas à la définition de l'outil en lui-même, nous allons plus loin. C'est en discutant avec les utilisateurs des problèmes qu'ils rencontrent avec tel ou tel produit que nous pouvons travailler avec eux et définir ensemble quel est l'outil le plus adapté pour permettre de faire leur travail dans de bonnes conditions. »

**Yves Antier,**  
Directeur Général  
**Stanley Black & Decker France**

## UNE MARQUE QUI CHALLENGE LE MARCHÉ...

Depuis ses débuts, **FACOM** est reconnue pour la qualité de ses outils, leur fiabilité, leur longévité et leur efficacité. C'est d'ailleurs à travers la garantie « à vie » qu'elle prouve sa légitimité. Mais la marque est aussi reconnue pour son sens du service et sa proximité avec les utilisateurs. La compétitivité de ses produits et les bénéfiques consommateurs qu'ils procurent lui permettent d'instaurer une relation très forte avec tous ses utilisateurs, relation qui perdure depuis des décennies et qui ancre la marque dans le cœur des Français.

Au cœur des grandes aventures du XX<sup>e</sup> siècle, **FACOM** a accompagné de nombreuses avancées du monde moderne : de la reconstruction d'après-guerres, au développement de l'aéronautique, du rail ou de l'automobile (Concorde, TGV, aérospatiale...).



## L'OBSESSION DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

L'échange avec l'utilisateur a toujours été une obsession pour la marque. Avoir une interaction avec les partenaires à chaque étape de la commercialisation d'un produit lui permet d'identifier les points d'amélioration pour proposer ensuite des solutions toujours plus adaptées.

Tous les atouts de l'entreprise sont d'ailleurs liés à l'expérience client : le catalogue, la qualité des produits, la garantie à vie et surtout, les camions de démonstration. À l'époque, la famille Mosès avait déjà compris qu'elle devait se développer grâce à la distribution professionnelle et a donc mis en place les célèbres camions **FACOM** pour être à l'écoute et accompagner l'utilisateur final, le conseiller et vérifier ainsi que le produit corresponde au besoin.





Au fil des ans, **FACOM** a su établir une relation de confiance avec les professionnels des différents sports mécaniques, qu'ils soient dans l'automobile, la moto, les camions, les kartings etc. ou sur tous types de circuits, routes, pistes ou chemins.

## AUX CÔTÉS DES GRANDS PILOTES

Quintuple champion du monde de Formule 1™ dans les années 1950, l'Argentin Juan Manuel Fangio assurait la promotion du catalogue FACOM dans les années 1960. Quelques années plus tard, Alain Prost effectuait ses premiers réglages en Formule 1™ avec des outils **FACOM**. Sur les routes du championnat du monde des rallyes, Sébastien Loeb a également défendu les couleurs rouge et noire de la marque.

**FACOM** collabore aussi avec les constructeurs, comme le Britannique McLaren qui souhaitait des outils en titane, métal léger et précieux, pour équiper son fameux modèle F1. **FACOM** a relevé le défi en fabriquant une série spéciale, limitée à 300 exemplaires, unique au monde.

Le MotoGP™ est le Championnat du Monde de motocyclisme le plus prestigieux, avec une saison de plusieurs dizaines de courses réparties sur plus de dix pays, quatre continents, et avec une retransmission télé internationale. Depuis plusieurs années, l'équipe de mécaniciens de Monster Yamaha Tech3, seule écurie française du plateau, travaille avec des outils **FACOM**, que ce soit dans les box pendant les grands prix, ou dans leurs ateliers où les motos sont préparées. En 2017, Johann Zarco, figure montante du MotoGP™, intègre l'écurie Tech3 et termine l'année avec le prix de meilleur jeune pilote dans la catégorie, et meilleur pilote indépendant. En 2018, il est l'ambassadeur de la marque sur les circuits européens.

100 ANS

