



REVUE DE PRESSE

2024

Table des matières

| | |
|---|-----------|
| JANVIER 2024 | 6 |
| Caractère - 08 janvier 2024 | 6 |
| Hélio Print impactée par la flambée des prix de l'énergie | 6 |
| Crazy radio - 17 janvier 2024 | 8 |
| Seine-et-Marne : A Mary-sur-Marne, l'entreprise REVO forme les candidats aux technologies de demain ! | 8 |
| Deutscher Drucker- 25 janvier 2024 | 11 |
| Cure de jouvence pour TSB | 11 |
| Caractère - 29 janvier 2024 | 19 |
| CIMP, filiale du Groupe Riccobono, décroche un nouveau marché | 19 |
| FEVRIER 2024 | 20 |
| Caractère - 05 février 2024 | 20 |
| Le Tarn libre » imprimé et routé par le centre CIMP | 20 |
| La Lettre - 07 février 2024 | 21 |
| Louis Dreyfus mandate un cabinet de conseil sur l'avenir industriel de la filière | 21 |
| La Correspondance de la Presse - 08 février 2024 | 22 |
| Le quotidien des médias : les médias vus à travers la presse | 22 |
| Libre.ECO – 09 février 2024 | 25 |
| Distribution des journaux : des choix qui pourraient coûter cher | 25 |
| La Voix du Nord – 26 février 2024 | 30 |
| Pour perdurer, Lenglet produira des protections urinaires | 30 |
| MARS 2024 | 31 |
| Caractère - 01 mars 2024 | 31 |
| CIMP décroche de nouveaux marchés | 31 |
| Caractère - 04 mars 2024 | 32 |
| Lenglet Imprimeurs se diversifi protections urinaires | 32 |
| Caractère - 04 mars 2024 | 33 |
| Le Groupe Riccobono s'engage dans une démarche de labellisation RSE | 33 |
| La Voix du Nord - 04 mars 2024 | 34 |
| La diversification Lenglet ne tourne pas la page du prospectus mais fera aussi dans l'hygiène | 34 |
| Les Clés de la Presse - 05 mars 2024 | 35 |
| Riccobono se lance dans un programme de labellisation RSE | 35 |
| La Correspondance de la Presse - 05 mars 2024 | 36 |

| | |
|---|-----------|
| Le Groupe Riccobono démarre un programme de labellisation RSE avec Positive Company | 36 |
| La Correspondance de la Presse - 22 mars 2024 | 37 |
| M. Arnaud Guibert rejoint Proximy en tant que directeur des opérations et de l'ingénierie | 37 |
| Les Echos - 27 mars 2024 | 38 |
| Lenglet Imprimeurs se diversifie | 38 |
| Caractère Magazine - mars 2024 | 39 |
| Groupe Riccobono entame sa démarche RSE avec Positive Company | 39 |
| Caractère Magazine - mars 2024 | 40 |
| Lenglet Imprimeurs se diversifie vers les protections urinaires | 40 |
| AVRIL 2024 | 41 |
| Caractère - 08 avril 2024 | 41 |
| L'imprimerie allemande TSB menacée, Hélio Print en restructuration. | 41 |
| Caractère - 22 avril 2024 | 42 |
| Euclès Daily s'équipe d'une encartreuse-piqueuse performante | 42 |
| Graphiline.com 25 avril 2024 | 43 |
| Nouvelle ligne d'encartage chez Euclès Daily de Riccobono | 43 |
| Les Clés de la Presse - 29 Avril 2024 | 45 |
| L'option Proximy | 45 |
| Caractère – 22 avril 2024 | 46 |
| Euclès Daily s'équipe d'une encartreuse-piqueuse performante | 46 |
| MAI 2024 | 47 |
| Caractère – 13 mai 2024 | 47 |
| La nouvelle formule de « La Croix L'Hebdo », produite par Groupe Riccobono | 47 |
| Caractère – 15 mai 2024 | 48 |
| Prolonger la vie de sa rotative s'il n'est pas possible d'en changer | 48 |
| Caractère – 15 mai 2024 | 50 |
| Améliorer ses processus plutôt que la presse elle-même | 50 |
| Caractère – 15 mai 2024 | 51 |
| Les 5 clés de la durabilité | 51 |
| Caractère – 15 mai 2024 | 52 |
| POINTS DE VUE de Loïc Le Deuff, directeur de Midi Print (Groupe Riccobono) | 52 |
| Caractère – 21 mai 2024 | 53 |
| Le journal << 20 minutes>> va arrêter sa version papier, un coup dur pour ses imprimeurs | 53 |
| La Correspondance de la Presse – 21 mai 2024 | 54 |
| Distribution de la presse / Mission Soriano : vers un ambitieux accord de filière avec à la clé une profonde réorganisation centrée sur la mutualisation tant sur le plan industriel des imprimeries que de la distribution de la presse. | 54 |

| | |
|--|-----------|
| La Correspondance de la Presse – 22 mai 2024 | 58 |
| "Aides, centres de distribution... Comment le gouvernement entend réformer la presse papier" | 58 |
| Caractère – Mai 2024 | 61 |
| Euclès Daily à la Courneuve | 61 |
| JUIN 2024 | 62 |
| UNION PRESSE – Juin 2024 | 62 |
| Avenir de la distribution : une concertation pour avancer. | 62 |
| Caractère – Juin 2024 | 63 |
| L'imprimerie allemande TSB menacée Hélio Print en restructuration. | 63 |
| Caractère – 24 Juin 2024 | 64 |
| Groupe Riccobono imprime La France agricole | 64 |
| JUILLET 2024 | 65 |
| Caractère – juillet 2024 | 65 |
| Le Groupe Riccobono gagne de nouveaux marchés | 65 |
| Caractère – 08 juillet 2024 | 66 |
| Le Groupe Riccobono centralise ses processus prépresse et colorimétrique. | 66 |
| SEPTEMBRE 2024 | 67 |
| Caractère – septembre 2024 | 67 |
| Diffusion Plus, Paragon et Riccobono montent un projet pour reprendre Milee | 67 |
| Les Clés de la Presse – 09 septembre 2024 | 68 |
| Les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono se positionnent ensemble sur Milee (ex-Adrexo) | 68 |
| La Correspondance de la Presse – 10 septembre 2024 | 69 |
| Le tribunal de commerce de Marseille prononce la liquidation judiciaire de Milee, sans continuité d'activité. | 69 |
| La Correspondance de la Presse – 11 septembre 2024 | 70 |
| Milee : les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono estiment que la décision du tribunal de commerce de Marseille de prononcer la liquidation de la société met « un terme au processus de reprise ». | 70 |
| Caractère – 11 septembre 2024 | 71 |
| Riccobono a modernisé ses processus prépresse et colorimétrique. | 71 |
| La Correspondance de la Presse – 16 septembre 2024 | 73 |
| Groupe Riccobono / RSE / Compagy | 73 |
| GraphiLine Hebdo – 16 septembre 2024 | 74 |
| Point de vue / Liquidation de Milee (ex-Adrexo) : quand le cadre législatif scelle le sort d'un secteur en crise | 74 |
| Caractère – 16 septembre 2024 | 78 |
| Le tribunal de commerce met un terme à l'activité de Milee, le distributeur de courrier | 78 |

| | |
|---|-----------|
| Caractère hebdo – 23 septembre 2024 | 79 |
| Groupe Riccobono décroche le label RSE Positive Company | 79 |
| OCTOBRE 2024 | 80 |
| Caractère – 22 octobre 2024 | 80 |
| Clap de fin pour le distributeur de courrier Milee | 80 |
| La Correspondance de la Presse – 22 octobre 2024 | 81 |
| Proximy et France Routage (Groupe Riccobono) s'unissent pour proposer une solution de distribution adressée aux éditeurs de magazines et aux donneurs d'ordre en marketing direct | 81 |
| Les Clés de la Presse – 25 octobre 2024 | 82 |
| Riccobono lance une nouvelle offre de distribution adressée | 82 |
| Caractère hebdo – 28 octobre 2024 | 83 |
| Groupe Riccobono crée une solution de distribution adressée | 83 |
| La Correspondance de la Presse – 29 octobre 2024 | 84 |
| Groupe Riccobono se diversifie dans les papiers destinés aux emballages écoconçus, activité qui doit représenter 10% de son chiffre d'affaires d'ici cinq ans. | 84 |
| Les Clés de la Presse – 29 octobre 2024 | 85 |
| Riccobono mise sur l'enduction | 85 |
| NOVEMBRE 2024 | 86 |
| Caractère – novembre 2024 | 86 |
| Groupe Riccobono crée une nouvelle solution de distribution adressée | 86 |
| Graphiline– 03 novembre 2024 | 87 |
| Le Groupe Riccobono ouvre son laboratoire de recherche et développement | 87 |
| Le Mensuel éco Grand Est – 05 novembre 2024 | 89 |
| Nancy Print obtient le label Positive Compagny | 89 |
| Le Moniteur de Seine-et-Marne – 05 novembre 2024 | 90 |
| Mary-sur-Marne : Novatec Industry primée au salon All4Pack Emballage Paris | 90 |
| Caractère hebdo – 12 novembre 2024 | 91 |
| Groupe Riccobono lance un pôle Enduction et ouvre une usine à Mary-sur-Marne | 91 |
| La Marne – 13 novembre 2024 | 92 |
| Cette start-up de Seine-et-Marne primée pour son papier d'emballage innovant | 92 |
| GraphiLine Hebdo – 20 novembre 2024 | 94 |
| Groupe Riccobono : Nouvel essor avec le Pôle Enduction et les papiers thermoscellants SEP | 94 |

Janvier 2024**Caractère - 08 janvier 2024**

Hélio Print impactée par la flambée des prix de l'énergie

**ROTATIVE**

Hélio Print impactée par la flambée des prix de l'énergie

Hélio Print, société du Groupe Riccobono située à Mary-sur-Marne, en région parisienne, a été placée en redressement judiciaire le 27 novembre dernier par le tribunal de commerce de Meaux (77). Cette imprimerie, équipée de deux rotatives hélio et de rotatives offset, a été fortement impactée en 2023 par les hausses significatives des coûts énergétiques liés à un contrat EDF qui n'a pas pu être renégocié. En 2023, le coût de l'énergie a triplé, affectant l'équilibre financier de cette imprimerie déjà fragilisée par la baisse du marché des prospectus. Eric Carle, directeur du site, a déclaré que ces hausses énergétiques mettaient en danger l'entreprise. *« Nous avons donc décidé de mettre en place cet acte de gestion, en dernier recours, afin de pérenniser l'activité d'Hélio Print. »*

Obligation de redimensionner

Dans ce contexte, le groupe Riccobono travaille actuellement sur un redimensionnement de l'entreprise, en tenant compte de l'évolution du marché de la grande distribution, dans le but de poursuivre l'activité d'Hélio Print. En réponse à notre question, le groupe a précisé que la reprise de TSB, la plus grande entreprise hélio en Allemagne, en septembre dernier, n'a aucun lien avec la mise en redressement judiciaire d'Hélio Print. « *TSB est un acteur important du marché allemand, pour le marché allemand* », a-t-il indiqué. Spécialisée dans l'impression de magazines et de publicités pour la grande distribution, Hélio Print a réalisé un chiffre d'affaires de 31,7 millions d'euros en 2022. Depuis sa reprise en 2018, plus de 15 millions d'euros ont été investis en équipement et une structure (HP Brochage), dédiée à la finition des hauts volumes a été créée. Hélio Print est l'une des deux imprimeries hélio françaises du groupe Riccobono, qui a un chiffre d'affaires de 250 millions d'euros en France (310 M€ en Europe) et articule ses activités autour de quatre pôles : l'impression de la PQN et PQR, l'impression de magazines, catalogues et prospectus publicitaires, le façonnage, et la distribution et le portage. G. P.



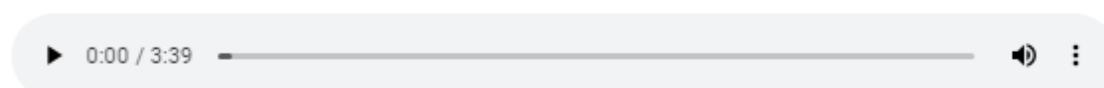
Crazy radio - 17 janvier 2024

Seine-et-Marne : A Mary-sur-Marne, l'entreprise REVO forme les candidats aux technologies de demain !

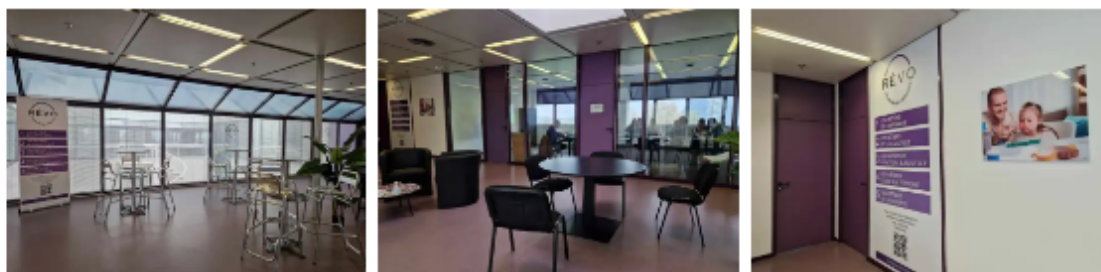


L'entreprise REVO, la formation à portée de tous. En mars dernier, **le groupe RiccoBono** ouvrait une nouvelle branche à son arc : **l'entreprise REVO**. Située à **Mary-sur-Marne** dans la Communauté de communes du Pays de l'Ourcq, l'entreprise accueille tous les profils qui souhaitent se former. **Bureautique**, logistique, **aide à la personne** et sécurité... En plus du domaine de l'imprimerie, **le centre de formation** nous accompagne dans des métiers en constante évolution. **L'entreprise REVO en parfaite harmonie avec son temps.**

Vous recherchez à vous former ? A partir de 18 ans, **le centre de formation** nous accompagne de A à Z. Comment ça marche ? « *Les gens viennent se former en fonction des besoins des entités du groupe RiccoBono. Ils viennent au centre de formation en fonction de la typologie qu'ils souhaitent. **On a des formations liées au métier de l'impression** (comme rotativiste ou sur les machines), **nous avons des formations sécurité** (SST, formation secouriste), **nous avons des formations liées à la bureautique, des formations liées à la logistique** (CACES) qui sont accessibles à tous les employés.* » Un catalogue qui devrait s'agrandir au fil des rencontres et des besoins rencontrés.



Margarette Annicette, responsable du centre de formation REVO, est au micro de Crazy Radio



Un centre de formation en mouvement. Référencé sur le compte CPF ([Mon Compte Formation](#)), **l'entreprise REVO** ouvre ses portes à toutes les personnes qui sont en soif d'apprendre. « *On a été approché par des formateurs externes indépendants qui souhaitent mettre en avant tout ce qui est en évolution. **Dans le métier de l'imprimerie, on a l'impression en 3D, l'impression numérique, nous avons aussi le métier de pilotes de drones** (capture d'images en altitude). Ce sont des formations qui sont liées à **l'évolution de la société qui tend vers le digital et le numérique.*** » Régulièrement, les formations sont effectuées par mini-groupe (moins de dix personnes) dans les locaux du centre de formation (Mary-sur-Marne). « *Toutes les personnes qui le souhaitent pourront **s'inscrire via le compte CPF** pour pouvoir se former à nos différents métiers. On essaye vraiment de trouver un moyen... **On ne lâche pas une personne formée dans la nature**, notre but est d'accompagner les personnes.* » Dans cette dynamique, **le centre de formation** aimerait les accompagner jusqu'à l'emploi avec quelques belles options.

L'entreprise REVO, la transmission accessible à tous. Parfois, un bon élément peut perdre ses moyens face à l'évolution de notre société... Après plusieurs années de bons et loyaux services, **ils sont remplacés par des personnes formées aux nouvelles technologies** (des personnes qui ne possèdent pas leur savoir-faire). Comment peut-on les accompagner ? Avec un groupe comme **RiccoBono**, une solution simple est à notre portée : la formation. *« Pour lui, la transmission de tous passe par l'information et la formation. **Il était logique de pouvoir créer un centre de formation pour respecter son engagement** : permettre la transmission au plus grand nombre. »* Les candidats sont évidemment formés par **des professionnels qualifiés**. *« Aujourd'hui, on ne peut pas rester dans un métier, si on n'est pas constamment formé parce que **la société évolue, le métier évolue**, les moyens de communication évoluent... **Si on n'a pas ce maintien de compétences, on est perdu**. C'est un constat qui se prouve sur l'ancienne génération comme sur la nouvelle. »* Pour profiter des compétences de chacun, il suffit de se former. La réponse à toutes les avancées du futur ? Pour l'instant, **l'entreprise REVO** nous apporte une première solution.

Vous cherchez à vous former ? N'hésitez pas à vous rediriger vers le centre de formation REVO. L'entreprise est située à Mary-sur-Marne (6 route de La Ferté-sous-Jouarre, à proximité de la Pyramide). Plus d'informations par mail à contact@revo-formation.com.

Deutscher Drucker

VORSTUFE · CROSS MEDIA · DRUCK · WEITERVERARBEITUNG · VERPACKUNGSPRODUKTION

Deutscher Drucker- 25 janvier 2024

Cure de jouvence pour TSB

Traduction automatique DeepL



Monsieur le Dr. Bogner et Monsieur Distler, mi-2023 la famille Bagel a vendu le groupe d'entreprises TSB à Riccobono. Comment cela s'est-il passé ? quelle décision avez-vous prise ?

Dr. Udo Bogner : En tant qu'entreprise d'héliogravure, nous avons, à la différence de l'offset rotative, mené la phase de consolidation depuis 2006 déjà. et nous voyons aujourd'hui un marché de l'impression marché consolidé dans le segment de l'héliogravure, qui va de pair avec la l'évolution du marché a également conduit le groupe TSB à a conduit à une réduction importante des capacités a entraîné une réduction des effectifs. Au cours des dernières années, nous avons fermé nos sites d'Alba (Italie) et de Munich. et nous allons également nous séparer en 2024 de notre engagement dans l'impression offset rotative. Cela signifie que nous avons aujourd'hui une entreprise très réduite. entreprise qui se trouve devant nous, qui en ce qui concerne les capacités de machines se trouve au même niveau qu'en 1998. Pour nos associés et nous en tant que directeurs la question s'est posée : pouvons-nous, avec cette taille de l'entreprise est-elle viable et à long terme, ou pouvons-nous y arriver seuls ? uniquement dans le cadre d'une joint-venture ou d'un partenariat. un partenariat stratégique ? C'est avec ces nous avons entamé des discussions avec M. Riccobono en 2022. entamé des discussions. Guillaume Riccobono voit dans ce rapprochement une réelle opportunité entrepreneuriale de participer activement à la consolidation du marché de l'impression et il a aussi le courage de le faire à l'étranger. de le faire à l'étranger. La condition préalable à un engagement de la part de Riccobono était toutefois que nous puissions mettre en place une structure légère à la BST, avoir une Nous devons avoir un taux d'occupation générer des revenus en France. La transition de Bagel à Riccobono a eu lieu en juillet. 2023 aura lieu.

Michael Distler : Une réduction possible de de six à quatre machines était prévue par le management, en cas de nouvelles réductions de volume, comme option depuis longtemps. Cette étape aurait été nécessaire même sans la fusion. nécessaire avec Riccobono aurait été nécessaire.



„Eine mögliche Reduktion von sechs auf vier Maschinen hatten wir managementseitig schon länger als Option geplant.“

MICHAEL DISTLER

“Une réduction possible de six à quatre machines, que nous avions avec la direction depuis longtemps comme option prévue”.

MICHAEL DISTLER

Qui avons-nous encore dans l'imprimerie européenne d'impression hélio de publications ?

Dr. Bogner : Après la fermeture de Prinovis Ahrensburg, il reste dans le secteur de l'héliogravure maintenant Riccobono, Bauer, Burda, Rose et Roto Sud. Walstead et Pozzoni se retirent également de l'imprimeur. se retire de l'héliogravure. Le champ des acteurs du marché est devenu très lisible et, avec avec le départ de grands acteurs du marché et la fusion avec Riccobono, il est possible d'être on peut aussi devenir leader du marché. Pour TSB, l'entrée dans le groupe Riccobono a été un signal positif. groupe est un signal de départ positif. Nous nous sentons Nous nous sentons bien et nous nous amusons, car On peut à nouveau développer de nouvelles choses. Le site était d'ailleurs l'un des points essentiels point à l'ordre du jour de la famille Bagel. C'est de créer un lien entre les deux. créer un lien qui permette à la TSB d'avoir un avenir. donne de la valeur. La famille Bagel est continue d'être associée au BST au sein du groupe Riccobono est liée au groupe. Lors des négociations avec Verdi et notre personnel Guillaume Riccobono est intervenu très tôt dans les négociations. et a participé aux négociations. à la table des négociations. Il voulait savoir avec qui avec qui il s'associe.

Distler : Pour Guillaume Riccobono, il était important de important d'avoir un aperçu des collaborateurs, de la management et l'esprit de la BST. Rencontre-t-il ici une mentalité ouverte, des collaborateurs qui sont prêts à faire ce faire le pas dans un groupe français ? Ou y a-t-il des ressentiments ? C'était ce Le triptyque collaborateurs, management et Le groupe d'actionnaires qui devait s'accorder Et tout s'est bien passé.

Qu'est-ce qui a changé pour TSB sous l'égide de Riccobono a changé ?

Dr. Bogner : Nous recevons beaucoup de nouvelles impulsions par la convergence des différents besoins des clients et des différents groupes entreprises au sein du groupe et bien sûr aussi par la volonté de tous les participants, de réaliser quelque chose de nouveau. Tout cela fait une grande différence avec le passé et crée un changement d'ambiance, que l'on ressent également au sein du personnel. Il en résulte une atmosphère de renouveau. Je suis convaincu convaincu que l'héliogravure va connaître une sorte de renaissance. va vivre.

Distler : La situation meilleure et différente dans laquelle se trouve dans laquelle nous nous trouvons aujourd'hui est aussi due à une plus grande stabilité des l'utilisation de nos machines restantes quatre machines. Il nous est désormais plus facile d'assurer la distribution de permettre une surcharge de travail et d'utiliser cette réserve de travail au sein du groupe Riccobono.

Comment devons-nous nous représenter la collaboration ?

Dr Bogner : Le groupe Riccobono est organisé en différents organisé en pools. Il y a les par exemple les pools de la finition et des quotidiens, et il y a justement le segment de

l'héliogravure. Ici, nous coordonnons les investissements et les achats. Lors des réunions mensuelles réunions de direction qui se tiennent dans différents ont lieu sur les différents sites du groupe Riccobono, Les indicateurs nécessaires sont désormais définis, afin de pouvoir les comparer. de l'entreprise. Nous parlons de ces sujets de manière très ouvertement. Là où il y a des frictions, les solutions sont recherchées sont toujours recherchées dans l'intérêt du groupe et trouvées.

Distler : Le groupe Riccobono a ses origines à Montpellier. à Montpellier et il n'y a pas vraiment de pas de siège social. La direction est répartie sur les différents sites, tout en restant et les échanges sont étroits. Il y a Il y a quelques entreprises où l'on se rencontre pour des raisons se rencontrent plus souvent pour des raisons logistiques, par exemple le centre d'impression du Figaro, situé à proximité immédiate de l'aéroport de Paris. à proximité de l'aéroport de Paris Charles-de-Gaulle. Mais il y a aussi des réunions régulières réunions ici, à Mönchengladbach. ou chez Lenglet dans le nord de la France.

Dr. Bogner : Nous, en tant que BST et actuellement seul entreprise non française de Riccobono a actuellement encore un peu plus d'autonomie. au sein du groupe. Nous sommes maintenant une tête de pont en Allemagne, le plus grand marché individuel d'Europe et l'engagement de Riccobono chez nous n'est certainement pas la fin de l'Allemagne. des activités en Allemagne. Il existe un plan pas encore de plan directeur sur les activités sera poursuivi à l'avenir.



Udo Bogner (à droite) a presque deux décennies d'expérience en héliogravure à la tête du groupe Bagel-Bagel de Tiefdruck Schwann-Bagel et des entreprises du groupe TSB.

Michael Distler (à gauche) a rejoint - en provenance de Bertelsmann - la direction de l'entreprise en novembre 2020 à Mönchengladbach.

Après les fermetures, à quoi ressemble votre parc de machines à Mönchengladbach se présente-t-il ?

Distler : À l'avenir, nous exploiterons des machines dans trois classes de format différentes : une KBA TR 6B avec une largeur de bande de 2,70 m, deux KBA TR 9B de 3,52 mètres et une TR 10B de 3,52 mètres. 3,68 mètres. La machine de 2,70 m représente ce que ce que nous entendons chez TSB par technique hybride. Avec la trémie et le pliage horizontal, nous

pouvons produire des brochures à la main comme l'offset haut volume offset rotative, c'est-à-dire aussi des formats A3 Des productions de qualité. Nous avons ajouté à cette machine équipée ultérieurement d'un 11e brin, de sorte que nous pouvons aussi produire de très petits formats. de très grands formats. Il s'agit donc d'une machine de labeur absolue et pour les productions spéciales du grand au petit format et fortement orientée vers le de la vente au détail, tandis que les grandes rotatives - avec 3,52 et 3,68 mètres – sont les commandes de vente par correspondance et les magazines couvrent les besoins des clients. Nous pouvons, à partir de toutes les machines aussi bien en barres qu'en paquets produits finis directement sur la palette. palette, par exemple.

Bogner : Le tout est accompagné d'un traitement de finition très performant. un traitement ultérieur performant. Cette nous maintiendrons également à l'avenir - y compris nos machines Sitma. Un autre aspect

La proximité de Lenglet est un aspect positif. une distance de seulement 300 kilomètres. C'est là on trouve par exemple des relieurs par collage et quatre rotatives hélio identiques de type KBA.TR 10B dans une configuration idéale. Des différences il y a bien sûr : nous avons 16 lignes, Lenglet 14 et nous pouvons aussi imprimer des cylindres de 800. pouvons traiter. Mais dans le principe, c'est une production très harmonisée qui le permet, de fabriquer des commandes sur les deux sites de pouvoir travailler ensemble. Le marché français remplit Le marché français représente environ 30 % de la capacité de production de TSB.

Donc par hybride, vous ne voulez pas dire offset plus l'héliogravure ?

Bogner : Nous ne travaillerons plus en offset à l'avenir. le 31 mars 2024, nous cesserons nos activités. activités sur le site de Bagel Roto Offset. à Meineweh, en Thuringe. Le site entreprise sera complètement fermée et les machines seront vendues. L'entreprise ne sera pas reprise sur ce site, même à une date ultérieure. ne reprendra pas à une date ultérieure. Un plan social et une compensation des intérêts ont été négociés avec les représentants du personnel et Verdi, et ont été acceptés avec un fort soutien. Nous sommes convaincus d'être parvenus à un résultat très satisfaisant pour le personnel et pour notre entreprise.



Le chromage des cylindres d'impression gravés est un processus de production nécessaire pour lequel de nouvelles voies sont actuellement recherchées.



Deux lignes permettent à TSB de fabriquer des produits d'encartage, tandis que la capacité de relieur par collage est désormais disponible au sein du groupe Riccobono.

Mais chez Lenglet, il y a encore l'offset rotative au sein du groupe Riccobono ?

Dr Bogner : Oui, c'est vrai, mais Riccobono voit l'essentiel des effets de synergie dans les activités d'héliogravure.

Distler : Sur le marché européen de l'héliogravure, nous avons maintenant atteint un rapport où la demande des clients reflète à peu près les capacités existantes. Sur le marché de l'offset rotative, le rapport entre l'offre de capacité et la baisse de la demande des clients n'est actuellement pas équilibré.

Dr Bogner : Ce sont essentiellement les raisons pour lesquelles nous avons décidé de désinvestir dans l'offset rotative et pourquoi Riccobono a décidé de ne pas entrer sur le marché offset allemand.

Mais il y a aussi le groupe familial Bertelsmann, qui a fermé ses imprimeries les unes après les autres. Que voit Riccobono que Bertelsmann ne voit pas ?

Distler : Bien sûr, on ne peut pas comparer le groupe Riccobono au groupe Bertelsmann, avec ses activités largement diversifiées. Riccobono se concentre sur des secteurs d'activité très proches de son cœur de métier, l'impression - pour ensuite développer des offres adaptées dans ce segment. C'est une approche tout simplement différente, avec un engagement clair en faveur de l'impression, et notamment de l'héliogravure et de l'impression de journaux.

Bogner : Le groupe Riccobono a connu un développement passionnant - en commençant par quelques entreprises de presse, pour consolider ensuite le marché national de la presse en France. Entre-temps, Riccobono est responsable de l'ensemble de la logistique de la presse et de l'impression en région parisienne et investit également dans ce domaine, par exemple en Belgique. Grâce à ses activités dans le secteur de la presse, M. Riccobono a ainsi pu accéder aux entreprises d'impression offset rotative et, en fin de compte, aux héliograveurs. Le groupe Riccobono peut désormais proposer de nombreuses prestations en exclusivité et, grâce au site de Mönchengladbach, il a désormais accès au plus grand marché de l'impression en Europe, l'Allemagne.

Dans d'autres pays européens également, comme sur le marché italien de l'impression, nous voyons des familles d'entrepreneurs chercher des voies différentes. Après Mondadori, la

famille Pozzoni a également fermé l'imprimerie hélio près de Milan fin 2023. L'héliogravure en Italie appartient donc à l'histoire, à l'exception de Roto Sud ! De l'autre côté, vous trouverez la famille Bandecchi, qui continue à jouer un rôle important sur le marché italien de l'impression dans l'offset rotative avec Rotolito.



„Wir haben im Tiefdruck in Deutschland zehn Jahre Konsolidierung und Kampf hinter uns und plötzlich befinden wir uns mit TSB in einem Umfeld, wo man vor allem die Chancen sieht.“

DR. UDO BOGNER

„Dans l'héliogravure en Allemagne, nous avons derrière nous dix ans de consolidation et de lutte, et soudain, avec TSB, nous nous trouvons dans un environnement où l'on voit surtout les opportunités“.
Dr Udo BOGNER

Nous nous réjouissons bien sûr des entrepreneurs qui disent : l'imprimé a de l'avenir.

Bogner : L'impression a aussi de l'avenir. La question est la suivante : l'impression d'illustrations à grand tirage a-t-elle un avenir ? La mobilité a de l'avenir, mais le moteur à essence a-t-il de l'avenir ? C'est le même débat. Pour les cinq prochaines années, je ne fais pas de souci quant à la demande d'impression dans notre segment, même jusqu'en 2030, nous avons un bon sentiment. Jusqu'en 2035, on peut au mieux exprimer des espoirs, après on est dans l'approximatif. Nous parlons donc d'un horizon d'une bonne dizaine d'années que nous pouvons envisager de manière positive, mais seulement si l'environnement politique est stable.

Ce qui fait la fantaisie de l'intégration de TSB dans le groupe Riccobono, c'est la grande expertise de tous les acteurs. Les échanges internationaux sont en outre beaucoup plus simples qu'on ne l'imagine. La collaboration avec nos collègues français est très agréable et collégiale. On peut penser à tout. Toutes les idées sont les bienvenues.

Dans l'héliogravure en Allemagne, nous avons derrière nous dix ans de consolidation et de lutte, et soudain, avec TSB, nous nous trouvons dans un environnement où l'on voit surtout les opportunités. C'est comme une cure de jouvence.

Mais quel est l'avenir de votre marché ?

Dr Bogner : Nous croyons fermement qu'il y aura une demande stable dans les années à venir, par exemple dans la vente par correspondance. Il y a une demande minimale pour l'héliogravure. Le prospectus, en tant que média poussif stable, a toujours une très grande pertinence. C'est pourquoi l'offset à bobines à haut volume continuera d'exister, mais la croissance constante, comme au cours de la dernière décennie, est terminée. Le grand avantage pour l'héliogravure est la variabilité des formats, grâce à laquelle nous sommes en mesure d'économiser du papier et donc des coûts.

Bien sûr, nous ne sommes pas une entreprise d'impression numérique et nous ne le serons pas non plus demain. Mais nous pouvons désormais proposer autour de notre activité principale de nombreuses solutions que nous n'aurions pas pu offrir aujourd'hui en tant que simple BST sans Riccobono. Il en résulte de toutes nouvelles approches pour parler à nos clients.

Que pourrait-on encore imaginer pour faire progresser le processus d'héliogravure et le rendre plus écologique ?

Distler : Nous nous efforçons en permanence de rendre l'entreprise plus respectueuse de l'environnement. Grâce à notre système de gestion de l'environnement appliqué dans toute l'entreprise, nous sommes certifiés EMAS depuis des années et nous étudions actuellement de manière intensive les possibilités de passer du chrome 6 au chrome 3 pour la fabrication des cylindres.

Qu'en est-il des peintures à base d'eau ?

Distler : C'est également un sujet que nous suivons de près, mais nous n'avons pas encore lancé de projet à ce sujet.

L'un de nos principaux projets environnementaux pour 2024 est la production de la vapeur industrielle dont nous avons besoin pour notre production. Pour cela, nous utilisons jusqu'à présent de la poussière de lignite, mais à l'avenir, cela se fera via une combustion de gaz. Nous avons également envisagé des projets d'installation de biogaz, mais cela nous amènerait dans des régions d'investissement et des cycles temporels qui dépasseraient probablement de loin les perspectives actuelles prévisibles en termes de gestion d'entreprise. L'abandon du lignite au profit d'une production de vapeur au gaz réduira considérablement nos émissions de CO₂, mais ne nous ramènera évidemment pas à zéro.

Dr. Bogner : Pour chaque technique que nous envisageons, la question suivante joue toujours un rôle : quelles sont les dépenses de maintenance ? Quel est le coût pour obtenir un certain rendement ? Nous savons par une comparaison directe que l'héliogravure n'est en aucun cas désavantagée dans ce domaine.

Sujet intéressant : maintenir la production. Les fabricants de machines d'héliogravure se sont déjà retirés du marché depuis un certain temps. Comment résolvez-vous donc ce problème ? Quelle est la taille de votre atelier ?

Distler : L'approvisionnement en pièces de rechange pour certains articles devient effectivement un défi de plus en plus important pour notre atelier. Les machines d'héliogravure elles-mêmes sont en effet extrêmement robustes et durables. Mais il y a bien sûr des pièces d'usure et donc un besoin de pièces de rechange, par exemple dans le cas des unités électroniques qui ne sont plus livrées aujourd'hui. Ou encore des pièces de rechange mécaniques que vous ne pouvez plus faire fabriquer que séparément et à un prix très élevé. Nos collaborateurs du département atelier sont hautement qualifiés et peuvent très bien couvrir la plupart des tâches. En outre, pour les thèmes spéciaux ou les réparations et transformations importantes, nous faisons appel à des prestataires externes connus dans le secteur. En ce qui concerne l'approvisionnement en pièces de rechange : s'il ne s'agit pas vraiment de pièces spéciales qui doivent être produites à l'unité, nous faisons aujourd'hui appel au marché tiers. Nous sommes à cet égard en contact avec tous les revendeurs de machines d'occasion connus et je pense que chaque chef d'atelier a déjà essayé d'obtenir des pièces de rechange sur eBay.

Dr. Bogner : Un autre défi pour le secteur de l'héliogravure est que la diminution des volumes devient de plus en plus un problème pour les fabricants d'encre d'héliogravure lorsque le marché atteint une taille critique. C'est pourquoi nous travaillons au sein de notre groupe avec les deux fabricants d'encre qui proposent encore des encres d'héliogravure, Siegwirk et Sun Chemical.



Le groupe TSB a confié les tâches logistiques à sa filiale ISI Storage GmbH & Co. KG, dont les affaires sont dirigées par Gregor Kalscheuer. ISI Storage dispose d'un entrepôt à hauts rayonnages entièrement automatisé avec 16.500 emplacements pour palettes. Huit quais de chargement permettent de charger plus de 200 palettes par heure. À l'intérieur de l'entreprise, des systèmes de transport sans conducteur transportent les palettes.

Il y a en outre des défis qui sont communs à tous les imprimeurs à haut volume ...

Bogner : Oui, car en tant qu'imprimeurs, nous devons défendre notre produit sur le marché. Nous devons nous défendre de manière argumentée contre les attaques qui présentent de manière erronée le caractère écologique des imprimés par rapport aux offres numériques et qui nous portent ainsi préjudice.

La question la plus importante pour les fabricants d'imprimés adressés et non adressés dans les années à venir est la distribution : comment pouvons-nous garantir que les journaux et les prospectus seront encore distribués à l'avenir dans toute la République fédérale à un prix et dans un délai adéquat ? Les associations et les entreprises travaillent actuellement à des solutions adaptées. Pour l'instant, on ne sait pas encore clairement à quoi elles ressembleront, mais nous sommes certains que des solutions seront trouvées.



Caractère - 29 janvier 2024

CIMP, filiale du Groupe Riccobono, décroche un nouveau marché

CIMP, filiale du Groupe Riccobono, décroche un nouveau marché

lundi, 29 janvier 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Le Bulletin d'Espalion a décidé de confier l'intégralité de ses tirages au Groupe Riccobono sur le centre de CIMP Centre d'Impression Midi-Pyrénées (31). Ce choix s'explique par la proximité et la capacité de CIMP à imprimer et router dans un délai très court. En effet, le titre est imprimé le mardi soir puis routé en interne dans la nuit. Le Bulletin d'Espalion est un hebdomadaire, propriété du Groupe L'Abeille de la Ternoise qui détient 100 % du capital du titre depuis août 2023. La pagination moyenne du titre est de 48 pages sur un papier journal 42 gr 100 % recyclé pour un format finit de 280 x 360 mm, imprimé à 4 500 ex. dont 2 700 exemplaires sont pour le routage des abonnés. Le Centre d'Impression Midi Pyrénées (CIMP), établi à Escalquens près de Toulouse, est une imprimerie de premier plan, spécialisée dans l'impression Coldset. Fondé en 2003, CIMP a été acquis par le Groupe Riccobono, en janvier 2021, marquant un tournant dans son histoire. Employant environ 19 personnes, CIMP opère sur un site de 4600 m². CIMP se distingue par sa capacité à imprimer jusqu'à 75 000 exemplaires par heure, produisant des journaux et des produits publicitaires de 8 à 64 pages. Cette capacité de production est rendue possible grâce à une rotative MAN Roland Régioman. CIMP est également doté de lignes d'expédition Wamac, d'une recasseuse en ligne Lovaghy, ainsi que d'une ligne de routage.

Février 2024

**Caractère - 05 février 2024**

Le Tarn libre » imprimé et routé par le centre CIMP

« Le Tarn libre » imprimé et routé par le centre CIMP

lundi, 05 février 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Le journal *Le Tarn libre*, hebdomadaire départemental français diffusé dans le Tarn, une partie du Tarn-et-Garonne et de l'Aveyron a décidé de confier l'impression et le routage du titre au Groupe Riccobono sur le Centre d'Impression Midi-Pyrénées (CIMP. 31). *Le Tarn Libre* est un journal d'une pagination moyenne de 64 pages imprimé à 8 000 exemplaires sur un papier journal 45 gr 100 % recyclé pour un format 280 x 400 mm. Le titre est imprimé et routé le jeudi soir dans le centre CIMP pour une parution le vendredi matin. Le Centre d'Impression Midi Pyrénées (CIMP), établi à Escalquens près de Toulouse (31), est une imprimerie de premier plan spécialisée dans l'impression Coldset. Fondé en 2003, CIMP a été acquis par le Groupe Riccobono depuis janvier 2021, marquant un tournant dans son histoire. Employant environ 19 personnes, CIMP opère sur un site de 4 600 m², équipé de technologies d'impression performantes.

LA LETTRE

La Lettre - 07 février 2024

Louis Dreyfus mandate un cabinet de conseil sur l'avenir industriel de la filière

Louis Dreyfus mandate un cabinet de conseil sur l'avenir industriel de la filière

— Publié le 07.02.2024 à 6h20 • Lecture 2 minutes

Alors que les *États généraux de l'information* se focalisent principalement sur les problématiques éditoriales dans les rédactions, les éditeurs de presse comptent bien porter l'avenir industriel de la filière au menu des débats. Le président du directoire du **Groupe Le Monde**, **Louis Dreyfus**, a mandaté le cabinet **Plein Sens** afin d'explorer les évolutions à venir du modèle économique des imprimeries de la presse nationale et régionale, pour le compte du **Syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN)**. Les conclusions de cette étude seront versées aux débats en cours.

En 2008, les *États généraux de la presse écrite* lancés sous la présidence de **Nicolas Sarkozy** avaient initié une petite révolution pour les éditeurs de presse quotidienne nationale. Ces groupes de presse avaient lancé le chantier d'externalisation de leurs imprimeries, rompant avec une tradition historique de possession de leur outil industriel. Cette dynamique avait été soutenue par deux plans de financements de l'État. L'ensemble des titres nationaux d'information politique et générale sont désormais imprimés de façon mutualisée chez un prestataire, l'imprimeur **Riccobono**, qui assure l'impression à Paris et dans les sites décentralisés de province.

La presse régionale avait toutefois échappé au mouvement et ses éditeurs possèdent encore leur propre imprimerie, même si certains comme **La Provence** et le **Groupe Nice-Matin** envisagent aujourd'hui de les mutualiser. Aidée par le plan *PRIM* déployé par le ministère de la culture, la PQR a pu ces dernières années les moderniser et réduire leurs effectifs.

Malgré tout, les imprimeries de la presse quotidienne nationale, comme régionale, constituent aujourd'hui encore d'importants postes de coûts fixes, qui grèvent les comptes des groupes de presse.

© Copyright La Lettre. Reproduction et diffusions interdites (photocopies, intranet, web) sans autorisation écrite. 109874438

La **Correspondance de la Presse**

La Correspondance de la Presse - 08 février 2024

Le quotidien des médias : les médias vus à travers la presse

Jeudi 8 février 2024 ♦ page 27

Correspondance de la Presse

LE QUOTIDIEN DES MEDIAS : LES MEDIAS VUS A TRAVERS LA PRESSE

Nous rappelons que les textes et citations contenus dans cette revue de presse ne sauraient être considérés comme reflétant les opinions de notre bulletin.

Distribution de la presse : les éditeurs francophones et flamands en Belgique souhaitent garder bpost jusqu'à la fin de l'année

"On croyait que l'épineux dossier de la distribution des journaux et magazines était réglé, mais il n'en est rien. D'après nos informations, les éditeurs de journaux francophones et néerlandophones mettent un coup de pression sur le gouvernement qui, de son côté, planche sur un avant-projet de loi qui pourrait ne pas passer comme une lettre à la poste. Rappelez-vous : mi-décembre, le gouvernement s'accordait pour prolonger de six mois la concession détenue par bpost, faisant fi du résultat du marché public qui avait été remporté par le distributeur PPP (pour les journaux) et par la société française Proximy (pour les magazines). Dans la foulée de cette décision d'abandonner la concession, le gouvernement avait décidé d'accorder aux éditeurs un crédit d'impôts de l'ordre d'une cinquantaine de millions d'euros par an jusqu'à la fin 2026 afin de leur permettre d'atténuer les conséquences financières de la fin du subside public et de garantir la distribution dans les zones peu densément peuplées.

Jusque-là, ce sont surtout les éditeurs francophones qui étaient les plus remontés. Mais désormais, les éditeurs de presse flamands montent également au créneau. Dans une lettre envoyée début février au Premier ministre et aux vice-Premiers, et dont 'L'Echo' a obtenu copie, les deux plus grands éditeurs du nord du pays, Médiahuis et DPG Média, préviennent : les comptes ne sont pas bons. Ils ont entamé des discussions avec bpost et, selon eux, il apparaît que l'entreprise postale va doubler ses tarifs de distribution pour la presse. Si tel est le cas, préviennent les CEO Koen VERWEE et Christian Van THILLO, des restructurations et des pertes d'emploi seront inévitables au sein de leurs services, y compris dans les rédactions. Ils formulent donc deux demandes : que la concession avec bpost soit prolongée jusqu'à la fin de cette année, et que le mécanisme fiscal prévu pour la remplacer courre jusqu'en 2028 (au lieu de 2026 actuellement). (...)"

"Nous sommes dans un dialogue constant, en s'appuyant sur l'ADN de France Culture", affirme la directrice de la station Emelie de JONG

"(...) Pendant trois jours, Emelie de JONG viendra à la rencontre de ses auditeurs au festival Longueur d'ondes, dédié à la radio et à l'écoute, à Brest (Finistère). (...)

Q : Visiblement, France Culture est devenue plus 'sexy'...

R : (...) Je suis très attachée à cette accessibilité, cette attention à l'auditeur, autour de nos piliers éditoriaux que sont l'actualité, l'histoire, la littérature, les documentaires, les fictions. France Culture doit donner les clés pour comprendre la société d'aujourd'hui, en laissant aussi surgir l'imaginaire.

Q : Ça se ressent dans les chiffres ?

R : (...) Notre matinale, en progression constante depuis la rentrée, a été remusclée avec un collectif autour de Guillaume ERNER, des chroniqueurs et des experts qui font référence comme l'économiste Esther DUFLO. Parmi les nouveaux rendez-vous, le Book club de Marie RICHEUX, qui joue la carte de l'interactivité avec les auditeurs à l'antenne et sur Instagram...

Q : Cette matinale pourrait-elle dépasser celle de France Inter ?

R : (...) Chaque offre doit conserver sa singularité : France Culture s'inscrit dans le temps long, nous prenons du recul sur l'actualité. Ce qui n'empêche pas la réactivité : lors des attaques du 7 octobre du Hamas contre Israël, nous avons lancé le podcast Les mots de la guerre (...). Nous ne produisons pas du contenu jetable, mais nous créons tous les jours un patrimoine très riche, qui participe finalement au récit collectif.

Q : Et chaque auditeur doit y trouver son compte ?

R : Nos contenus s'inscrivent dans la vie des gens. Par exemple, pour les prochaines vacances scolaires, nous lançons une collection de fictions Des histoires merveilleuses, pour proposer des classiques à un public familial (...). Nous avons créé un premier manga audio, enregistré en Normandie, et qui sera disponible en avril.

Q : Vous avez pris la succession de Sandrine TREINER, critiquée pour son management : comment fait-on pour rétablir un climat de confiance ?

R : Tout d'abord Florian DELORME, aujourd'hui directeur des programmes, a assuré l'intérim à bras-le-corps. Ensuite, quand je suis arrivée, j'ai été épatée par le dynamisme et l'intelligence collective des équipes. Nous sommes dans un dialogue constant, en s'appuyant sur l'ADN de France Culture. (...)

→ Nathalie LECORNU-BAERT - [ouest-france.fr](https://www.ouest-france.fr) du 7 février 2024.

L'École publique de journalisme de Tours a fait évoluer son équipe encadrante après des accusations de harcèlement

"Un message sur X (ex-Twitter) a mis le feu aux poudres. Mardi 30 janvier, Robin JAFFLIN, un ancien étudiant de l'École publique de journalisme de Tours (EPJT), réagissait à l'article de l'Ina dans lequel il évoquait ses adieux au journalisme après plusieurs désillusions. Son histoire a ému de nombreux anciens étudiants de l'école tourangelle. Une petite dizaine d'entre eux ont dénoncé des faits de harcèlements moraux. Deux professeurs sont la cible de leurs accusations selon plus d'une dizaine de personnes questionnées par La Nouvelle République. (...) Des exemples, ils en ont à la pelle. La promotion 2021-2023 de l'EPJT de Tours semble la plus touchée et la plus dénonciatrice. (...) En février 2023, plusieurs étudiants ont averti la cellule d'écoute anti-discrimination de l'Université de Tours. Elle confirme avoir été interpellée par les jeunes journalistes. "Dans le cadre de cette saisine, la cellule a procédé à des auditions individuelles d'étudiants, auxquelles il convient d'ajouter des témoignages directs, a répondu par mail la cellule. Elle a ensuite poursuivi son enquête par l'audition d'enseignants de l'EPJT." (...) "La cellule d'écoute indépendante créée par l'IUT a fait son travail et indiqué à l'équipe pédagogique (qui ne pouvait communiquer pendant le travail de cette cellule, d'où le sentiment de manque d'informations) des préconisations qui ont toutes été mises en place à la rentrée 2023, affirme par mail Laurent BIGOT, le directeur de l'EPJT. L'école a ainsi pu remédier aux dysfonctionnements détectés, mais la cellule n'a jamais caractérisé de faits de harcèlement ni fait de préconisations à ce sujet." (...) Par ailleurs, l'équipe encadrante a évolué avec l'arrivée supplémentaire d'un journaliste enseignant. L'un des professeurs incriminés n'est plus en charge de la spécialisation qui soulevait de nombreuses difficultés. (...) Depuis la rentrée, "ça se passe bien, assure un étudiant de la promotion 2022- 2024. (...) Les sentiments sont partagés. Certains se satisfont des problèmes soulevés. D'autres regrettent l'éventuel discrédit sur leur école et leur futur diplôme. "Il y a eu beaucoup de ouin-ouin, résume un étudiant qui préfère rester anonyme. Et aussi des choses inadmissibles."

→ Matthieu UNVOAS – "La Nouvelle République" du 7 Février 2024.

Libre·ECO

Libre.ECO – 09 février 2024

Distribution des journaux : des choix qui pourraient coûter cher

Distribution des journaux : des choix qui pourraient coûter cher

L'abandon du subside au profit d'un crédit d'impôt met à mal les éditeurs.



Ariane van Caloen | Journaliste économique à La Libre Belgique



Publié le 09-02-2024 à 20h00 - Mis à jour le 10-02-2024 à 17h38

Enregistrer



L'abandon du subside au profit d'un crédit d'impôt met à mal les éditeurs.

Ariane van Caloen | Journaliste économique à La Libre Belgique

Des rumeurs contradictoires ont circulé ce vendredi sur une possible discussion au sein du comité ministériel restreint (kern) sur le délicat dossier de la concession des journaux. Les atermoiements du gouvernement De Croo sont critiqués avec virulence par les éditeurs. Voyons pourquoi l'enjeu est crucial pour eux.

1. Qu'entend-on par concession ?

Jusqu'à la libéralisation du marché des services postaux au sein de l'Union européenne au début des années 2000, la distribution de journaux était assurée par la Régie de la Poste. Dans le cadre de la libéralisation, l'État belge s'est engagé vis-à-vis de la Commission européenne à mettre ce service en concurrence tous les cinq ans.

Le premier appel d'offres lancé par le SPF (service public fédéral) Économie remonte à 2015 pour la période 2016-2020. Bpost, qui fut la seule entreprise à soumissionner, a obtenu la concession pour la distribution de journaux et périodiques partout dans le pays sauf dans trois villes (Bruxelles, Anvers et Gand). L'aide publique qui y était associée s'élevait à un montant compris entre 150 et 175 millions d'euros par an pour distribuer quelque 184 millions de journaux et 213 millions de périodiques par an. Cette aide permettait à bpost d'encaisser 1 euro par journal distribué : 25 centimes à la charge des éditeurs, 75 centimes à la charge de la concession.

Cette concession a suscité beaucoup de débats au Parlement en raison de soupçons de collusion entre bpost et les éditeurs flamands (DPG et Mediahuis), les différentes parties s'étant échangé des informations confidentielles.

À cause notamment de ces suspicions, mais aussi de désaccords politiques, le gouvernement n'a lancé l'appel d'offres pour la nouvelle concession qu'en mars 2023 pour une entrée en vigueur en janvier 2024.

Publicité

Le résultat de cet appel d'offres a fait l'objet d'une fuite dans la presse en novembre 2023. Et à la surprise générale, c'est le "petit" distributeur belge PPP qui est sorti gagnant pour les quotidiens et l'entreprise française Proximy pour les périodiques, bpost étant mise hors jeu.

2. Pourquoi la concession a-t-elle été abandonnée ?

La façon dont le SPF Économie, sous la tutelle du ministre Pierre-Yves Dermagne (PS), a organisé l'appel d'offres pour la nouvelle concession a été fortement critiquée. Les éditeurs regrettent notamment de ne pas avoir été consultés alors que ce sont eux qui maîtrisent les expertises logistiques à intégrer dans le cahier des charges.

Quand PPP est sorti gagnant, les syndicats de bpost sont aussi montés au créneau pour brandir la menace de perte d'emplois. Ils citent le chiffre de 4 000 personnes. Un chiffre qui couvre le nombre de personnes impliquées dans l'organisation opérationnelle de cette activité. Mais qu'il faut sans doute diviser par deux en termes d'équivalents temps plein (ETP).

Mi-décembre 2023, le gouvernement a fait un virage à 180 degrés. Plutôt que de choisir PPP, il a mis un terme à la concession. Pour amortir le choc, il a remplacé celle-ci par un système de crédit d'impôts dont les modalités ne sont pas encore précisées à ce jour. Il a aussi prolongé la concession à bpost jusqu'à la fin juin.

Ce système de crédit d'impôts est jugé impraticable par les éditeurs surtout francophones, en particulier parce que les montants seront nettement insuffisants du fait qu'ils seraient limités aux zones à faible densité de population. Par ailleurs, le crédit d'impôt n'est remboursé que deux ans plus tard, posant des problèmes de trésorerie.

3. Pourquoi les éditeurs craignent-ils le chaos ?

Bpost, anticipant qu'elle ne recevrait plus de subside à partir de juillet, a revu à la hausse ses tarifs de distribution. Et elle demanderait jusqu'à près de trois fois plus, se murmure-t-il. Le surcoût serait de plus de 20 millions pour les éditeurs francophones et de plus de 40 millions pour les néerlandophones. Pour certains spécialistes, bpost met le couteau sous la gorge des éditeurs. *"Elle est en train d'abuser de sa position dominante"*, nous dit un expert. Et de faire référence à une étude de l'IBPT (le régulateur des services postaux) qui a montré que le coût de la distribution est de 59-60 centimes pour un quotidien et de 38-40 centimes pour un périodique. Soit beaucoup moins que les prix annoncés par bpost.

4. Pourquoi accorder un subside ?

La distribution de la presse est considérée comme un service d'intérêt économique général (selon des conditions édictées par l'Europe) avec comme enjeu de garantir aux citoyens l'accès égal et abordable aux journaux et périodiques. L'idée des gouvernements précédents est d'éviter une fracture numérique dans l'accès à l'information et de laisser le temps aux éditeurs pour s'adapter à la révolution numérique.

Ce choix politique de faire de la distribution de journaux un service d'intérêt général ne fait pas l'unanimité au sein de la Vivaldi. Par la voix de l'ex-vice Premier, Vincent Van Quickenborne, l'Open VLD a tout fait pour revoir cette aide. Le "scandale" autour de la concession n'est sans doute pas pour rien dans son combat.

Il faut aussi savoir que les journaux "papier" rapportent plus que les versions numériques, y compris en tenant compte de tous les frais supplémentaires. Et cela, pour deux raisons. Un, le prix (525 euros par an pour *La Libre* contre 159 euros pour un abonnement numérique) est plus élevé. Deux, l'impact de mémorisation des publicités dans le journal étant particulièrement efficace, le prix des publicités est plus élevé que sur les médias digitaux. Le message des éditeurs est clair : la décision du gouvernement provoquerait une telle hausse de leurs coûts de distribution qu'ils seraient forcés de réaliser des plans d'économie draconiens au détriment de la qualité journalistique.

Ils se disent prêts à organiser des nouvelles formes de distribution, moins coûteuses que bpost, mais pour ce faire, ils ont besoin d'une période de transition d'au moins 18 mois.

LA VOIX DU NORD

La Voix du Nord – 26 février 2024

Pour perdurer, Lenglet produira des protections urinaires

Cela fait plus de vingt ans que l'imprimeur caudrésien Lenglet s'est installé sur la zone Actipôle pour y développer son activité florissante : les prospectus. Mais les temps ont changé et l'entreprise raillencourtoise envisage aujourd'hui de diversifier une partie de l'activité en question.

PAR BRUNO DEMEULENAERE
cambrai@lavoixdunord.fr

RAILLENCOURT-SAINTE-OLLE. C'est aussi cela la vie des entreprises. Pour perdurer, il leur faut rester en adéquation avec la société et, en ce sens, répondre au plus vite, voire anticiper, les changements pouvant intervenir dans leur environnement économique.

“ Ce qui a motivé notre projet, c'est de continuer à utiliser notre équipe technique, nos sites industriels...”

C'est ce qui arrive à l'entreprise Lenglet Imprimeurs : née en 1981 à Caudry, elle s'est développée au point de nécessiter, dès 2002, la création d'une nouvelle usine, à Raillencourt-Sainte-olle, au sein de la zone d'activité Actipôle, avec une petite centaine d'emplois à la clé. Lenglet Imprimeurs est, depuis fort longtemps, une référence incontestée dans le monde de l'impression : « Nous sommes spécialisés dans les grands volumes, que ce soit les imprimés publicitaires, les catalogues spécialisés (voyages, bricolage, jouets...), la presse... », indique sa directrice générale Véronique Drain. Aujourd'hui, le groupe Lenglet emploie 127 personnes : 90 sur le site raillencourtois ; le reste sur celui caudrésien : « Les deux sites utilisent deux techniques d'impression différentes, à savoir offset pour le premier et héliogravure pour le second, ce qui



Née à Caudry, l'entreprise Lenglet imprimeurs s'est implantée dans la zone Actipôle au tout début des années 2000. PHOTO ARCHIVES CHRISTOPHE LEFEBVRE

les rend vraiment complémentaires. » En 2021, le groupe Lenglet a intégré le groupe français Riccobono, « spécialisé dans l'impression, le routage et la distribution de magazines, de catalogues, de journaux... ».

RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT
Mais donc, l'environnement économique de l'entreprise a évolué. Les prospectus publicitaires n'ont

plus la cote : les enseignes Franprix ou Monoprix n'en distribuent plus depuis bientôt cinq ans ; Cora et Leclerc, depuis l'an passé ; quant à Carrefour, Auchan ou Intermarché, ils freinent leurs distributions...

« Les catalogues ont encore de beaux jours devant eux, mais face à la décroissance structurelle de notre activité, nous développons, depuis deux ans, un nouveau pro-

jet industriel », révèle Véronique Drain : « Notre choix est de rester dans la même famille de produits que le papier, à savoir la cellulose, en nous positionnant sur les produits liés à l'incontinence chez l'adulte. » Avec un objectif évident : la préservation de l'emploi. « Ce qui a motivé notre projet, c'est de continuer à utiliser notre équipe technique, nos sites industriels... revendique la dirigeante.

Nous voulons produire en France, dans le respect de l'environnement et à prix compétitifs. (...) Nous sommes habitués aux grands volumes : les prix compétitifs, c'est notre savoir-faire ! » Et la directrice de conclure : « On continue, bien sûr à imprimer... mais on prépare l'avenir. » La nouvelle production pourrait débiter dans le courant de l'année 2025. ■

Une enveloppe de 500 000 €

À l'occasion du conseil communautaire du 21 février, le vice-président de l'agglomération de Cambrai dédié au développement économique a invité les élus à soutenir le nouveau projet du groupe Lenglet, « entreprise reconnue au niveau de l'Europe ».

UN INVESTISSEMENT LOURD

Gérard Laurent (en photo) a détaillé le contexte de ce projet : « La conjonction de la hausse des prix de l'énergie, du papier et des matières premières, combinée à la baisse de l'activité impression via la dématérialisation, font que le nouveau propriétaire, le groupe familial français Riccobono, entend promouvoir une diversification de l'entreprise. » Et d'évoquer la production prochaine « de "pans" et de produits hygiéniques pour personnes dépendantes ».



Il a signifié à l'assemblée qu'« un programme conséquent d'investissements » était d'ores et déjà envisagé : « La nouvelle orientation économique impose des aménagements bâtimentaires pour près de 3 millions d'euros et des investissements dans de nouveaux outils de production pour plus de 16 millions. » Un investissement lourd, déjà annoncé en deux phases. Pour y faire face, Lenglet Imprimeurs a déposé un dossier dans le cadre du dispositif d'aide gouvernemental « Rebond industriel » : « La mobilisation des diverses parties prenantes, l'intérêt du projet économique et les investissements considérés nous amènent à la proposition d'allouer une aide de 1 million d'euros, répartie entre la Région et la CAC. » Cette subvention de 500 000€ a été votée à l'unanimité. ■ B. D.

LES DÉGÂTS RÉPARÉS

Le 2 novembre, les violents vents de la tempête Ciaran provoquaient l'effondrement d'un mur de l'entreprise raillencourtoise Lenglet Imprimeurs. L'accident, spectaculaire, n'avait pas fait de blessé, mais avait fortement endommagé l'outil de production, obligeant la société à stopper son activité.

Plus de quatre mois après, la directrice générale assure que la production, arrêtée, puis « fortement perturbée » dans les premiers temps, est « revenue progressivement à la normale ». Quant aux travaux de reconstruction, « ils sont en cours de finition ». Une bien bonne nouvelle !



Mars 2024**Caractère - 01 mars 2024**

CIMP décroche de nouveaux marchés

PRESSE

CIMP décroche de nouveaux marchés

Établi à Escalquens près de Toulouse, le Centre d'Impression Midi-Pyrénées (CIMP), filiale du groupe Riccobono, vient de prendre deux nouveaux marchés. Le premier est le *Bulletin d'Espalion*, un hebdomadaire qui sera imprimé le mardi soir puis routé en interne dans la nuit. La pagination moyenne du titre est de 48 pages sur un papier journal 42 g 100% recyclé pour un format fini de 280x360 mm, imprimé à 4500 ex. dont 2700 exemplaires sont pour le routage des abonnés. Le second est le journal *Le Tarn*

Libre, hebdomadaire départemental français diffusé dans le Tarn, d'une pagination moyenne de 64 pages imprimé à 8000 ex. sur un papier journal 45 g 100% recyclé pour un format 280x400 mm. Le titre est imprimé et routé le jeudi soir dans le centre pour une parution le vendredi matin. Employant environ 19 personnes sur un site de 4600 m², CIMP se distingue par sa capacité à imprimer jusqu'à 75000 exemplaires par heure, produisant des journaux et des produits publicitaires de 8 à 64 pages.



Caractère - 04 mars 2024

Lenglet Imprimeurs se diversifi protections urinaires

Lenglet Imprimeurs se diversifie vers les protections urinaires

lundi, 04 mars 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Face à la baisse des volumes dans le domaine des prospectus, Lenglet Imprimeurs, spécialiste de l'impression haut volume pour la publicité, les catalogues et les magazines, prend une initiative inattendue en se diversifiant vers un marché peu conventionnel : celui des protections urinaires. Selon Véronique Drain, la directrice générale, interrogée par La Voix du Nord, cette diversification vise avant tout à préserver les emplois au sein des sites industriels impactés par la chute du marché des prospectus. Le groupe s'engage à produire en France, dans le respect de l'environnement, tout en proposant des prix compétitifs. « *Nous avons l'habitude de gérer de grands volumes, et la compétitivité des prix fait partie de notre savoir-faire* », a-t-elle affirmé dans *La Voix du Nord*. Près de 20 millions d'euros d'investissements dans ses bâtiments et dans de nouveaux outils de production sont envisagés, selon ce même journal.



Caractère - 04 mars 2024

Le Groupe Riccobono s'engage dans une démarche de labellisation RSE

Le Groupe Riccobono s'engage dans une démarche de labellisation RSE

lundi, 04 mars 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Groupe Riccobono, spécialisé dans l'impression haut volume, le routage, la distribution et le portage, vient de se lancer dans un programme de labellisation RSE accompagné de Positive Company. Fondé sur un socle réglementaire Européen et inspiré de l'ISO 26000, le label Positive Company vise à reconnaître les entreprises ambitieuses en matière de durabilité et à les soutenir dans leur transition vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement, de l'humain et du vivant. Le programme de labellisation inclut un audit à 360° comprenant un diagnostic sur cinq thématiques essentielles : la gouvernance, l'activité, l'impact environnemental, l'engagement social et l'empreinte territoriale. Afin de garantir l'authenticité de la démarche RSE, des enquêtes anonymes vont être menées auprès d'échantillons des trois plus importantes parties prenantes, collaborateurs, clients et fournisseurs du Groupe. Ces enquêtes permettront de déterminer les domaines d'amélioration et de recenser toutes les pratiques vertueuses déjà mises en place en matière d'environnement au sein de leurs centres. Il est important de noter que Positive Company est un label reconnu dans le secteur de la presse, comptant parmi ses clients des entreprises, telles que le Groupe Ouest France, CMI Media, Marianne, Publishing, Bayard Media Développement, le Groupe EBRA et La Dépêche du Midi, entre autres.

LA VOIX DU NORD

La Voix du Nord - 04 mars 2024

La diversification Lenglet ne tourne pas la page du prospectus mais fera aussi dans l'hygiène

LA DIVERSIFICATION Lenglet ne tourne pas la page du prospectus mais fera aussi dans l'hygiène

Les catalogues, les prospectus, c'est le socle de l'activité de Lenglet. La société emploie 127 personnes entre Caudry et surtout Raillencourt-Sainte-Olle. Et comme les imprimés publicitaires n'ont vraiment plus la cote, la société entend préserver les emplois en se diversifiant. Elle reste dans la grande famille du papier, avec la cellulose, qui sera utilisée pour produire, dès l'an prochain, des protections urinaires pour adultes dépendants. Cela passera par un investissement de 3 millions d'euros dans les bâtiments et 16 millions dans l'outil de production pour lequel la société attend un appui public : 1 million de la communauté d'agglomération du Cambrésis et de la Région à parts égales et une aide de l'État dans le cadre du plan Rebond industriel.


2



Les Clés de la Presse - 05 mars 2024

Riccobono se lance dans un programme de labellisation RSE

Riccobono se lance dans un programme de labellisation RSE

 Le groupe Riccobono annonce le lancement d'un programme de labellisation RSE accompagné de Positive company. Le label Positive company vise à reconnaître les entreprises ambitieuses en matière de durabilité et à les soutenir dans leur transition vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement, de l'humain et du vivant. Le programme de labellisation inclut un audit à 360° comprenant un diagnostic sur cinq thématiques : la gouvernance, l'activité, l'impact environnemental, l'engagement social et l'empreinte territoriale.

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse - 05 mars 2024

Le Groupe Riccobono démarre un programme de labellisation RSE avec Positive Company

Le Groupe Riccobono démarre un programme de labellisation RSE avec Positive Company

Le Groupe Riccobono démarre un programme de labellisation RSE (responsabilité sociétale des entreprises) avec le label Positive Company. A travers cette démarche, l'imprimeur "entend recenser tout ce que le Groupe fait déjà de vertueux en matière d'environnement dans leurs centres et déterminer une trajectoire de progrès sur tous les volets sociétaux et environnementaux", indique-t-il dans un communiqué.

Fondé sur un socle réglementaire européen et inspiré de l'ISO 26000 (Norme Internationale en matière de RSE), le label Positive Company vise à reconnaître les entreprises ambitieuses en matière de durabilité et à les soutenir dans leur transition vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement, de l'humain et du vivant. Positive Company a notamment labellisé entre autres le Groupe Ouest France, le Groupe CMI Média, "Marianne", Bayard Média Développement, le Groupe EBRA et La Dépêche du Midi.

Le programme de labellisation inclut un audit à 360 degrés comprenant un diagnostic sur cinq thématiques : la gouvernance, l'activité, l'impact environnemental, l'engagement social et l'empreinte territoriale. Afin de garantir l'authenticité de la démarche RSE, des enquêtes anonymes vont être menées auprès d'échantillons des trois plus importantes parties prenantes, collaborateurs, clients et fournisseurs du Groupe.

La **Correspondance de la Presse**

La Correspondance de la Presse - 22 mars 2024

M. Arnaud Guibert rejoint Proximy en tant que directeur des opérations et de l'ingénierie

M. Arnaud GUIBERT rejoint Proximy en tant que directeur des opérations et de l'ingénierie

M. Arnaud GUIBERT vient de rejoindre Proximy (groupe Riccobono) en tant que directeur des opérations et de l'ingénierie.

Membre du comité de direction, il aura la responsabilité d'optimiser le schéma logistique et d'accompagner les équipes de Proximy dans ses évolutions stratégiques et opérationnelles. Il pilotera l'ensemble des équipes opérationnelles logistiques.

Titulaire d'un master II en Administration des entreprises, M. Arnaud GUIBERT travailla successivement pour Calberson IDF (1995-2000) puis Geodis United Distribution (2000-2002) avant de rejoindre Relais Colis en 2002. Il y fut chef d'agence (2002-2008), adjoint du directeur régional (2008-2011), directeur des opérations Nord et Ile de France, adjoint du directeur national des opérations (2011-2015), puis responsable du développement international (2015-2017). Après avoir été directeur des opérations pour France Oxygène (2017-2021), il devint directeur national des opérations de Relais Colis à partir de janvier 2021.

Les Echos

Les Echos - 27 mars 2024

Lenglet Imprimeurs se diversifie

Lenglet Imprimeurs se diversifie

HAUTS-
DE-FRANCE

Riccobono, qui possède l'entreprise, a investi pour créer une ligne de production de protections urinaires.

Nicole Buyse

— Correspondante à Lille

Face à la baisse du marché des prospectus publicitaires, Lenglet Imprimeurs vient d'annoncer ajouter une corde à son arc en lançant dès 2025 une ligne de fabrication de protections contre l'incontinence adulte. La société installée à Raillencourt-Sainte-Olle (Nord), près de Cambrai, créée par William Lenglet et son père en 1981, imprime magazines, catalogues et prospectus publicitaires.

L'annonce de Michel Edouard Leclerc, d'ya deux ans, d'arrêter totalement les prospectus, mise en œuvre en septembre 2023, à l'instar de ce que faisaient déjà d'autres enseignes, a incité l'imprimeur à réfléchir à une diversification. « Nous avons cherché une activité en lien avec notre métier d'imprimeur mais avec les matières premières que nous utilisons », explique l'équipe qui a mené le projet.

Une première ligne de fabrication dès 2025

Après deux ans de R&D, elle a retenu les protections urinaires, qui contiennent de la cellulose. Et aussi parce que leur fabrication se fait sur des machines assez similaires à ses rotatives d'impression et correspond bien à l'expertise des salariés. Le groupe Riccobono, basé à Baillargues, près de Montpellier (320 millions de chiffre d'affaires avec 2.800 salariés), a repris Lenglet Imprimeurs en 2021. Il y a investi 20 millions d'euros pour lancer cette fabrication. L'installation d'une première ligne doit démarrer début 2025 pour être opérationnelle en juillet et atteindre une vitesse de croisière

en fin d'année avec une capacité de 50 millions de protections par an. Une deuxième machine, prévue dans l'investissement, permettra, en fonction de la demande, de doubler cette production.

La société, qui imprime 70.000 tonnes de papier par an, a réussi à maintenir son volume dans les prospectus grâce à de fortes prospections commerciales. « Nous sommes passés à de plus petites séries avec 40 commandes par mois contre 20 il y a deux ans », précise-t-on chez Lenglet. Son chiffre d'affaires est bon an mal an relativement stable à 50 millions d'euros depuis quelques années. En s'appuyant sur sa capacité de productivité, la société compte sortir un produit français de qualité à un prix compétitif. Lenglet Imprimeurs juge la chute du marché des prospectus inexorable et n'ignore pas que les Français vivent de plus en plus vieux. Le marché de l'incontinence adulte en grande distribution a fait un bond de 9 % entre 2020 et 2021. Avec cette nouvelle activité, la société entend pérenniser l'emploi de ses 130 salariés répartis entre son imprimerie dédiée à l'héliogravure de Raillencourt-Sainte-Olle et celle fonctionnant à l'offset à Caudry (Nord), son site historique.

Riccobono a investi 20 millions d'euros pour lancer la production.

Dans le département voisin du Pas-de-Calais, l'imprimerie Mordacq, à Aire-sur-la-Lys, a, elle, été placée en redressement judiciaire au début du mois après une mise en cessation de paiements. La chute des prospectus publicitaires, qui représentent 70 % de son activité selon son patron, Arnaud Mordacq, a précipité sa chute. Avec un chiffre d'affaires de 27 millions d'euros en 2022 et 100 salariés, la société accuse trois années consécutives de déficit, frappée par le quadruplement de sa facture d'énergie. ■



Caractère Magazine - mars 2024

Groupe Riccobono entame sa démarche RSE avec Positive Company

Groupe Riccobono entame sa démarche RSE avec Positive Company

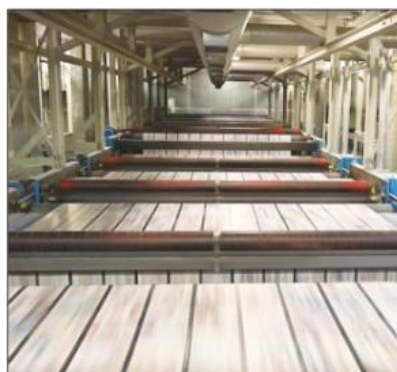
Spécialisé dans l'impression haut volume, le routage, la distribution et le portage, Groupe Riccobono vient de se lancer dans un programme de labellisation RSE accompagné de Positive Company, label reconnu dans le secteur de la presse. Fondé sur un socle réglementaire européen et inspiré de l'ISO 26000, ce label vise à reconnaître les entreprises ambitieuses en matière de durabilité et à les soutenir dans leur transition vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement, de l'humain et du vivant. Le programme inclut un audit à 360° comprenant un diagnostic sur cinq thématiques: la gouvernance, l'activité, l'impact environnemental, l'engagement social et l'empreinte territoriale.

Éclairage : Afin de garantir l'authenticité de la démarche RSE et identifier les pistes d'amélioration, des enquêtes anonymes vont être menées auprès des collaborateurs, des clients et des fournisseurs.



Caractère Magazine - mars 2024

Lenglet Imprimeurs se diversifie vers les protections urinaires



HÉLIOGRAVURE

Lenglet Imprimeurs se diversifie vers les protections urinaires

Face à la baisse des volumes dans le domaine des prospectus, Lenglet Imprimeurs, spécialiste de l'impression haut volume pour la publicité, les catalogues et les magazines, prend une initiative inattendue en se diversifiant vers un marché peu conventionnel : celui des protections urinaires. Selon Véronique Drain, la directrice générale, interrogée par *La Voix du Nord*, cette diversification vise avant tout à préserver les emplois au sein des sites industriels impactés par la chute du marché des prospectus. Le groupe s'engage à produire en France, dans le respect de l'environnement, tout en proposant des prix compétitifs. « *Nous avons l'habitude de gérer de grands volumes, et la compétitivité des prix fait partie de notre savoir-faire* », a-t-elle affirmé dans *La Voix du Nord*. Près de 20 millions d'euros d'investissements dans ses bâtiments et dans de nouveaux outils de production sont envisagés, selon ce même journal. En 2022, Lenglet Imprimeurs avait réalisé un chiffre d'affaires de 57,5 millions d'euros avec un résultat net de 4 millions d'euros. Mais en 2023, avec la flambée des prix du papier et le début de l'expérimentation Oui Pub, le marché des prospectus a vu ses volumes considérablement baisser. Lenglet Imprimeurs a été repris en 2021 par le groupe Riccobono, également détenteur d'Helio Print (Mary-sur-Marne, 77) et TSB (Allemagne). L'impression en héliogravure représente 40% de son chiffre d'affaires qui avoisine 250 millions d'euros. Il se répartit à hauteur de 30% dans l'impression de quotidiens nationaux, 20% dans la distribution et le portage et 10% dans le routage et le façonnage.

Avril 2024

**Caractère - 08 avril 2024**

L'imprimerie allemande TSB menacée, Hélio Print en restructuration.

L'imprimerie allemande TSB menacée, Hélio Print en restructuration

lundi, 08 avril 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Reprise par Groupe Riccobono durant l'été dernier, l'entreprise allemande TSB, imprimeur indépendant hélio, réalisant un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros, a été placée en procédure de redressement judiciaire en début d'année. Dans le but d'anticiper la décroissance du marché, Guillaume Riccobono avait prévu, dès l'offre de reprise, avec l'accord des syndicats, de restructurer l'entreprise en supprimant 78 postes de travail et en réduisant le nombre de rotatives héliogravure grande laize de 6 à 4. Malheureusement, la situation financière de l'entreprise, qui possède un site de 42 000 m² près de Düsseldorf, s'est avérée plus grave que présentée. Victime d'une présentation erronée des comptes de l'entreprise, Guillaume Riccobono a mené une action en justice pour faire valoir ses droits tout en décidant de se retirer de cette affaire. Aujourd'hui, l'avenir de TSB apparaît plus incertain que jamais. Sa fermeture éventuelle pourrait avoir un impact positif sur les autres sites d'héliogravure européens dont les sites français : Lenglet Imprimeurs et Hélio Print (également de Groupe Riccobono). Comme partout ailleurs, le marché français de l'hélio est fortement bousculé face à la baisse des volumes et la flambée des prix de l'énergie. Alors que Lenglet Imprimeurs a annoncé des investissements pour se diversifier, Hélio Print, en redressement judiciaire depuis fin novembre, traverse une phase de restructuration. « *Le plan social a été validé par les salariés et la Driets et sa mise en place devrait se faire dès ce mois d'avril* », a indiqué un porte-parole du groupe. « *Hélio Print poursuit les négociations avec les créanciers, notamment EDF, avec pour objectif de sortir de la période d'observation avant l'été ou juste après.* »

Caractère - 22 avril 2024

Euclès Daily s'équipe d'une encarteuse-piqueuse performante

Euclès Daily s'équipe d'une encarteuse-piqueuse performante

lundi, 22 avril 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Euclès Daily, entité numérique de Groupe Riccobono, qui imprime jour et nuit sur ses presses Kodak des quotidiens et des hebdomadaires internationaux, vient de finaliser l'installation dans son usine de La Courneuve (93) d'une ligne d'encartage et de piquage Hohner HHS Futura. Celle-ci prend en charge de multiples formats et paginations courant de 8 à 260 pages, en multiples de 4, 8, 12 ou 16 pages, dans différents types de papiers à partir de 60 g/m². La ligne dispose également d'un margeur de couvertures et de deux margeurs de cahiers.

Graphiline.com 25 avril 2024

Nouvelle ligne d'encartage chez Euclès Daily de Riccobono

Nouvelle ligne d'encartage chez Euclès Daily de Riccobono



Cette nouvelle ligne de façonnage Hohner HHS Futura permet à l'imprimerie francilienne Euclès Daily de proposer la fabrication complète de magazines, brochures et journaux, de l'impression jusqu'au routage et la distribution.



Faustine Loison

Publié le 25-04-2024

Euclès Daily, site francilien spécialisé dans l'impression de journaux courts tirages en numérique jet d'encre, appartenant au Groupe Riccobono, complète son parc **façonnage**. L'imprimerie de quotidiens et d'hebdomadaires de la presse internationale et de la PQR située à La Courneuve s'est dotée d'une nouvelle ligne d'encartage et de piquage Hohner HHS Futura.

Cette chaîne d'encartage et de piquage HHS Futura du constructeur allemand prend en charge de nombreux formats et paginations (de 8 à 260 pages en multiples de 4, 8, 12 ou 16 pages), de différents papiers à partir de 60 g/m². La ligne dispose également d'un margeur de couvertures et de deux margeurs de cahiers.




Ce nouvel équipement, qui s'ajoute à deux lignes de **façonnage** de journaux **Hunkeler**, permet à Euclès Daily de proposer la fabrication complète de magazines et de brochures, de l'**impression numérique** jet d'encre jusqu'au **routage** à découvert et la distribution en passant par la piquure et au massicotage 3 cotés.

"Les prix proposés sont très compétitifs jusqu'à 10 000 exemplaires avec des délais de fabrication très courts" souligne le groupe d'impression, de distribution, de **routage** et de **façonnage** qui compte 2700 salariés.

Les Clés de la Presse - 29 Avril 2024

L'option Proximy

L'option Proximy

 Petit à petit, le groupe Riccobono déploie sa toile dans le monde de la distribution de la presse. Depuis le rachat de Proximy, fin 2021, auprès du groupe les Echos-le Parisien, il n'a cessé d'étoffer son offre et son expertise, notamment via la reprise des activités de portage du Figaro ou celle du dépôt de Beauvais, pour s'imposer comme un acteur de poids (42 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023) dans la distribution de la presse en Ile de France et dans l'Oise. « 2023 a été une année d'intégration et de consolidation, nous explique son directeur général, Jérôme Mancellon, qui a aussi conclu en juin dernier un accord avec MLP pour mutualiser la livraison des diffuseurs parisiens. Les deux entreprises livrent actuellement les mêmes 600 marchands de presse : MLP la presse magazine et Proximy la presse quotidienne parisienne. Les tournées sont désormais mutualisées dans une perspective de réduction de la pollution atmosphérique et de désengorgement de la ville. « Cet accord doit constituer un exemple pour la filière, souligne-t-il : mutualiser sans fusionner, maintenir la concurrence et tendre vers les objectifs éco-

nomiques et environnementaux de la loi dite de modernisation de la distribution de la presse ».

Un laboratoire à Beauvais

Fidèle à l'ADN de sa maison-mère, Proximy investit massivement dans les études et les outils numériques pour faciliter les tournées de ses porteurs et apporter davantage de qualité de service à ses clients. « Nous travaillons par exemple sur une application qui recense toutes les données des clients à servir (avec mise à jour des adresses et des codes d'entrée) et permet à nos clients de savoir en temps réel si leurs abonnés (quotidiens et magazines) ont été servis », illustre Jérôme Mancellon. Sur un marché dont les volumes baissent chaque année, et où il est compliqué de recruter des porteurs, il est essentiel d'être agile pour optimiser les tournées. Ces outils constituent aussi pour Proximy une source de recettes complémentaires, puisqu'ils peuvent être proposés à d'autres sociétés de distribution en France et en Europe. Dans la même logique, le dépôt de Beauvais constitue « un laboratoire pour tester les synergies entre le métier de depositaire et le

portage », reconnaît-il. Une façon de proposer ses services ailleurs qu'en Ile de France ? « Nous sommes ouverts à toutes les opportunités, mais nous n'allons pas nous implanter dans une région sans le journal régional et le dépôt ». **Un dossier de la rédaction**



Caractère – 22 avril 2024

Euclès Daily s'équipe d'une encarteuse-piqueuse performante

Euclès Daily s'équipe d'une encarteuse-piqueuse performante

lundi, 22 avril 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Euclès Daily, entité numérique de Groupe Riccobono, qui imprime jour et nuit sur ses presses Kodak des quotidiens et des hebdomadaires internationaux, vient de finaliser l'installation dans son usine de La Courneuve (93) d'une ligne d'encartage et de piquage Hohner HHS Futura. Celle-ci prend en charge de multiples formats et paginations courant de 8 à 260 pages, en multiples de 4, 8, 12 ou 16 pages, dans différents types de papiers à partir de 60 g/m². La ligne dispose également d'un margeur de couvertures et de deux margeurs de cahiers.

Mai 2024

**Caractère – 13 mai 2024**

La nouvelle formule de « La Croix L'Hebdo », produite par Groupe Riccobono

La nouvelle formule de « La Croix L'Hebdo », produite par Groupe Riccobono

lundi, 13 mai 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Depuis le 9 avril dernier, Groupe Bayard propose une nouvelle formule de l'hebdomadaire *La Croix L'Hebdo* qui se caractérise par un nouveau format de 200 x 270 mm, 64 pages intérieures et 4 pages de couverture ainsi qu'une brochure en dos piqué au lieu du dos carré collé. Dans le cadre de ce changement, l'éditeur a choisi de confier à Groupe Riccobono l'impression (intérieur et couverture), le brochage et le routage de l'hebdomadaire dont le tirage oscille entre 80 000 et 90 000 exemplaires. La production de *La Croix L'Hebdo* demande l'intervention de trois centres. Le premier est le site offset de Newsprint, à Lieusaint (77), qui produit les cahiers intérieurs de 64 pages (2 x 32) en finition UPM Ultra Mat H 1.2, 60 g. Le deuxième est le site offset et héliogravure d'Hélio Print, à Mary-sur-Marne (77), qui est chargé de l'impression des couvertures (en Condat Silk 130 g). Et le troisième est le site France Routage, à Bussy-Saint-Georges (77), qui réalise le brochage et le routage, ce qui procure une synergie et une grande réactivité pour la production. En effet, le titre est imprimé à partir de 14 h le mardi pour les couvertures et à partir de 18 h le même jour pour les pages intérieures. Par la suite, le brochage (2 postes sous couvertures + encarts) et le routage sont effectués chez France Routage, pour une livraison avant 9 h chez Bayard, et avant 10 h le mercredi chez France Messagerie, qui réalise la distribution. Groupe Bayard bénéficie ainsi d'une solution globale d'impression, de brochage et de routage avec un atout majeur : un interlocuteur unique pouvant coordonner l'ensemble de la fabrication du titre au sein des entités Riccobono. Rappelons que ce dernier est le leader français de l'impression de quotidiens, son métier historique, qui représente 35 % de ses activités, le même pourcentage étant attribué à l'héliogravure. Ses autres pôles de compétence sont la distribution et le portage (20 %), et le routage, brochage et façonnage (10 %). Aujourd'hui, Groupe Riccobono représente plus de 2 700 salariés, pour près de 250 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Caractère – 15 mai 2024

Prolonger la vie de sa rotative s'il n'est pas possible d'en changer

Prolonger la vie de sa rotative s'il n'est pas possible d'en changer

Irremplaçables, parce que trop chères ou plus disponibles sur le marché, mais pour autant sans alternatives, les rotatives offset doivent continuer à produire. Comment les y aider ?

Par **Christophe Colin**

Toujours plus rapides, performantes et automatisées, les rotatives offset ont accompagné, tout au long de la seconde partie du XX^e siècle, la massification de la communication imprimée. Depuis une vingtaine d'années, c'est au contraire à la compression des volumes que leurs propriétaires sont confrontés. Une tendance baissière structurelle, aggravée récemment par toute une série de facteurs, qui vont de la hausse des coûts du papier à la crise énergétique, en passant par l'obsession gouvernementale à chasser les prospectus de nos boîtes aux lettres. Dans ce contexte, rares sont les entrepreneurs à oser investir dans une rotative neuve comme l'a pourtant fait, il y a deux ans, le quotidien breton *Le Télégramme* (lire *Caractère* n° 803-804). Même les imprimeurs de livres, dont le marché se maintient plutôt bien, se voient contraints de prorroger leurs investissements en impression continue, faute de fournisseurs (lire l'encadré ci-dessous) et d'offres alternatives économiquement

viables. L'impression jet d'encre sur rotative, dont les vitesses plafonnent à 200 m/min, contre 600 voire 900 m/min en offset, est en effet encore loin du compte, quand il s'agit de produire vite des quantités de journaux ou de cahiers dépassant les 5000 exemplaires.

Une longévité phénoménale

Aussi, n'est-il pas rare de voir en activité des rotatives de 20, 30 ou 40 ans d'âge. L'imprimerie Deval à Romans-sur-Isère (26) – qui est aussi l'éditrice des hebdomadaires régionaux *L'Impartial de la Drôme* et *L'Écho Drôme Ardèche* – exploite quant à elle depuis plus de 50 ans une rotative de marque Creusot-Loire. Le secret de cette longévité ? « *Un entretien méticuleux de tous les jours* », confie Simon Rouxel qui est à la tête de l'entreprise familiale, « *le savoir-faire des hommes, qui se sont relayés au fil du temps pour la conduire et se sont transmis leurs connaissances, et aussi des prestataires historiques compétents, à qui je tiens à rendre hommage. Des électromécaniciens notamment, car, du côté mécanique, ces machines sont in-*

LA RARÉFACTION DE L'OFFRE NÉCESSITE UNE VEILLE SUR LES PIÈCES DÉTACHÉES

Depuis la fusion en 2018 de Manroland web systems et de Goss, les constructeurs de rotatives pour la presse et le labeur ne sont plus qu'un nombre de trois : MGWS (manroland Goss web systems) donc, Koenig & Bauer et Komori. Ceux-ci garantissent à leurs clients l'approvisionnement en pièces détachées. Pour autant, des composants stratégiques tels que les moteurs

sont fabriqués par des constructeurs tiers, dont les gammes évoluent à leurs propres rythmes. Les constructeurs de presses adaptent donc leur offre de retrofit en conséquence. MGWS, par exemple, distingue trois niveaux : vert, les pièces sont toujours fabriquées ; orange, elles ne le sont plus, mais il existe des stocks ; et rouge, les stocks sont épuisés.

Pour le marché de l'édition, la fabrication de petites rotatives monocouleur Timson a été relancée en 2021 par la coentreprise TimsonsCPI, qui est en mesure de fabriquer une ou deux presses par an. Les presses Variquik, en revanche, ne sont plus produites depuis le milieu des années 1990, mais le stock de leurs pièces détachées n'est pas encore épuisé.



© Corlet

Les deux Variquik de Corlet Imprimeur, en service depuis plus de trente ans, produisent les volumes de livres en noir que ni les offset feuille à feuille ni les presses numériques ne peuvent rentabiliser.

crevables! Sur le marché de la rotative, on est en effet loin de l'obsolescence programmée. « Pour autant », tempère Franck Tavernier, directeur commercial chez manroland Goss, « il y a un avant et un après le monde moderne. J'entends par là que pour augmenter la vitesse et les automatismes des machines, on a fait appel à toujours plus d'électronique et d'informatique. Si la durée de vie de la mécanique n'a pratiquement pas de limite, en informatique, 10 ou 20 ans c'est une éternité! » Aussi, le rétrofit régulier des composants électroniques et des ordinateurs est un impératif. « La sauvegarde des disques durs est une nécessité absolue », confirme Malik Lahiani, dirigeant d'Equinox en région toulousaine qui possède une KBA de 24 pages. « Tout comme la recherche et le stockage de précaution des pièces électroniques que l'on ne trouve plus que sur le marché de l'occasion. » « Nous ne sommes pas la seule industrie à être confrontés au problème », précise à ce sujet Loïc Le Deuff, directeur de Midi Print (Groupe Riccobono). « Les sociétés d'autoroute ou les compagnies maritimes devraient déboursier des sommes astronomiques si elles devaient rétrofiter l'ensemble de leurs composants informatiques. Aussi, des entreprises se sont spécialisées dans la réparation et la fabrication sur mesure de composants qui n'existent plus sur le marché. »

Des compétences rares

L'autre sujet de préoccupation majeure, pour qui est chargé de la maintenance d'une rotative, porte sur les périphériques, comme les éléments des chaînes de coupe ou de convoyage, dont la disponibilité des pièces ne dépend pas du constructeur de la presse. Pour chacun d'eux, la vigilance est de mise pour s'assurer de la

compétence d'un professionnel tiers pour fabriquer à la demande, ou réparer, les pièces de rechange en cas de défaillance du constructeur. Parmi ces composants particuliers, les épurateurs de COV (composants organiques volatiles) des rotatives de labeur avec sècheurs revêtent une importance stratégique, car de leur bon fonctionnement dépend l'autorisation d'exploitation de la rotative. « Si la roto est récente », explique Malik Lahiani, « ses fours sont équipés d'épurateurs individuels fournis par le constructeur de la presse. Mais, pour les machines plus anciennes, nous dépendons d'un unique constructeur suédois, Megtec Systems, qui n'est pas en excellente santé. Pour reconditionner notre épurateur, dont le four doit être en permanence à plus de 800°, nous avons dû nous rapprocher d'un professionnel spécialisé, habilité à souder du tantale. Ce type de compétence ne se trouve que dans des industries très spéciales comme celle de la construction de sous-marins! » Compétences, le maître mot est lâché. Pour entretenir ses deux rotatives Variquik, âgées d'une trentaine d'années, et ses deux KBA de 16 pages, dont la plus récente date de 2012 et l'autre du milieu des années 2000, le groupe Corlet intègre, à demeure, une équipe de cinq spécialistes. « Ceux-ci, comme les conducteurs, connaissent sur le bout des doigts les Variquik pour en avoir entièrement refait une il y a des années », explique Jean-Luc Corlet. « Ils ont transmis, année après année, cette compétence unique en son genre aux nouveaux arrivants. Ce qui est formidable, c'est que nous arrivons à trouver des jeunes qui se prennent au jeu. Il y a quelques années, nous avons recruté un intérimaire en tant que receveur. Il est aujourd'hui conducteur polyvalent sur les Variquik et sur les presses numériques et se passionne pour son métier. »

Améliorer ses processus plutôt que la presse elle-même

Sans forcément booster la productivité de la presse, certaines technologies peuvent améliorer la qualité d'impression. Pourquoi s'en priver ?

Renouveler sa presse offset, feuille à feuille ou rotative, est d'ordinaire le meilleur moyen pour gagner en qualité comme en productivité. À défaut d'investir dans une nouvelle rotative, peut-on faire évoluer l'existante ? « Au vu des baisses chroniques des volumes », déplore Loïc Le Deuff (Midi Print), « les gains de productivité ne sont pas notre préoccupation majeure. Nos stratégies d'investissements s'orientent plutôt vers l'impression numérique. » Mais, alors que les performances des rotatives jet d'encre sont bien en deçà de leur équivalent offset, peut-on imaginer un mix ? Ajouter des têtes jet d'encre à une presse conventionnelle, comme cela se fait pour l'étiquette ?

« Doter une rotative offset d'une unité jet d'encre capable de tourner à très haute vitesse est techniquement réalisable », explique Christophe Dousset, directeur commercial chez le fabricant Domino, « mais n'a d'intérêt que pour l'impression de variables comme des codes QR. Pour booster les ventes d'un journal en organisant un jeu-concours, par exemple. »

Impliquer le prépresse

En matière de qualité, les gains sont en revanche toujours possible, à condition, cependant, d'impliquer le prépresse. « D'expérience, le simple fait d'ajuster les courbes de compensation des CTP à l'évolution de la machine apporte un surcroît certain de qualité », explique ainsi Nicolas Houbart, expert chez NormaPrint. En poussant plus loin, la mise en œuvre de solutions d'optimisation de l'encre, telles celles proposées par GMG, Alwan Color Expertise ou encore Binuscan, peut offrir une seconde jeunesse à une rotative. Un des derniers en date à en avoir fait l'expérience est Simon Rouxel (imprimerie Deval) en testant la Color-Box de Binuscan pour sa vénérable rotative Creusot-Loire. « Il s'agit d'un traitement très qualitatif qui agit globalement sur les fichiers PDF », raconte-t-il. « L'amélioration des quadris comme du rendu général des impressions est spectaculaire. Nous avons rendu nos annonceurs heureux ! » Les conducteurs également, semble-t-il : « L'optimisation de la séparation, en privilégiant l'encre noire, rend les calages plus rapides et réduit considérablement la gâche papier », poursuit le dirigeant. Ajoutons à cela que moins d'encre implique, outre les économies afférentes, moins de mouillage, ce qui veut dire, sur une rotative, moins de risque de casse papier.

Enfin, une autre piste d'amélioration n'est pas à négliger. Elle réside dans les progrès des encres elles-mêmes. Selon nos informations, le fabricant Sun Chemical mettrait au point des encres CMJN prometteuses, qui dispensent les rotativistes heatset de l'utilisation de leur sècheur, sans perte de qualité. Ces encres auraient déjà été testées par de grands imprimeurs français. À suivre.



Malik Lahiani, dirigeant d'Equinox (81), entretient méticuleusement avec ses équipes sa KBA 24 pages. Il dispose notamment d'un stock stratégique de pièces détachées pour faire face, sur la durée, à toutes sortes d'imprévus.

Les 5 clés de la durabilité

Sil n'est pas de formule magique pour aider une presse rotative à bien vieillir, le respect de quelques fondamentaux peut se révéler utile.

MISER SUR LES COMPÉTENCES

Personne mieux que ses conducteurs ne peut anticiper les besoins d'une rotative, à plus forte raison si elle est ancienne. Miser sur l'externalisation de la maintenance est peu recommandé, car l'entretien de la presse doit être quotidien. Le système D étant le seul qui vaille pour certains aspects de cette maintenance, les compétences internes sont, osons le mot, indispensables.

ANTICIPER PLUTÔT QUE SUBIR

La règle d'or en matière de management de la qualité industrielle est de prévoir les risques plutôt que d'improviser la résolution des problèmes. Un principe évidemment respecté dans la presse quotidienne, mais plus difficile à mettre en œuvre dans le labeur : les banquiers ne sont pas toujours disposés à financer les coûts du rétrofit. Or trouver une pièce d'occasion (ou en faire fabriquer une) prend du temps durant lequel la rotative risque l'immobilisation, avec toutes les conséquences que cela peut entraîner. Il est aussi préférable de se constituer un stock en effectuant une veille permanente sur le marché de l'occasion.

SEGMENTER LES BESOINS

Selon qu'il s'agit de la maintenance des tours d'impression, des sècheurs et des épurateurs, ou de la superstructure (pliage, convoyage, etc.), les interlocuteurs, les modes d'approvisionnement et les processus seront différents. À ce titre, chacun de ces segments demande une réflexion et des procédures spécifiques.

DISTINGUER LA MÉCANIQUE DE L'ÉLECTRONIQUE ET DE L'INFORMATIQUE

Si rien dans l'industrie n'est éternel, les temporalités de la pignonnerie ou d'une carte informatique n'ont rien de comparable. Des disparités indispensables à prendre en compte pour anticiper leur remplacement.

PENSER LA ROTATIVE DANS SON ENVIRONNEMENT

Bien que l'industrie graphique ait une sérieuse tendance au compartimentage, le bon fonctionnement d'une rotative dépend pour beaucoup des bonnes relations techniques entre la salle de presse et le prépresse. Penser les problématiques de façon holistique est un impératif.

Caractère – 15 mai 2024

POINTS DE VUE de Loïc Le Deuff, directeur de Midi Print (Groupe Riccobono)

POINTS DE VUE



“La gestion de l'électronique est stratégique,”

L'imprimerie Midi Print, de Groupe Riccobono, à Gallargues-le-Montueux (34), est équipée de deux rotatives Regioman (Manroland) acquises en 2007, l'une aux formats broadsheet et tabloïd, l'autre aux formats berlinois et demi-berlinois. Depuis un an, Loïc Le Deuff en assure la direction après avoir été le directeur industriel de La Provence. « Quand les volumes se réduisent en moyenne de 10% par an, l'heure est malheureusement plus à la mutualisation des outils de production qu'à l'investissement dans de nouvelles rotatives offset. La mécanique n'est pas un souci, compte tenu de la robustesse des machines et de la disponibilité des pièces de rechange. Plus contraignants sont les aspects informatique et électronique. Les rétrofits, proposés par le constructeur, représentent un coût très important et toutes les imprimeries ne peuvent pas investir. Il existe heureusement des prestataires, qui travaillent pour d'autres grandes industries, capables de réparer nos composants électroniques ou de nous en proposer d'autres, remis à neuf. La gestion des stocks de pièces détachées électroniques d'occasion revêt aujourd'hui une dimension stratégique. »

Loïc Le Deuff, directeur de Midi Print (Groupe Riccobono)



Caractère – 21 mai 2024

Le journal << 20 minutes >> va arrêter sa version papier, un coup dur pour ses imprimeurs

Le journal « 20 minutes » va arrêter sa version papier, un coup dur pour ses imprimeurs

mardi, 21 mai 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Le journal « 20 minutes » va arrêter sa formule papier en septembre prochain pour se concentrer sur le numérique. Cette mesure s'accompagnera de 56 suppressions de postes dans le journal. Mais c'est aussi un nouveau coup dur pour les imprimeries de presse chargées de sa production : L'Imprimerie, Midi Print, CIMP (toutes trois faisant partie de Groupe Riccobono) et Rossel Printing Company en Belgique. Groupe Riccobono n'a pas caché que cette décision aura un fort impact sur l'activité des sites concernés, sachant que 150 000 exemplaires sont imprimés à Midi Print et 300 000 à L'Imprimerie. Fondé en 2002, 20 minutes est le dernier journal papier gratuit distribué en France, après l'arrêt de Metronews en 2015 puis de CNews en 2021. Il dispose également d'une édition numérique. Confronté à des difficultés financières, malgré plusieurs réorganisations, le journal paraît trois jours par semaine (lundi, mercredi et vendredi) et a réduit sa présence en province ces dernières années. Il est distribué dans les gares ou stations de métro de huit villes : Paris, Lille, Lyon, Aix-en-Provence, Marseille, Toulouse, Bordeaux et Montpellier.

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse – 21 mai 2024

Distribution de la presse / Mission Soriano : vers un ambitieux accord de filière avec à la clé une profonde réorganisation centrée sur la mutualisation tant sur le plan industriel des imprimeries que de la distribution de la presse.

PROBLEMES D'ACTUALITE DES MEDIAS

Distribution de la presse / Mission Soriano : vers un ambitieux accord de filière avec à la clé une profonde réorganisation centrée sur la mutualisation tant sur le plan industriel des imprimeries que de la distribution de la presse

Selon nos informations, M. Sébastien SORIANO, président de l'Institut national de l'information géographique et forestière (IGN), ancien président de l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (Arcep), a circularisé en fin de semaine dernière auprès des parties prenantes les grandes lignes de ce qui pourrait être le socle du futur accord de filière entre gouvernement et acteurs de la filière, dans le cadre de la concertation sur la distribution de la presse qu'il a entamée fin avril à la demande des ministères de la Culture et de l'Economie. Document, qui à ce stade, n'aurait pas encore été validé par les pouvoirs publics. Cette mission devrait s'achever au plus tard mi-juin, ainsi que l'avait annoncé Mme Rachida DATI, ministre de la Culture, lors de son lancement (cf. CP du 23/04/2024).

Les acteurs concernés doivent désormais faire part de leurs observations avant qu'un texte définitif ne soit soumis à signature. Rappelons, en effet, que le dispositif prendra la forme d'un accord contractuel entre d'une part la puissance publique et d'autre part chacun des acteurs concernés, avec des engagements de part et d'autre, l'objectif étant de trouver un juste équilibre entre les intérêts des uns et des autres et les nécessaires concessions auxquelles ils devront consentir. L'accord devrait en outre être strictement encadré avec un comité de suivi et des points d'étape réguliers pour veiller à la réalisation effective des différents chantiers programmés.

Ambitieux et novateur dans ce secteur, il a pour objectif d'accompagner dans le temps la filière de la presse imprimée tout en la responsabilisant en tirant les conséquences de la baisse continue de la diffusion imprimée, toutes familles de presse confondues, et des implications sur tous les maillons de la chaîne, de l'impression (spécifiquement des quotidiens) à la distribution, qu'il s'agisse de la vente au numéro ou du portage pour les abonnés. La distribution postale, en revanche, n'est pas concernée, les possibilités de mutualisation étant inexistantes en raison notamment de contraintes horaires qu'il ne serait pas possible d'harmoniser entre ces différents modes de distribution.

Reprenant les pistes privilégiées par le rapport des inspections générales des finances (IGF) et des affaires culturelles (IGAC) (cf. CP du 8/04/2024), il s'agira de rationaliser le secteur en le réorganisant tant sur le plan industriel que logistique en faisant jouer au mieux les leviers de la mutualisation au niveau des imprimeries comme de la distribution, qu'il s'agisse du niveau 1 des messageries ou du niveau 2 des dépositaires. Comme l'a souligné le rapport, les enjeux de restructuration des imprimeries de presse quotidienne nationale (PQN) et régionale (PQR), de mutualisation des outils de distribution, de réduction globale de l'empreinte carbone "appellent une réponse coordonnée" dans le cadre d'une approche concertée entre l'Etat, les éditeurs de presse (nationale et régionale), les messageries et les imprimeurs.

S'agissant des imprimeries, le rapport suggère de mettre en place un maillage coordonné des centres d'impression PQN et PQR afin de faire imprimer les titres nationaux au plus près de la zone de vente et de développer une nécessaire mutualisation avec la PQR, contribuant ainsi à traiter le problème de surcapacité des imprimeries abordé jusqu'à présent de manière distincte entre PQN et PQR. Ainsi, relève le rapport, le réseau des imprimeries n'est pas coordonné, citant à titre d'exemple la proximité (quelque 40 km de distance) des imprimeries des sites de Gallargues (opéré par le groupe Riccobono) et de Saint-Jean-de-Védas, à proximité de Montpellier (opéré par le groupe La Dépêche).

Quant aux principaux obstacles à ces mutualisations entre PQN et PQR, ils tiennent à des différences de format et à la question des horaires de bouclage.

Dans le prolongement du rapport, le projet adressé par M. SORIANO tablerait sur une réduction du nombre de sites d'impression et une plus grande mutualisation afin de réduire les surcapacités. D'ores et déjà, cela conduirait à mettre un terme à toute nouvelle imprimerie offset à l'image de celle programmée au Canet-des-Maures entre "La Provence" (groupe CMA CGM) et "Nice-Matin" (NJJ Holding de M. Xavier NIEL), projet qui a cependant pris un important retard. En outre, serait envisagée une rationalisation des sites entre les groupes Ebra et Riccobono à Nancy et à Lyon conduisant à la suppression d'un site dans chacune de ces zones, ainsi qu'entre les groupes La Dépêche et Riccobono dans le sud (Toulouse, Saint-Jean-de-Védas et Gallargues) afin de passer de quatre à deux sites.

S'agissant des acteurs de la vente au numéro, la question d'une fusion entre les deux sociétés agréées de distribution de la presse (SADP) – France Messagerie et Messageries Lyonnaises de presse (MLP) –, périodiquement soulevée, serait clairement écartée. En revanche, ces deux acteurs devraient rationaliser leur fonctionnement et mutualiser ce qui peut l'être.

A commencer par le système d'information. Aujourd'hui, seul le portail diffuseur, Presse Connect, a été développé en commun. Une société en participation, Sifipresse a été créée en juillet 2022 entre les deux SADP à cet effet. Le projet présenté par M. SORIANO irait plus loin avec la mise en place d'un outil commun aux messageries, aux dépositaires et aux diffuseurs. Il s'agirait de Réseau Presse, développé par le Syndicat national des dépositaires de presse (SNDP) et qu'utilise déjà MLP. Pour l'heure, le cahier des charges des SADP (décret du 13 avril 2021 n° 2021-440) ne prévoit de mutualisation impérative que pour le portail diffuseur.

Le projet soumis à concertation prévoyait également la mutualisation du transport des magazines ainsi que du traitement des invendus et de l'export. En outre, sujet conflictuel entre les deux messageries, la question du drop au titre des livraisons "vente soir même" (VSM, Le Monde) et le dimanche devrait être résolue : jusque-là en partie mutualisé entre tous les titres, le coût correspondant devrait à l'avenir être facturé par France Messagerie aux titres concernés, sans préjudice pour autant de la péréquation.

En ce qui concerne le niveau 2 des dépositaires, deux situations sont à distinguer : la distribution sur Paris et en région. En ce qui concerne Paris, jusqu'à il y a peu, chaque messagerie avait son propre dispositif, ainsi que Proximy (groupe Riccobono) pour la distribution du "Parisien". Mais en 2023, MLP a signé un accord avec Proximy qui livre depuis l'automne dernier les titres MLP auprès des 600 diffuseurs parisiens. Cet accord concerne le transport des titres, pas leur préparation qui reste assurée par un des trois centres de MLP, Villabé. De son côté, France Messagerie opère des tournées de livraison pour ses titres (PQN et magazines) ainsi que des magazines qui ont rejoint les MLP en 2020 lors du dépôt de bilan de Presstalis mais dont il avait été convenu que MLP continuerait de confier leur livraison à France Messagerie pendant cinq ans, soit jusqu'au mois d'août 2025. Selon le projet filière, à l'avenir, France Messagerie et Riccobono devraient mener des discussions afin de mutualiser leur activité de dépositaire, ainsi qu'avec MLP. En région, l'objectif serait, comme recommandé par le rapport IGF-IGAC, de rapprocher les réseaux entre presse régionale et presse nationale afin de généraliser la mutualisation dans toute la mesure du possible en optimisant l'implantation des dépôts en opérant des fusions en tant que de besoin. Les réseaux de portage devraient également s'ouvrir à une mutualisation entre titres de presse régionale et nationale comme cela est déjà prévu dans l'accord Etat/Presse/Poste de 2022.

Les mesures envisagées ne seraient pas neutres financièrement, qu'il s'agisse des conséquences sociales ou des besoins d'investissements. Dans le premier cas, le projet évoquerait un possible accompagnement de la part des pouvoirs publics avec la mise en place d'aides à la restructuration pour accompagner tout particulièrement la rationalisation industrielle des imprimeries. En revanche, s'agissant de France Messagerie, les éventuelles conséquences sociales des réformes devraient être prises en charge via la soulte sociale constituée grâce à la contribution complémentaire et la contribution exceptionnelle de 2,25 % que les principaux éditeurs ont dû verser dans le cadre du plan de reprise de Presstalis présenté en 2020. Le montant cumulé de ces deux contributions avait été projeté à 47 M€ dans le plan de financement établi à l'époque.

Pour mémoire, ces sommes ont été logées dans une fiducie sociale mise en place par la SADP en février 2021. Figurant pour un montant de 12,9 M€ dans les comptes 2021 de la messagerie, le solde de la contribution versée par les éditeurs au titre des engagements sociaux se montait à 20,1 M€ au 31 décembre 2022. Depuis lors, cette contribution a été complétée par celle de CMI (1,27 M€) et Prisma (2,5 M€) pour un total de 3,77 M€ auxquels s'ajoutent les intérêts légaux, contribution que ces éditeurs n'avaient pas versée jusque-là en raison d'un désaccord avec France Messagerie. Celui-ci a été tranché par le Tribunal de commerce de Nanterre qui a condamné les deux éditeurs à régler les sommes en question (cf. CP du 18/04/2024).

Les comptes de l'exercice 2022 détaillent en outre des engagements pour rupture conventionnelle collective à la suite d'un accord signé en février 2022. Au 31 décembre 2022, il restait à verser 4,9 M€ au titre de cet accord, précise le document qui ajoute que la totalité des dépenses engendrées par celui-ci est financée par cette contribution versée par les éditeurs au titre de l'engagement social prévu dans le plan de reprise de Presstalis. Les comptes 2023 ne sont pas encore disponibles.

Hormis les conséquences sociales, les réformes envisagées pourraient nécessiter des investissements à l'occasion par exemple du déploiement de presses numériques ou encore de la réorganisation du réseau de dépositaires. Le projet prévoirait de solliciter de façon significative le Fonds stratégique de développement de la presse (FSDP).

Enfin, France Messagerie et les éditeurs de PQN continueraient de bénéficier de l'aide à la distribution en fonction du respect par ces derniers des engagements pris dans le cadre de l'accord qu'ils signeraient.

S'agissant plus spécifiquement de l'aide à la distribution de la presse quotidienne nationale d'information politique et générale (IPG), celle-ci se monte aujourd'hui à 27 M€ dont 9 M€ reversés directement à France Messagerie. Le rapport IGF-IGAC préconisent de maintenir cette aide à la distribution et de faire remonter à l'avenir les 9 M€ dans les comptes d'exploitation des éditeurs. Ainsi, cela conduirait la messagerie "à ajuster ses tarifs aux éditeurs de PQN pour retrouver ces 9 M€ en produits et l'inciter à accélérer ses travaux de réduction des coûts d'exploitation". Toutefois, ajoute le rapport des inspections, il ne faudrait pas que la reprise dans le compte d'exploitation des éditeurs de ces 9 M€ "conduise à une récupération de cette somme au profit exclusif des éditeurs de PQN IPG. Il serait donc souhaitable qu'un accord préalable au niveau de la Coopérative des Quotidiens (CDQ) permette d'y remédier". Il s'agit, ici, de réintégrer en particulier "L'Equipe" au nombre des bénéficiaires de cette aide.



La Correspondance de la Presse – 22 mai 2024

"Aides, centres de distribution... Comment le gouvernement entend réformer la presse papier"

Maître d'œuvre de la réforme de la presse, Sébastien Soriano entend généraliser des contrats de modernisation pour délivrer « une vision d'ensemble ». Il souhaite que les services de distribution France Messagerie et les MLP travaillent davantage de concert et évoque la fermeture du grand dépôt de Bobigny, en Seine-Saint-Denis - un dossier sensible car le moindre mouvement social dans ce dépôt bloque la distribution de la presse à Paris et en banlieue.

Le gouvernement veut aller vite. Il pense que les problèmes auxquels fait face la presse, bien identifiés, sont faciles à résoudre. C'est le sentiment qui prévaut chez les éditeurs de presse qui ont pris connaissance des propositions de Sébastien Soriano, l'ancien président de l'Arcep, mandaté par Bruno Le Maire, ministre de l'Économie, et Rachida Dati, à la Culture, pour réformer la presse. Sur le papier, tout paraît simple : les patrons de presse veulent bénéficier d'un système de distribution pérenne qui leur propose les tarifs les moins onéreux. Ils souhaitent reconfigurer leur parc d'imprimeries devenu surdimensionné avec la chute du papier. Du diagnostic à l'ordonnance, il n'a qu'un pas que Bercy et le ministère de la Culture ont déjà franchi.

À LIRE AUSSI : [Centraliser les aides à la presse ? Cette mauvaise idée du gouvernement qui ne profitera qu'aux plus gros](#)

Première décision que [Marianne](#) avait déjà évoquée : le gouvernement entend imposer la signature d'un contrat dit « de modernisation de la presse imprimée » à tous les acteurs du secteur. Ne pas le signer exposerait un éditeur de presse à ne plus pouvoir bénéficier d'aides. « L'objectif est d'avoir un contrat qui puisse être signé par tous les acteurs de toute la presse imprimée, quotidienne, nationale, régionale et magazine, détaille Sébastien Soriano. Le numérique et la Poste sont les seuls secteurs non concernés. La presse est déjà concernée par un grand nombre d'actions publiques, de réglementations, de régulations et d'aide mais nous avons fait le constat qu'il lui manque, dans ce puzzle, une pièce essentielle, un contrat qui responsabilise tous les acteurs et délivre une vision d'ensemble. C'est la meilleure façon de réaliser des économies tout en étant le plus efficace possible. En coordonnant plusieurs mesures d'efficacité, on tend à créer un équilibre global où l'effort peut être mieux partagé par tous. On sort d'une relation bilatérale pour donner naissance à une vision plus articulée. »

ET LES IMPRIMERIES ?

Qui sera habilité à signer ce document contraignant ? Un comité de suivi qui n'a pas de base légale ? C'est, bien évidemment, exclu. L'Arcep, le régulateur du secteur, n'est pas évoqué. La Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) qui attribue les aides à la presse ? Cette solution consacrerait la mise sous tutelle gouvernementale de la presse. « À ce jour, rien n'a encore été décidé mais en ce qui me concerne, je serais plutôt favorable à ce que le contrat soit signé par les différents acteurs sous l'égide de la puissance publique, précise Sébastien Soriano. Je ne crois pas que l'État doit être le signataire direct. »

Si ce contrat existait aujourd'hui, il serait mis en application pour valider, par exemple, la fermeture de deux imprimeries du groupe La Dépêche du midi sur les quatre qu'il détient, comme le préciserait le document de travail transmis à toute la profession. Il sera d'ailleurs intéressant de connaître la position de Jean-Michel Baylet, le PDG du groupe, qui entend décider seul de la fermeture ou non de ses imprimeries.

À LIRE AUSSI : [Distribution de la presse : quand le gouvernement veut imposer la mainmise des quotidiens nationaux](#)

Ce contrat serait aussi mis en œuvre par le groupe EBRA (L'Est Républicain, Le Dauphiné libéré, etc.) qui doit fermer deux imprimeries, l'une à Lyon, l'autre à Nancy. Nul ne sait si l'abandon du projet d'une imprimerie commune par La Provence et Nice-Matin devra faire l'objet d'un contrat s'inscrivant dans ce « puzzle » global. Dans la mesure où la cession de La Provence par Xavier Niel, [propriétaire de Nice-Matin](#), à Rodolphe Saadé reposait sur la construction de cette imprimerie, il faudra bien qu'un contrat dénoue l'accord qui avait été scellé. Dans ce cadre, où commence et où se termine la liberté d'entreprendre si ce contrat doit être signé sous l'égide de l'État ?

VERS UNE FUSION DES DISTRIBUTEURS ?

Dans le domaine de la distribution, le gouvernement veut aussi imposer, là encore par contrat, un rapprochement entre France Messagerie, la société qui distribue les quotidiens nationaux et représente 15 % du marché, avec les MLP, qui en détiennent 85 % et qui distribuent les magazines. D'après le texte qui aurait été transmis aux protagonistes, il serait question de mutualiser le premier maillon de la chaîne de distribution, celui qui part des imprimeries pour aller chez les dépositaires, à charge pour ces derniers de livrer ensuite la presse chez les marchands.

Les MLP, à n'en pas douter, réagiront par la négative à cette fusion rampante si elles s'aperçoivent que ce contrat leur impose de fermer les trois grands entrepôts dont elles disposent. Les magazines qui se battent pour leur indépendance auront sans doute du mal à accepter de perdre le contrôle sur leur distribution.

À LIRE AUSSI : [Distribution : comment le gouvernement veut masquer les subventions offertes à la presse des milliardaires](#)

Sébastien Soriano dément l'idée que cette mesure soit l'amorce d'une fusion entre les deux messageries. « Le fait qu'il puisse y avoir deux messageries peut être un atout, a-t-il déclaré. Je ne suis pas militant de la fusion des deux réseaux et je ne pense pas que ce soit la puissance publique qui doit inciter à ce type de rapprochement. Ce préalable posé, je pense qu'il le peut y avoir des rapprochements entre les messageries qui génèrent des

économies. Cela ne se résume pas à fermer des sites pour cela. On peut imaginer, par exemple, que le même acteur transporte tous les magazines à la sortie des sites. »

FERMETURE D'UN CENTRE DE DISTRIBUTION

Désireux de mettre fin à la compétition qui oppose France Messagerie et les MLP, le gouvernement demande à ces dernières de retirer la plainte qu'elles ont déposée devant le Conseil d'État contre la péréquation, cette contribution obligatoire imposée à toute la presse hors quotidiens et versée à France Messagerie. Inscrite telle quelle dans le document de travail, cette disposition peut constituer aussi bien un préalable à la négociation qu'une menace formulée à l'encontre des négociateurs qui se montreraient trop intransigeants. Enfin, le document annoncerait, à mots couverts, la fermeture du centre de Bobigny, le premier dépositaire de presse d'Île-de-France. France Messagerie devrait rejoindre les MLP et Proximy, la société qui distribue L'Équipe et Le Parisien et donc abandonner son centre de Bobigny. Le dossier est sensible car le moindre mouvement social dans ce dépôt bloque la distribution de la presse à Paris et en banlieue.

À LIRE AUSSI : [Vieillesse, législation sur la vie privée... Pourquoi la presse populaire fout le camp en France](#)

Sébastien Soriano explicite ainsi ce souhait : « La presse quotidienne nationale (PQN) et la presse quotidienne régionale (PQR) n'ont pas attendu pour partager leur réseau de distribution. Un tel rapprochement peut aussi avoir lieu à Paris. Il n'est pas absurde, au moment où le secteur connaît des baisses de valeur significatives, que la PQN, la PQR et les magazines mettent en commun leur réseau de distribution. Cela sera plus efficace et simplifiera la vie des marchands de presse qui traiteront moins de livraisons. » Il reste maintenant à savoir combien de projets, parmi tous ceux qui ont été évoqués, verront le jour.

Emmanuel Schwartzberg
Par Emmanuel Schwartzberg

Caractère – Mai 2024

Euclès Daily à la Courneuve

EUCLÈS DAILY

À La Courneuve (93)

Euclès Daily, entité numérique de Groupe Riccobono, qui imprime jour et nuit sur ses presses Kodak des quotidiens et des hebdomadaires internationaux, vient de finaliser l'installation, dans son usine de La Courneuve, d'une ligne d'encartage et de piquage Hohner HHS Futura. Celle-ci prend en charge de multiples formats et paginations courant de 8 à 260 pages, en multiples de 4, 8, 12 ou 16 pages, dans différents types de papiers à partir de 60 g/m². La ligne dispose également d'un margeur de couvertures et de deux margeurs de cahiers.

Jun 2024

union PRESSE.fr

UNION PRESSE – Juin 2024

Avenir de la distribution : une concertation pour avancer.

L'événement CONNAÎTRE



propres aux quotidiens nationaux. Après l'énorme traumatisme de 2020, les éditeurs de presse magazine n'acceptent plus d'assumer ces charges, alors que la presse quotidienne nationale n'est absolument plus structurante pour l'ensemble du marché de la vente au numéro. Nous estimons que c'est à l'État de soutenir ces titres, plutôt que de pérenniser un système tordu au nom d'une solidarité de filière. Le rapport évoque des pistes sérieuses d'économies, qui ne concernent pas notre famille de presse. Nous serons cependant vigilants à ce que la concertation menée par Sébastien Soriano n'aboutisse pas à des solutions qui déposséderaient massivement les dépositaires de flux, et serons attentifs aux effets de bord des rapprochements entre quotidiens nationaux et régionaux. Ce qui est sûr, c'est que la presse magazine, avec ses 500 titres et 7000 journalistes, ne supportera plus aucun transfert de valeur au profit de la presse quotidienne, et n'acceptera pas d'être considérée comme une variable d'ajustement. »

Jean-Marie Archereau, président de la commission vente et diffusion de la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS) et directeur des relations institutionnelles des Editions Dipa Burda

« Nous saluons la publication de ce rapport, dont certains éléments nous semblent aller dans le bon sens, comme

la poursuite de la mutualisation des flux et moyens industriels en régions entre les quotidiens nationaux et régionaux et la nécessité de finaliser la restructuration de France Messagerie grâce à la fiducie. Cependant, nous regrettons que les rapporteurs ne proposent pas de mettre fin au système de la péréquation, qui se cumule avec 27 millions d'euros de subventions, un montant stable alors que les volumes de presse quotidienne nationale ont diminué de 55 % depuis 2018, ou à la participation financière des éditeurs de presse magazine au coût du drop pour le dimanche et le soir. Il n'y a plus aucune justification à financer ce système qui relève de choix marketing propres aux quotidiens nationaux, qui disposent par ailleurs d'une avance stratégique dans leur transition numérique. Et ce d'autant plus que la presse quotidienne nationale n'est plus un vecteur majeur de fréquentation ou d'achat dans les points de vente. Nous pensons que les montants aujourd'hui dédiés à la péréquation seraient mieux investis dans une évolution plus incitative de la rémunération des marchands de presse, à laquelle les éditeurs pourraient ainsi consentir. S'il faut veiller au maintien de nos deux

“ La presse magazine ne supportera plus aucun transfert de valeur au profit de la presse quotidienne. ”

François Claverie

SADP dans un cadre concurrentiel sain, c'est le réseau des marchands de presse qui doit faire l'objet de nos efforts. Nous alertons également sur la nécessité de restructurer et préserver le réseau



incontournable des dépositaires, pour le rendre plus efficace commercialement. Pour ce qui est de la mission confiée à Sébastien Soriano, nous défendons la notion de mission d'intérêt général, seule à même de s'adapter dans le temps à l'attrition rapide des volumes de presse quotidienne nationale. »



Jérôme Mancellon, directeur général de Proximity (groupe Riccobono)

« Nous avons beaucoup apprécié que le travail de Proximity soit mis en exergue dans le rapport, notamment par la voie d'un encadré spécifique. Il s'agit selon moi de la reconnaissance de la stratégie que nous menons depuis deux ans et notre intégration au groupe Riccobono, avec une consolidation verticale et des synergies mises en place entre différents métiers, de l'imprimerie au portage, ou la reprise du dépôt de Beauvais. Nous partageons en effet le constat des rapporteurs sur la nécessité de poursuivre les mutualisations pour optimiser les flux de distribution. Opérateur privé et indépendant, Proximity a une philosophie : être là pour apporter des solutions. Nous sommes ouverts à toute opportunité sur le territoire français, y compris hors de notre bassin historique de l'Île-de-France, pour favoriser des synergies entre portage, vente au numéro, et distribution des quotidiens régionaux. Le monde change, les systèmes de distribution ont évolué, tout comme le rapport des clients à la logistique et aux produits avec des plateformes comme Amazon. Nous avons montré notre capacité à adresser ces sujets complexes en tant qu'opérateur. Le véritable écueil, ce serait que rien ne change! »

Caractère – Juin 2024

L'imprimerie allemande TSB menacée Hélio Print en restructuration.



HÉLIOGRAVURE

L'imprimerie allemande TSB menacée, Hélio Print en restructuration

Reprise par Groupe Riccobono durant l'été dernier, l'entreprise allemande TSB, imprimeur indépendant héliogravure, réalisant un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros, a été placée en procédure de redressement judiciaire en début d'année. Dans le but d'anticiper la décroissance du marché, Guillaume Riccobono avait prévu, dès l'offre de reprise, avec l'accord des syndicats, de restructurer l'entreprise en supprimant 78 postes de travail et en réduisant le nombre de rotatives héliogravure grande laize de 6 à 4. Malheureusement, la situation financière de l'entreprise, qui possède un site de 42000 m² près de Düsseldorf, s'est avérée plus grave qu'annoncé. Victime d'une présentation erronée des comptes de l'entreprise, Guillaume Riccobono a entamé une action en justice pour faire valoir ses droits tout en décidant de se retirer de cette affaire. Aujourd'hui, l'avenir de TSB apparaît plus incertain que jamais. Sa fermeture éventuelle pourrait avoir un impact positif sur les autres sites d'héliogravure européens dont les sites français: Lenglet Imprimeurs et Hélio Print (également de Groupe Riccobono). Comme partout ailleurs, le marché français de l'héliogravure est fortement bousculé face à la baisse des volumes et la flambée des prix de l'énergie. Alors que Lenglet Imprimeurs a annoncé des investissements pour se diversifier, Hélio Print, en redressement judiciaire depuis fin novembre, traverse une phase de restructuration. « *Le plan social a été validé par les salariés et la Dreets et sa mise en place devrait se faire dès ce mois d'avril* », a indiqué un porte-parole du groupe. « *Hélio Print poursuit les négociations avec les créanciers, notamment EDF, avec pour objectif de sortir de la période d'observation avant l'été ou juste après.* »

G. P.



Caractère – 24 Juin 2024

Groupe Riccobono imprime La France agricole

Groupe Riccobono imprime La France agricole

lundi, 24 juin 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Depuis le mois de mai, Groupe Riccobono a renforcé sa collaboration avec NGPA, éditeur du magazine La France agricole (65 000 ex.), premier hebdomadaire professionnel d'Europe pour les agriculteurs. Le titre, déjà broché et routé par France Routage, est désormais aussi imprimé dans le groupe. News Print est en charge de l'impression des cahiers intérieur dont la pagination va de 64 à 80 pages (avec un papier LWC Galerie Lite Gloss 48 g, de Sappi) ; et Hélio Print, de l'impression des couvertures 4 ou 8 pages, sur un papier Condat Gloss 100 g. Groupe Riccobono permet à La France agricole de bénéficier d'une solution industrielle globale d'impression, de brochage et de routage, et par conséquent d'une grande réactivité pour la production de ce titre, où les dernières réceptions de fichiers ont lieu le mardi à 19h30 pour une livraison chez France Routage à 5h le lendemain matin. Groupe Riccobono compte plus de 2 700 salariés, pour près de 250 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Juillet 2024



Caractère – juillet 2024

Le Groupe Riccobono gagne de nouveaux marchés

PRESSE

Le Groupe Riccobono gagne de nouveaux marchés

Depuis le 9 avril dernier, le Groupe Bayard propose une nouvelle formule de l'hebdomadaire *La Croix L'Hebdo* qui se caractérise par un nouveau format de 200x270 mm, 64 pages intérieures et 4 pages de couverture ainsi qu'une brochure en dos piqué au lieu du dos carré collé. Dans le cadre de ce changement, l'éditeur a choisi de confier au Groupe Riccobono l'impression (intérieur et

couverture), le brochage et le routage de l'hebdomadaire dont le tirage oscille entre 80000 et 90000 exemplaires. La production de *La Croix L'Hebdo* demande l'intervention de trois centres. Le premier est le site offset de News Print, à Lieusaint (77), qui produit les cahiers intérieurs de 64 pages (2x32) en finition UPM Ultra Matt H 1.2, 60 g. Le deuxième est le site offset et héliogravure d'Hélio Print, à Mary-sur-Marne (77), qui est chargé de l'impression des couvertures (en Condat Silk 130 g). Et, le troisième est le site France Routage, à Bussy-Saint-Georges (77), qui réalise le brochage et le routage, ce qui procure une synergie et une grande réactivité pour la production. En effet, le titre est imprimé à partir de 14 h le mardi pour les couvertures et à partir de 18 h le même jour pour les pages intérieures. Par la suite, le brochage (2 postes sous couvertures + encarts) et le routage sont

effectués chez France Routage, pour une livraison avant 9 h chez Bayard, et avant 10 h le mercredi chez France Messagerie, qui réalise la distribution. Le Groupe Bayard bénéficie ainsi d'une solution globale d'impression, de brochage et de routage. Depuis le mois de mai, le groupe Riccobono a aussi renforcé sa collaboration avec NGPA, éditeur de *La France Agricole* (65000 ex.), premier hebdomadaire professionnel d'Europe pour tous les agriculteurs et toutes les agricultures. Le titre, déjà broché et routé par France Routage, a confié également les travaux d'impression couverture et intérieur à deux sites du Groupe Riccobono. News Print pour l'impression des cahiers intérieur allant jusqu'à 64 à 80 pages sur un papier LWC: Galerie Lite Gloss 48 g (Sappi) et Hélio Print pour l'impression des couvertures 4 pages ou 8 pages sur un papier Condat Gloss 100 g.

Le Groupe Riccobono centralise ses processus prépresse et colorimétrique

lundi, 08 juillet 2024 | Auteur La rédaction | Actualités

AU TERME D'UNE MISE EN COMPÉTITION TECHNIQUE ET COMMERCIALE, LA SOLUTION DE BINUSCAN COLORBOX A ÉTÉ ADOPTÉE PAR LES SERVICES PRÉPRESSE DE SIX DES HUIT CENTRES DU PÔLE PRESSE DU GROUPE RICCOBONO QUI IMPRIME PQN ET PHR.

A la recherche de solutions pour réduire les coûts de production tout en améliorant la qualité, le pôle « Presse » du Groupe Riccobono a décidé d'optimiser, à travers un flux de traitement centralisé ColorBox de Binuscan, l'ensemble des pages PDF de la presse hebdomadaire régionale (PHR) et la presque totalité de la presse quotidienne nationale (PQN). Cette solution concerne les six centres offset sur le total des huit centres du pôle qui est composé également d'un centre Waterless et un centre Impression numérique. Cette centralisation des traitements prépresse permet notamment de réduire les coûts d'investissement comparé à la mise à jour de six ou sept licences du flux de pages existant qui est vieillissant.

La mise en œuvre centralisée de la ColorBox engendre surtout un gain de qualité appréciable tout en réduisant la consommation d'encre. « Nos clients éditeurs savaient que nous allions procéder à des essais grandeur nature d'une nouvelle solution. Ils n'ont pas été déçus », raconte Jean-Louis Bonnemaïson, directeur du Centre d'Impression Loire-Atlantique (CILA), un des trois centres d'impression sur les six concernés à avoir déjà adopté la ColorBox. « Le rendu est plus lumineux et coloré, alors que l'on utilise moins d'encre ! Cela nous a déjà permis d'adopter une trame plus fine de 120 lpp (lignes par pouce) au lieu de 100 lpp et espérons aller jusqu'à 133 lpp. Nous obtenons ainsi, sur nos papiers journaux, une qualité quasi photographique. » « Deux critères ont été déterminants dans notre choix, poursuit le directeur. D'une part, le système est indépendant de nos flux de pages, mais il s'y adapte en leur fournissant un PDF normalisé dont la séparation des couleurs a été optimisée pour l'impression rotative presse offset. D'autre part, ses technologies de conversion et d'adaptation chromatique des images et des fichiers ne sont pas destructives. »

L'ensemble des six sites de production offset du pôle « Presse » du Groupe Riccobono pourraient être connectés d'ici la fin de l'année, au rythme de la gestion du changement informatique. Une gestion facilitée par la simplicité d'utilisation de la box de Binuscan. « Toute la configuration s'est faite en ligne. Binuscan nous a simplement demandé de leur fournir un espace informatique accessible par identifiant et mot de passe ! », se souvient Jean-Louis Bonnemaïson. La solution peut ainsi être dimensionnée, selon les besoins du licencié.

N.B. En toute transparence, la rédaction de Caractère doit mentionner que son propre magazine utilise cette technologie de Binuscan dans ses processus de production depuis plus d'une année.

Septembre 2024

**Caractère – septembre 2024**

Diffusion Plus, Paragon et Riccobono montent un projet pour reprendre Milee

Diffusion Plus, Paragon et Riccobono montent un projet pour reprendre Milee

lundi, 09 septembre 2024 | Auteur La rédaction | Actualités

TROIS GROUPES, ÉVOLUANT À LA FOIS DANS L'IMPRESSION ET LE ROUTAGE, VIENNENT DE CRÉER LA SURPRISE DE CETTE RENTRÉE EN SE PLAÇANT CANDIDAT À LA REPRISE DU SECOND DISTRIBUTEUR DE COURRIER EN FRANCE, AUJOURD'HUI EN REDRESSEMENT JUDICIAIRE.

Les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono étudient la possibilité de former un consortium, afin de formuler une offre de reprise en cession judiciaire des activités de Milee (ex-Adrexo) pour éviter que la Poste ne se retrouve en situation de monopole. Ils considèrent en effet que la pérennité de l'activité de Milee permettra de maintenir une offre compétitive sur l'affranchissement. « *Au moment où l'arrêt programmé des campagnes d'imprimés publicitaires se confirme et même s'accélère, l'alternative du courrier adressé est considérée comme fondamentale pour maintenir et amplifier la performance du média papier* », indiquent-ils dans un communiqué.


Les conditions de l'offre de reprise impliqueraient une réduction temporaire du périmètre de couverture du territoire national de 60 à 50%, tout en incluant l'ouverture de la distribution à Paris (75). Il est cependant précisé que l'objectif est d'élargir cette couverture nationale dans les trois prochaines années, pour revenir rapidement à 60%, voire plus.

Jusqu'à 2200 salariés pourraient être repris dans l'offre du consortium, répartis sur près de 60 agences maintenues. « *Cela en ferait l'opération de reprise la plus importante de l'histoire de la filière "marketing et communication" en France* », peut-on lire dans le communiqué. Preuve qu'il s'agit bien d'un projet de filière, les membres du consortium ont exprimé le souhait d'ouvrir le capital à tous ceux qui voudraient soutenir la démarche. Les trois repreneurs savent cependant que le temps leur est compté et considèrent que l'accès aux données du dossier reste limité pour un projet d'une telle ampleur. Dans ce contexte, ils ont donc déposé, le 2 septembre dernier, une offre de cession judiciaire – esquissant le périmètre de reprise et les conditions du consortium – aux organes de la procédure du redressement judiciaire de Milee.

Les Clés de la Presse – 09 septembre 2024

Les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono se positionnent ensemble sur Milee (ex-Adrexo)

Les groupes Diffusion plus, Paragon et Riccobono se positionnent ensemble sur Milee (ex-Adrexo)

 Les groupes Diffusion plus, Paragon et Riccobono ont déposé le 2 septembre une offre de reprise de Milee, ex-Adrexo, seul opérateur global privé de distribution postale adressée en France avec une dimension nationale, dans le cadre de la procédure de redressement judiciaire. Le périmètre de reprise actuellement à l'étude par les trois partenaires, qui pourraient se regrouper dans un consortium, *« passerait par une réduction temporaire du périmètre de la couverture du territoire national de 60 % à 50%, incluant cependant l'ouverture potentielle de la distribution à Paris (département 75), élément important attendu par les clients donneurs d'ordres, notamment les banques, assurances, éditeurs presse et opérateurs d'énergie ou encore les télécoms, précisent-ils. Une montée en puissance de cette couverture nationale serait alors prévue dans les trois prochaines années, pour revenir rapidement à 60%, voire plus. Jusqu'à 2200 salariés pourraient être repris dans l'offre du consortium, répartis sur près de 60 agences maintenues. Cela en ferait l'opération de reprise la plus importante de l'histoire de la filière marketing et communication en France »*. Pour le consortium, la démarche est prioritairement sectorielle afin de pouvoir répondre aux attentes des clients donneurs d'ordres et du marché en général. L'objectif stratégique de cette filière est en effet de pouvoir pérenniser l'existence d'une alternative postale en France et une nécessaire concurrence dans ce domaine.

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse – 10 septembre 2024

Le tribunal de commerce de Marseille prononce la liquidation judiciaire de Milee, sans continuité d'activité.

Le tribunal de commerce de Marseille prononce la liquidation judiciaire de Milee, sans continuité d'activité

Alors que la période d'observation avait initialement été prolongée jusqu'au mois d'octobre (cf. CP du 29/07/2024), le tribunal de commerce de Marseille a finalement prononcé hier matin la liquidation judiciaire du distributeur de prospectus publicitaires Milee (ex Adrexo) sans continuité d'activité, a indiqué le syndicat CAT (Confédération autonome du travail). Milee avait été placée en redressement judiciaire en mai dernier (cf. CP du 31/05/2024).

Le tribunal a rendu sa décision "après avoir entendu le rapport des administrateurs et mandataires judiciaires et constaté que le paiement des salaires ne pouvait être assuré par les entreprises", déclare la direction de la société dans un communiqué.

Contacté par " La Correspondance de la Presse", M. Philippe VIROULET, un des élus de la CAT, indique que le tribunal s'est penché en "urgence sur le salaire des employés qui n'a pas été versé". Il fallait agir vite afin que l'AGS (régime de garantie des salaires, NDLR) puisse prendre en charge les salaires". En outre, "cette procédure conduira au licenciement des "5 000 salariés qui restaient"", ajoute-t-il.

Concernant l'offre de reprise de la société par le consortium Diffusion Plus, Paragon et Riccobono (cf. CP du 04/09/2024), M. VIROULET précise que celle-ci n'a pas été examinée. "Il n'y a pas de plan de cession de prévu. L'examen pourra éventuellement se faire plus tard mais nous n'en savons pas plus à ce stade", souligne-t-il.

"Une offre de reprise non financée à date avait été déposée, à la suite de l'appel d'offres initié par les administrateurs judiciaires, ne permettant pas de ce fait son examen futur par le tribunal compte tenu de l'impossibilité de poursuivre l'activité en l'absence de trésorerie", détaille quant à elle la direction de Milee dans son communiqué.

Du côté du consortium dont l'offre visait à proposer une solution pour assurer la pérennité de Milee (cf. CP 04/09/2024), on ne fait aucun commentaire. Toutefois, selon une source proche du dossier, le consortium chercherait à comprendre - alors qu'il était seul repreneur déclaré et en phase avec les principaux clients - pourquoi le tribunal ne lui a pas donné le délai supplémentaire demandé pour formuler une offre crédible.

Rappelons qu'Hopps Group a également été placé, le 27 juin dernier, en redressement judiciaire par le tribunal de commerce de Marseille (cf. CP du 04/07/2024).

Rappelons aussi que la SCP Abitbol-Rousselet à Paris (mission conduite par Me Frédéric ABITBOL) et la SCP Ajilink Avazeri Bonetto à Marseille (mission conduite par Me Frédéric AVAZERI) sont les deux administrateurs judiciaires désignés. La SCP BTSG à Neuilly-sur-Seine (mission conduite par Me Marc SENECHAL) et la SCP JP Louis & A Lageat à Marseille (mission conduite par Me Jean-Pierre LOUIS) sont quant à elles les co-mandataires judiciaires.

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse – 11 septembre 2024

Milee : les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono estiment que la décision du tribunal de commerce de Marseille de prononcer la liquidation de la société met « un terme au processus de reprise ».

Milee : les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono estiment que la décision du tribunal de commerce de Marseille de prononcer la liquidation de la société met "un terme au processus de reprise"

Les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono, consortium qui avait déposé une offre de reprise en cession judiciaire des activités de Milee, "regrettent" la décision du tribunal de commerce de Marseille lundi matin de prononcer la liquidation judiciaire sans poursuite d'activité du distributeur de prospectus publicitaires (cf. CP du 10/09/2024).

Le 2 septembre dernier, ce consortium avait déposé une offre de reprise conformément au calendrier fixé par le tribunal, et en perspective de l'audience du 7 octobre prochain. Ce projet avait pour objectif le maintien d'une alternative postale en France et de préserver plus de 2 000 emplois (cf. CP du 04/09/2024).

Hier, le consortium indique dans un communiqué "prendre acte" de cette décision qui met "un terme au processus de reprise", alors que "des moyens très importants" ont été "déployés depuis le mois de juillet et jusqu'à ce jour pour lever les obstacles d'un tel projet".

"La cessation immédiate des activités de Millee impacte d'ores et déjà la gestion postale de certains clients du consortium dont les équipes sont pleinement mobilisées pour assurer la transition opérationnelle", ajoutent par ailleurs les groupes, tout en soulignant que "la filière a, malgré tout, de nouveau montré sa capacité à se mobiliser pour ses clients et ses entreprises".

Seul repreneur déclaré et en phase avec les principaux clients, le consortium n'a pas eu de délai supplémentaire de la part du tribunal pour formuler une offre crédible.

Caractère – 11 septembre 2024

Riccobono a modernisé ses processus prépresse et colorimétrique.

Riccobono a modernisé ses processus prépresse et colorimétrique

A la recherche de solutions pour réduire les coûts de production tout en améliorant la qualité, le pôle « Presse » du Groupe Riccobono a décidé d'optimiser, à travers un flux de traitement centralisé ColorBox de Binuscan, l'ensemble des pages PDF de la presse hebdomadaire régionale (PHR) et la presque totalité de la presse quotidienne nationale (PQN). Ce choix s'est effectué au terme d'une mise en compétition technique et commerciale des différentes solutions existantes. La modernisation concerne les six centres offset sur le total des huit centres du pôle qui est comprend également un centre Waterless et un centre Impression numérique. Cette concentration des traitements prépresse permet notamment de réduire les coûts d'investissement comparés à la mise à jour de six ou sept licences du flux de pages existant qui est vieillissant. La mise en œuvre centralisée de la ColorBox a engendré un gain de qualité appréciable tout en réduisant la consommation d'encre. *« Nos clients éditeurs savaient que nous allions procéder à des essais grandeur nature d'une nouvelle solution. Ils n'ont pas été déçus »*, commente Jean-Louis Bonnemaïson, directeur du Centre d'Impression Loire-Atlantique (CILA), un des trois centres d'impression sur les six concernés à avoir déjà adopté la ColorBox. *« Le rendu est plus lumineux et coloré, alors que l'on utilise moins*

plus fine de 120 lpp (lignes par pouce) au lieu de 100 lpp et espérons aller jusqu'à 133 lpp. Nous obtenons ainsi, sur nos papiers journaux, une qualité quasi photographique.» «Deux critères ont été déterminants dans notre choix, poursuit le directeur. D'une part, le système est indépendant de nos flux de pages, mais il s'y adapte parfaitement en leur fournissant un PDF normalisé dont la séparation des couleurs a été optimisée pour l'impression rotative presse offset. D'autre part, ses technologies de conversion et d'adaptation chromatique des images et des fichiers ne sont pas destructives.» L'ensemble des six sites de production offset du pôle «Presse» du Groupe Riccobono pourraient être connectés d'ici la fin de l'année, au rythme de la gestion du changement informatique. Une gestion facilitée par la simplicité d'utilisation de la box de Binuscan. *«Toute la configuration s'est faite en ligne. Binuscan nous a simplement demandé de leur fournir un espace informatique accessible par identifiant et mot de passe!»,* se souvient Jean-Louis Bonnemaison. La solution peut ainsi être dimensionnée, selon les besoins du licencié.

N.B. En toute transparence, la rédaction de *Caractère* doit mentionner que son propre magazine utilise cette technologie de Binuscan dans ses processus de production depuis plus d'une année. **Christophe Colin**

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse – 16 septembre 2024

Groupe Riccobono / RSE / Compagy

♦ **Groupe Riccobono / RSE / Positive Company** : Le groupe Riccobono vient d'obtenir le label RSE Positive Company, après une phase d'évaluation qui s'est étendue sur près de six mois. Cette phase de labellisation a permis de mettre en lumière plusieurs aspects de la démarche RSE du groupe, notamment les initiatives pour réduire l'empreinte environnementale à travers une meilleure gestion énergétique et l'adoption de pratiques d'éco-conception innovantes ; la mise en place d'une gouvernance RSE "solide" qui soutient activement des projets à fort impact social ; et la mise en place du Lab Riccobono, laboratoire d'innovation R&D dédié à la recherche de solutions durables. Pour le groupe dirigé par M. Guillaume RICCOBONO, l'obtention de ce label "marque une étape majeure dans la stratégie de développement durable du Groupe Riccobono". L'entreprise se dit "déterminée à poursuivre sur cette voie et à renforcer son engagement sociétal, environnemental et démocratique, mobilisant ses équipes et ses partenaires pour un impact toujours plus positif."

GraphiLine Hebdo

GraphiLine Hebdo – 16 septembre 2024

Point de vue / Liquidation de Milee (ex-Adrexo) : quand le cadre législatif scelle le sort d'un secteur en crise

Point de vue / Liquidation de Milee (ex-Adrexo) : quand le cadre législatif scelle le sort d'un secteur en crise



Le 9 septembre 2024, la liquidation judiciaire de Milee, ex-Adrexo, géant de la distribution publicitaire, a été prononcée. Après plusieurs vagues de licenciements, l'entreprise n'a pas trouvé de repreneur et met fin à ses activités. 10 000 employés se retrouvent sans emploi, marquant ainsi l'une des plus grandes suppressions de postes en France depuis les années 1980.

 **Rédaction Graphiline**
Publié le 12-09-2024

Cette fermeture s'inscrit dans une transformation profonde d'un secteur en déclin. Milee, ex-Adrexo, géant français de la distribution publicitaire, a fermé définitivement ses portes. Cette [liquidation](#) intervient dans un contexte économique difficile pour l'ensemble de la filière de l'imprimé publicitaire. Face à une [conjoncture](#) défavorable, marquée par la montée du numérique et la baisse des volumes imprimés, l'entreprise n'a pas trouvé de repreneur. La fermeture définitive de Milee, ex-Adrexo, [marque](#) un tournant pour le secteur de la distribution publicitaire. En seulement un an, l'entreprise a vu ses effectifs passer de 10 000 à zéro.

Baisse des volumes de distribution.

Le secteur de la distribution publicitaire imprimée connaît depuis plusieurs années une baisse structurelle de la demande. Avec l'essor du numérique, les annonceurs se tournent de plus en plus vers des canaux digitaux, plus économiques et offrant une portée plus précise. Entre 2019 et 2023, le volume d'imprimés publicitaires a chuté de près de moitié, passant de 10,4 à 5,7 milliards d'exemplaires distribués. Cette transition s'est accélérée avec les effets de la crise sanitaire de 2020 et l'adoption massive des technologies numériques, affectant directement les entreprises autrefois dépendantes de la distribution physique.

Les imprimés publicitaires non adressés, qui représentent un chiffre d'affaires de 348 millions d'euros et 2 % des recettes média en 2023 (source BUMP), demeurent un levier particulièrement efficace pour les campagnes locales, générant du trafic en magasin. Selon une étude Balmétrie réalisée par IPSOS, 68 % des Français ont consulté au moins un imprimé publicitaire au cours des huit derniers jours. Ce support permet à 85 % des lecteurs d'accéder aux informations sur les promotions et les soldes, et incite 63 % d'entre eux à se rendre directement en magasin.

Le cadre législatif : des embûches insurmontables

La fermeture de Milee est en grande partie le résultat de décisions politiques et réglementaires qui ont fragilisé le secteur de la distribution d'imprimés publicitaires. Parmi ces facteurs, la taxe Citeo, issue du principe de « pollueur-payeur », a particulièrement pesé sur les annonceurs. En France, les entreprises qui utilisent des imprimés publicitaires doivent s'acquitter d'une contribution destinée à financer le recyclage et la gestion des déchets. Cette Responsabilité Élargie des Producteurs (REP), bien que justifiée par des préoccupations écologiques, a ajouté un fardeau financier à une industrie déjà en crise.

L'impact environnemental de la distribution de prospectus publicitaires est de plus en plus critiqué. Les initiatives comme la Convention citoyenne pour le climat, qui a voté le dispositif "Oui Pub", limitant la distribution non sollicitée, sont actuellement en phase de test dans plusieurs régions. Ces mesures visent à réduire les déchets générés par les imprimés, mais elles ont aussi considérablement diminué le volume d'activité. L'évolution des réglementations environnementales pose ainsi un défi majeur à un modèle économique déjà fragilisé. [Lire nos articles sur le Oui-Pub.](#)

Inflation, coût des matières premières et crise des transporteurs.

La liquidation de Milee ne peut être dissociée du contexte économique global. Depuis 2022, le secteur a été frappé par une hausse des coûts, en particulier celui des matières premières comme le papier, dont le prix a fortement augmenté en raison de la crise de l'énergie et des tensions géopolitiques. Parallèlement, l'inflation a pesé sur les marges des entreprises de distribution, tandis que les coûts de transport n'ont cessé de croître, fragilisant davantage les prestataires logistiques. Milee, déjà en difficulté, n'a pas su compenser ces hausses avec une stratégie d'adaptation suffisante.

Une gestion qui n'a pas su s'adapter aux nouvelles réalités.

Malgré un modèle économique remis en question, Millee n'a pas pris les mesures nécessaires pour anticiper la transformation du marché. Le manque d'investissements dans les outils numériques et la diversification de l'activité a précipité la chute de l'entreprise. En dépit des difficultés, l'entreprise a continué à miser sur la distribution physique, sans véritablement intégrer les innovations nécessaires pour se repositionner face à une demande en pleine mutation. Cette absence de stratégie d'adaptation aux nouvelles réalités économiques a été un facteur clé de la [liquidation](#).

La perte des principaux clients et un environnement concurrentiel intense.

Un autre facteur ayant précipité la [liquidation](#) de Millee est la perte de clients majeurs. Des enseignes telles que Cora et E. Leclerc, qui représentaient une part importante de son chiffre d'affaires, ont cessé de recourir à ses services en début d'année 2024. Cette hémorragie de clients n'a fait qu'aggraver les difficultés de l'entreprise, qui se voyait déjà concurrencée par [La Poste](#) via sa filiale Mediaposte. Avec une [concurrence](#) accrue dans un secteur en contraction, les marges se sont érodées, laissant peu de place à un redressement.

Un licenciement de 10 000 employés, sans solution de reprise.

La [liquidation](#) de Millee est l'une des plus importantes suppressions de postes en France depuis les années 1980. L'entreprise, en [redressement judiciaire](#) depuis mai 2024, n'a pas trouvé de repreneur viable, laissant 5 000 salariés supplémentaires sans [emploi](#) en septembre 2024. Le [tribunal de commerce](#) de Marseille a jugé qu'aucune solution de reprise n'était économiquement viable, condamnant ainsi définitivement l'entreprise.

Millee employait un grand nombre de travailleurs précaires, dont une part importante de retraités et d'employés à temps partiel dans des conditions de travail étaient difficiles : longues distances à parcourir à pied ou en voiture, rémunération au SMIC horaire, et frais de déplacement minimums. Ces conditions ont contribué à l'instabilité des employés, accentuant leur vulnérabilité face à la fermeture soudaine de l'entreprise.

Une offre de reprise jugée non viable.

Le consortium formé par Diffusion Plus, Paragon et Riccobono avait pourtant tenté de sauver Milee en déposant une offre de reprise. Les trois groupes, opérant dans l'impression et le routage, souhaitent éviter que La Poste, via sa filiale Mediaposte, ne devienne un monopole sur le marché de la distribution publicitaire. Leur plan prévoyait une reprise partielle des activités de Milee, avec une couverture du territoire réduite de 60 à 50 % dans un premier temps, et la réouverture progressive de 60 agences. Jusqu'à 2 200 salariés auraient pu être réemployés, faisant de ce projet l'une des plus grandes opérations de reprise du secteur en France. Cependant, malgré l'ambition de cette offre, le tribunal de commerce a jugé qu'elle manquait de viabilité financière.

Il serait illusoire de déplorer la fermeture d'une entreprise lorsque l'ensemble des dispositions prises a contribué à rendre son modèle économique caduc. Ce ne sont pas uniquement les erreurs de gestion qui ont conduit à la liquidation de Milee, mais bien des choix politiques et réglementaires qui ont façonné son déclin inéluctable. Ces décisions envoient un signal sans équivoque : les entreprises doivent impérativement s'adapter aux nouvelles exigences économiques et écologiques sous peine de disparaître.

Caractère – 16 septembre 2024

Le tribunal de commerce met un terme à l'activité de Milee, le distributeur de courrier

Le tribunal de commerce met un terme à l'activité de Milee, le distributeur de courrier

lundi, 16 septembre 2024 | Auteur La rédaction | Actualités

ALORS QU'ELLE PROPOSAIT DE MAINTENIR 2000 EMPLOIS, L'OFFRE ÉMISE PAR UN CONSORTIUM RÉUNISSANT LES GROUPES DIFFUSION PLUS, PARAGON ET RICCOBONNO N'A MÊME PAS ÉTÉ ÉTUDIÉE.

À la surprise générale, le tribunal de commerce de Marseille a décidé le 9 septembre dernier de prononcer la liquidation judiciaire sans poursuite d'activité de la société Milee (ex-Adrexo), spécialisée dans la distribution de courriers publicitaires. Il a justifié cette décision par l'impossibilité pour elle de poursuivre son activité et d'assurer le paiement des salaires du mois d'août en raison de l'absence de trésorerie. Autrement dit, la procédure a mis fin à l'activité de l'entreprise. Ses biens seront vendus pour permettre le paiement des différents créanciers. Près de 2000 personnes supplémentaires devraient être licenciées. « *Pour les salariés déjà licenciés et/ou en cours de procédure de licenciement, il n'y a pas de changement. Les délais restent identiques ainsi que les prises en charge par l'AGS. 22 millions ont déjà été avancés par les AGS depuis le début du redressement judiciaire de Milee et Ad Productions. Pour ceux qui étaient encore en poste, les contrats de travail seront rompus dans un délai de 21 jours suivant le jugement prononçant la liquidation judiciaire, puisqu'un plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) doit être établi. Ce PSE doit être homologué par la Dreets dans un délai de quatre jours* », a indiqué la Confédération autonome du travail de Milee sur son site internet.

Cette décision met un terme au processus de reprise formalisé le 2 septembre dernier par les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono réunis en consortium ([Lire aussi : « Diffusion Plus, Paragon et Riccobono montent un projet pour reprendre Milee »](#)). Ils estiment pourtant avoir déposé une offre dans un délai conforme aux exigences du tribunal de commerce de Marseille. Mais si l'on en croit la direction de Milee, l'absence de trésorerie a empêché la possibilité d'une poursuite d'activité ou tout projet de reprise. « *Une offre de reprise non financée à date avait été déposée, suite à l'appel d'offres lancé par les administrateurs judiciaires, ne permettant pas de ce fait son examen futur par le tribunal, compte tenu de l'impossibilité de poursuivre l'activité en l'absence de trésorerie* », a détaillé le communiqué de la direction de Milee. Pourtant, le projet d'offre de reprise aurait mérité d'être davantage étudié, car il avait pour objectif de maintenir une alternative postale en France et de préserver plus de 2000 emplois. « *La cessation immédiate des activités de Milee impacte d'ores et déjà la gestion postale de certains clients du consortium dont les équipes sont pleinement mobilisées pour assurer la transition opérationnelle. Les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono ont une pensée particulière pour les milliers de salariés pour lesquels ils ont tenté de trouver une solution. La filière a montré, malgré tout, sa capacité à se mobiliser pour ses clients et ses entreprises. Le consortium regrette une telle issue* », pouvait-on lire dans le communiqué de presse du consortium publié le 10 septembre dernier.

Caractère hebdo – 23 septembre 2024

Groupe Riccobono décroche le label RSE Positive Company

Groupe Riccobono décroche le label RSE Positive Company

lundi, 23 septembre 2024 | Auteur La rédaction | Télégrammes

Spécialisé dans l'impression de gros volumes (presse quotidienne, magazines), le portage et la distribution, Groupe Riccobono vient d'obtenir le label RSE Positive Company après une période d'évaluation de près de six mois. L'obtention de ce label témoigne de l'engagement de l'entreprise en faveur d'une stratégie durable et responsable. La phase de labellisation a permis de mettre en lumière plusieurs points forts de la démarche RSE du groupe, dont l'éco-conception et l'économie d'énergie, la gestion de la stratégie RSE ou encore l'innovation en faveur de solutions durables. L'obtention de ce label marque ainsi une étape majeure dans cette stratégie. Groupe Riccobono a réalisé 250 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023, avec 2700 salariés.

Octobre 2024

Le magazine des professionnels de l'imprimé
Caractère

Caractère – 22 octobre 2024

Clap de fin pour le distributeur de courrier Milee

Clap de fin pour le distributeur de courrier Milee

Le tribunal de commerce de Marseille a décidé, le 9 septembre dernier, de prononcer la liquidation judiciaire sans poursuite d'activité de la société Milee (ex-Adrexo), spécialisée dans la distribution d'imprimés publicitaires. Il a justifié cette décision par l'impossibilité pour elle de poursuivre son activité et d'assurer le paiement des salaires du mois d'août en raison de l'absence de trésorerie. Autrement dit, la procédure a mis fin à l'activité de l'entreprise. Ses biens seront vendus pour permettre le paiement des différents créanciers. Près de 2000 personnes supplémentaires devraient être licenciées. Cette décision met un terme au processus de reprise formalisé, le 2 septembre dernier, par les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono réunis en consortium. Ils estiment



pourtant avoir déposé une offre dans un délai conforme aux exigences du tribunal de commerce de Marseille. Mais si l'on en croit la direction de Milee, l'absence de trésorerie a empêché la possibilité d'une poursuite d'activité ou de tout projet de reprise. « Une offre de reprise non financée à date avait été déposée, suite à l'appel d'offres lancé par les administrateurs judiciaires, ne permettant pas de ce fait son examen futur par le tribunal, compte tenu de l'impossibilité de poursuivre l'activité en l'absence de trésorerie », a détaillé le communiqué de la direction de Milee.

Une offre mal considérée

Pourtant, le projet d'offre de reprise aurait mérité d'être davantage étudié, car il avait pour objectif de maintenir une alternative postale en France et préserver plus de 2200 emplois. « La cessation immédiate des activités de Milee impacte d'ores et déjà la gestion postale de certains clients du consortium dont les équipes sont pleinement mobilisées pour assurer la transition opérationnelle. Les groupes Diffusion Plus, Paragon et Riccobono ont une pensée particulière pour les milliers de salariés pour lesquels ils ont tenté de trouver une solution. La filière a montré, malgré tout, sa capacité à se mobiliser pour ses clients et ses entreprises. Le consortium regrette une telle issue », pouvait-on lire dans le communiqué de presse, publié le 10 septembre dernier.

G. P.

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse – 22 octobre 2024

Proximy et France Routage (Groupe Riccobono) s'unissent pour proposer une solution de distribution adressée aux éditeurs de magazines et aux donneurs d'ordre en marketing direct

Proximy et France Routage (Groupe Riccobono) s'unissent pour proposer une solution de distribution adressée aux éditeurs de magazines et aux donneurs d'ordre en marketing direct

Proximy et France Routage, deux sociétés du Groupe Riccobono, viennent d'annoncer unir leurs forces pour proposer une solution de distribution adressée "innovante" destinée aux éditeurs de magazines et aux donneurs d'ordre en marketing direct et courriers de gestion.

Proximy est spécialiste de la distribution de presse en Ile-de-France et dans l'Oise, et France Routage, est un acteur national du brochage et routage de presse magazine. Les deux sociétés mettent en avant la hausse prévue du prix du timbre en 2025 pour promouvoir cette offre présentée comme une alternative économique indispensable à la survie de la filière papier.

A partir de cette année, cette offre se déploiera tout d'abord sur le réseau actuel des 160 000 adresses déjà distribuées par Proximy sur la zone Ile-de-France et l'Oise, avant de s'étendre progressivement sur l'ensemble du territoire national.

La distribution repose sur le schéma logistique de Proximy, composé de 1 400 porteurs, huit plateformes, et une flotte d'une centaine de Paper Trucks, qui sera complétée par un réseau de points relais équipés de lockers dédiés. Elle reposera sur un système d'information "innovant" visant à garantir une "efficacité optimale".


La combinaison des expertises de France Routage et de Proximy vise à offrir des "tarifs compétitifs" tout en "garantissant un service de qualité".



Les Clés de la Presse – 25 octobre 2024

Riccobono lance une nouvelle offre de distribution adressée

Riccobono lance une nouvelle offre de distribution adressée

 Proximy et France routage, deux filiales du groupe Riccobono, l'une spécialisée dans la distribution de la presse en Ile-de-France et dans l'Oise, l'autre dans le brochage et le routage de presse magazine, s'associent pour proposer aux éditeurs de magazines et aux donneurs d'ordre en marketing direct et courriers de gestion une nouvelle offre de distribution adressée. Présentée comme une alternative à la Poste, dont les tarifs vont encore augmenter en 2025, cette solution s'appuie sur un outil de gestion et d'optimisation de la distribution basée sur l'IA, et peut se déployer sur un réseau de 160 000 adresses déjà distribuées par Proximy sur ses zones de rayonnement, avant de progressivement s'étendre à l'ensemble du territoire national.

Caractère hebdo – 28 octobre 2024

Groupe Riccobono crée une solution de distribution adressée

Groupe Riccobono crée une solution de distribution adressée

Publié le 28 octobre 2024



Face aux hausses prévues du prix du timbre en 2025, Proximy, spécialiste de la distribution de la presse en Île-de-France et dans l'Oise, et France Routage, leader du brochage et du routage de la presse magazine, viennent d'annoncer un partenariat stratégique. Ces deux sociétés de Groupe Riccobono offrent une nouvelle solution de distribution adressée, destinée dans un premier temps aux éditeurs de magazines, puis aux donneurs d'ordres en marketing et courriers de gestion. Cette offre va d'abord se déployer sur les 160 000 adresses déjà distribuées par Proximy sur la zone Île-de-France et dans l'Oise, avant de s'étendre progressivement sur l'ensemble du territoire national. Au cœur de cette offre se trouve un système d'information innovant pour la gestion et l'optimisation de la distribution, faisant appel à l'intelligence artificielle.

La

Correspondance de la Presse

La Correspondance de la Presse – 29 octobre 2024

Groupe Riccobono se diversifie dans les papiers destinés aux emballages écoconçus, activité qui doit représenter 10% de son chiffre d'affaires d'ici cinq ans.

Le groupe Riccobono se diversifie dans les papiers destinés aux emballages écoconçus, activité qui doit représenter 10 % de son chiffre d'affaires d'ici cinq ans

Le groupe Riccobono, spécialiste de l'impression de quotidiens et acteur de l'héliogravure et de l'offset, a annoncé hier élargir son champ d'action avec la création d'un Pôle Enduction, une nouvelle branche dédiée à l'innovation en matière de papiers thermoscellants écoconçus.

Ce Pôle Enduction se concrétise avec le lancement du centre de production Novatec Industry à Mary-sur-Marne (Seine-et-Marne). Sous la direction de M. Eric CARLE, ce nouveau pôle fabriquera divers types de papiers thermoscellants et imprimés, destinés à des emballages souples écoconçus pour tous les secteurs d'activité.

Pour Riccobono, cette diversification vise à répondre aux récentes législations européennes et françaises. Ainsi, avec la directive (2019/904) relative à la réduction de l'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement, tous les secteurs doivent revoir leurs pratiques. En France, la loi (n° 2020-105) du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (dite loi AGECE), entrée en vigueur en janvier 2022, interdit l'utilisation de films plastiques pour les emballages à usage unique. Le secteur des arts graphiques, notamment les éditeurs de magazines et de journaux, a été particulièrement touché, notamment pour le roulage de leurs publications qui utilisaient auparavant des emballages en plastique.

Via le Lab Riccobono, une cellule de R&D, le groupe Riccobono a investi pour développer une nouvelle alternative aux procédés existants (extrusion, vernis aqueux et hotmelt). Le Lab Riccobono a déposé en 2023 un brevet pour une méthode innovante d'enduction, baptisée Enduction Riccobono System (ERS). Cette technologie repose sur l'application d'un adhésif réactivable à chaud, sans utilisation d'eau, une avancée technique qui se distingue par sa faible empreinte énergétique, en supprimant le recours à des fours de séchage.

Le procédé ERS permet de produire du papier thermoscellant à faible grammage, réduisant ainsi le poids des emballages, en ligne avec les recommandations de CITEO pour diminuer les coûts de transport postal. Le groupe propose désormais une gamme de six types de papiers thermoscellants, destinés à des applications variées.


D'ici cinq ans, le groupe Riccobono prévoit que ce nouveau pôle contribuera à hauteur de 10 % de son chiffre d'affaires. A ce jour, le groupe Riccobono représente plus de 2700 salariés, pour près de 250 millions de chiffre d'affaires.



Les Clés de la Presse – 29 octobre 2024

Riccobono mise sur l'enduction

Riccobono mise sur l'enduction

 Le groupe Riccobono joue la carte de l'enduction, ce processus de traitement de surfaces (papier, film plastique, textile, métal) visant à leur conférer des propriétés spécifiques, telles que la résistance aux graisses, l'adhérence, l'antioxydation, ou encore la protection contre l'eau, en créant un nouveau pôle sur-mesure. Partant du principe que la directive européenne sur l'utilisation du plastique à usage unique va obliger les acteurs du secteur, notamment les éditeurs de magazines et de journaux, à revoir leurs pratiques de routage, le groupe a mis au point un nouveau procédé inédit pour la production de papier thermoscellant, dont la production et la commercialisation seront assurées par ce nouveau pôle, qui a vocation à représenter 10% de son chiffre d'affaires d'ici à cinq ans.

Novembre 2024



Caractère – novembre 2024

Groupe Riccobono crée une nouvelle solution de distribution adressée

Groupe Riccobono crée une nouvelle solution de distribution adressée

Face aux hausses prévues du prix du timbre en 2025, Proximy, spécialiste de la distribution de la presse en Île-de-France et dans l'Oise, et France Routage, leader du brochage et du routage de la presse magazine, viennent d'annoncer un partenariat stratégique. Ces deux sociétés de Groupe Riccobono offrent une nouvelle solution de distribution adressée d'abord destinée aux éditeurs de magazines, puis élargie aux donneurs d'ordres en marketing et courriers de gestion. Cette offre va d'abord se déployer sur les 160000 adresses déjà distribuées par Proximy sur la zone Île-de-France et dans l'Oise avant de s'étendre progressivement sur l'ensemble du territoire national.

Éclairage: Au cœur de cette offre se trouve un système d'information innovant pour la gestion et l'optimisation de la distribution, faisant appel à l'intelligence artificielle.

GraphiLine Hebdo

Graphiline– 03 novembre 2024

Le Groupe Riccobono ouvre son laboratoire de recherche et développement

Le Groupe Riccobono ouvre son laboratoire de recherche et développement



Le Groupe Riccobono, qui a déjà à son actif plusieurs brevets, compte poursuivre la R&D et l'amélioration des processus dans le secteur des arts graphiques et autres métiers connexes, sous la direction de Camille Hoarau.

Afin d'accélérer la recherche et l'innovation, le Groupe Riccobono se dote d'un laboratoire interne de R&D. Baptisé Lab Riccobono, il est composé des spécialistes techniques des centres de production des quatre activités du groupe - presse, magazine, façonnage et distribution - qui réalisaient déjà un travail de développement et d'amélioration de leurs process. Cette cellule transversale est "un accélérateur" permettant de partager les progrès des équipes, mais également les échecs, souligne le groupe français.

Sous la direction de Camille Hoarau, directeur industriel de Riccobono, le Lab Riccobono assure une veille technologique dans le secteur des arts graphiques et les autres pôles d'activités et travaille à l'optimisation des processus de production, afin d'accroître vitesse et fiabilité des opérations des 13 sites d'impression, sept sites de façonnage-routage et 10 dépôts de distribution du groupe. Ce laboratoire est également le lieu de développement de nouvelles idées.

Avec un chiffre d'affaires atteignant près de 310 millions d'euros et employant 3 000 salariés, le groupe dirigé par la cinquième génération du fondateur, Guillaume Riccobono, a déjà déposé plusieurs brevets à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI).

Riccobono a, par exemple, créé des solutions de remplacement au film plastique pour le portage, comme l'adressage sur étiquette enlevable (brevet Label Press) ou l'adressage sur étiquette rabattable enlevable, support fermé sur un côté (brevet Label Press Folding).

Il a également lancé un nouveau papier thermoscellant de routage à très faible grammage, le Paper Press, permettant aux éditeurs de faire des économies d'affranchissement postal (brevet ERS pour Enduction Riccobono System).

L'imprimeur a par ailleurs installé les premières machines en Europe pour le recassage des tabloïds en quart de pli, une innovation dont le groupe Riccobono a le monopole en France.



Le Mensuel éco Grand Est – 05 novembre 2024

Nancy Print obtient le label Positive Compagny

NANCY PRINT obtient le label Positive Company®

Spécialisée dans l'impression de journaux, **Nancy Print**, à Jarville-la-Malgrange, est engagée, à l'instar du groupe Riccobono (2 700 salariés sur une quinzaine de sites en France) auquel elle appartient, au label Positive Company® depuis août dernier. « *Début 2023, nous avons formalisé une démarche RSE existante de façon empirique dans laquelle l'ensemble des collaborateurs est engagé* », explique **Fabrice Vehert**, directeur de l'imprimerie meurthe-et-mosellane qui emploie 24 personnes. Ainsi, un comportement écoresponsable dans les ateliers s'ajoute à la politique exigeante de réduction des déchets à la source par utilisation de matières recyclées ou recyclables et la réduction du suremballage. L'installation de panneaux solaires, l'éclairage par ampoules LED et le chauffage des bureaux par récupération de la chaleur du process de production, contribuent à la réduction de la consommation énergétique. « *Nous utilisons majoritairement du papier recyclé en circuit court en provenance de la papeterie Norske Skog à une cinquantaine de kilomètres, et les encres employées sont certifiées Blue Angel. Nous proscrivons les produits toxiques et menons une politique antigaspillage quotidienne, grâce à nos installations qui affichent un faible taux de gâche de papier au démarrage inférieur jusqu'à 60 % par rapport aux rotatives de précédente génération* », souligne Fabrice Vehert.



Fabrice Vehert,
directeur de l'imprimerie Nancy Print

Le Moniteur de Seine-et-Marne – 05 novembre 2024

Mary-sur-Marne : Novatec Industry primée au salon All4Pack Emballage Paris

Le Moniteur
de Seine-et-Marne

ACTUALITÉ POLITIQUE JUSTICE FAITS-DIVERS ECONOMIE SOCIÉTÉ CULTURE ET LOISIRS SPORT

Mary-sur-Marne : Novatec Industry primée au salon All4Pack Emballage Paris

16 entreprises seine-et-marnaises, spécialisées dans l'emballage, participent au salon All4Pack Emballage Paris. Novatec Industry y recevra un prix.

Farid ZOUAOUI, le mardi 05 novembre 2024



Du 4 au 7 novembre, au centre Paris-Nord de Villepinte, **86 entreprises d'Île-de-France** présentent leur activité et leurs nouveautés à l'occasion du **All4Pack Emballage Paris 2024**. Ce salon international, dédié aux solutions innovantes et durables des emballages pour toutes les industries, **réunit près de 1 000 exposants et 30 000 professionnels**.

Parmi ces 86 entreprises franciliennes, **16 sont implantées en Seine-et-Marne*** 7. Une sera même récompensée à l'occasion d'un concours mettant à l'honneur les nouveautés et innovations les plus marquantes présentées par les exposants durant ce salon. Il s'agit de **Novatec Industry**.

Remise du prix le 6 novembre

Basée à Mary-sur-Marne, près de Meaux, cette entreprise est, en effet, lauréate dans la catégorie "Matériau innovant" avec son **papier Seal Eco Paper Filter** qu'elle fait découvrir sur son stand (5P023, hall packaging) . La remise de ce prix aura lieu le mercredi 6 novembre.

Le salon All4Pack Emballage Paris 2024 a également pour mission d'accompagner les professionnels à faire face à une révolution sans précédent et à relever les nouveaux défis écologiques qui s'imposent à eux. Proposant une approche globale pour des solutions spécifiques, durables et responsables, **ce salon réunit les plus grands décideurs de 11 secteurs industriels**.

**Les 16 entreprises seine-et-marnaises : Cama Group (Collégien), Easymov Robotics, Involtec et Tecnipack (Meaux), Dantex France (Lieuxaint), Label Innov et Sogeva (Avon), Bito Systèmes (Moussy-le-Neuf), Soretrac (Mitry-Mory), Caubère (Yèbles), Conclair (Marne-la-Vallée), Novatec Industry (Mary-sur-Marne), Piab (Saint-Thibault-des-Vignes), Gic-Graphic et Informatique Concept (Faremoutiers) et Stoppil (Chanteloup-en-Brie).*

Caractère hebdo – 12 novembre 2024

Groupe Riccobono lance un pôle Enduction et ouvre une usine à Mary-sur-Marne

Groupe Riccobono lance un pôle Enduction et ouvre une usine à Mary-sur-Marne

Publié le 12 novembre 2024



Groupe Riccobono a annoncé la création du pôle Enduction et l'ouverture de l'usine Novatec Industry à Mary-sur-Marne (77). Cette initiative marque une diversification stratégique pour le groupe, qui compte développer de nouvelles solutions d'emballage écoconçues et adaptées aux exigences environnementales actuelles. Avec le soutien de son centre de recherche interne, le Lab Riccobono, le groupe a breveté en 2023 un procédé inédit d'enduction de papier thermoscellant, l'Enduction Riccobono System (ERS). Ce procédé innovant utilise une technologie hotmelt sans eau (ou d'adhésif thermofusible), dont le processus de production est plus économe en énergie et ne nécessite pas de séchage. L'ERS permet également d'obtenir un papier thermoscellant à faible grammage, répondant aux recommandations de Citeo pour réduire le poids des emballages en papier. Ce pôle Enduction propose déjà une gamme de papiers thermoscellants imprimables, baptisée SEP (Seal Eco Paper). Ces papiers sont destinés à divers secteurs d'activité, offrant des propriétés spécifiques pour répondre aux besoins des emballages souples écoresponsables. Les produits de la gamme SEP incluent notamment le SEP Standard, le SEP Light à faible grammage, le SEP Silent pour un emballage silencieux, et le SEP Breath, un papier poreux conçu pour les blanchisseries et pressings. Sous la direction d'Éric Carle, ce nouveau pôle de Riccobono travaille à accélérer la transition vers des emballages sans plastique à usage unique, conformément aux réglementations européennes et françaises, telle la loi Agec. Groupe Riccobono prévoit que le pôle Enduction contribuera à 10% de son chiffre d'affaires dans les cinq années à venir. Avec plus de 2700 employés et un chiffre d'affaires de 250 millions d'euros, Groupe Riccobono, leader français de l'impression de quotidiens et acteur majeur en héliogravure et offset, s'engage ainsi vers de nouveaux marchés, dont la pratique écologique et responsable est la raison d'être.

La Marne

La Marne – 13 novembre 2024

Cette start-up de Seine-et-Marne primée pour son papier d'emballage innovant

Cette start-up de Seine-et-Marne primée pour son papier d'emballage innovant

La start-up de Mary-sur-Marne Novatec a été récompensée pour son innovation : un papier thermocollant et respirant, présenté comme une alternative aux emballages plastique.



Entre le 4 et le 7 novembre 2024, 86 entreprises de la région [Île-de-France](#) ont pu présenter leurs activités à l'occasion du **salon européen All4Pack Emballage Paris**, le salon de toutes les solutions innovantes et durables des emballages.

Dans ce cadre, se sont tenus les **All4Pack Innovations Awards**, prix qui récompensent les innovations les plus remarquables dans le domaine de l'emballage et l'intralogistique, et dont une entreprise de [Seine-et-Marne](#) est sortie lauréate *ex æquo* : [Novatec Industry](#), basée à [Mary-sur-Marne](#), dans l'extrême nord du département.

C'est plus particulièrement son **papier**, le **Seal Eco Paper_Filter**, qui a interpellé le jury. Ce papier **thermoscellable et respirant** permet d'enduire un papier poreux en évitant les problèmes que l'on rencontre avec le vernis aqueux, composé de 60 % d'eau, qui traverse le papier au moment de sa dépose.

Une réflexion après la loi AGEC

Cette innovation, **brevetée**, vient d'une réflexion d'**Helio Print**, du [groupe Riccobono Imprimeurs](#), basé à Mary-sur-Marne, spécialisé dans l'impression de magazines de presse et de publicités. « C'est notre cœur de métier mais le domaine de l'impression est en forte décroissance. Il y a deux ans, on s'est posé la question des **sources de diversification** », explique Eric Carle, directeur de centre.

La [loi anti-gaspillage pour une économie circulaire \(AGEC\)](#) vient booster cette réflexion : il faut **abandonner le plastique**, qui emballait jusqu'à présent les magazines avant de les envoyer aux abonnés. « Face au plastique, le papier l'emporte. Le plastique ne peut pas se recycler entièrement. Ce n'est pas une valeur sûre. »

Une innovation amenée à se déployer

L'entreprise travaille alors sur la **création d'un emballage en papier thermocollant**. Pour cela, elle utilise un **papier très fin**, d'environ 14 grammes, et des **colles thermofusibles**, appelées hot-melt, qui fixent rapidement après l'application grâce à la fusion à chaud et son refroidissement en quelques secondes. **Fini les bases aqueuses** des emballages qui nécessitent de chauffer davantage pour coller et donc, de **dénaturer la fibre**.

L'essai est concluant, l'idée est brevetée et **une start-up est née** pour commercialiser cette innovation : Novatec.

Aujourd'hui, le Seal Eco Paper_Filter est disponible dans **divers formats**, fourni en bobines à plat, dossées ou manchons, s'adapte aux machines d'emballage existantes.

Helio Print l'utilise déjà pour **emballer les magazines** imprimés à Mary-sur-Marne. Le résultat est le même qu'avec un emballage plastique : le papier est **résistant, et protège** correctement. Le tout en **répondant à la problématique environnementale**.

La start-up Novatec se développe désormais et **analyse les marchés** à sa portée pour que sa technologie soit utilisée au-delà de l'emballage de magazines de presse. « On fait des essais partout. On va essayer d'aller vers les **pressings, les hôpitaux** qui remballent sous plastique les textiles lavés », ajoute Eric Carle, qui estime pouvoir se tourner vers une multitude de marchés avec son papier thermocollant et respirant.

Seule difficulté aujourd'hui : **commercialiser ses emballages dans l'alimentaire**. « C'est plus complexe et ça doit répondre à des normes très précises. »

Par ailleurs, lors du salon européen All4Pack Emballage Paris, Novatec a présenté son papier dans **un emballage d'un t-shirt**. « Ce prix va nous apporter de la visibilité pour continuer de nous développer », conclut le directeur.

GraphiLine Hebdo

GraphiLine Hebdo – 20 novembre 2024

Groupe Riccobono : Nouvel essor avec le Pôle Enduction et les papiers thermoscellants SEP

Groupe Riccobono : Nouvel essor avec le Pôle Enduction et les papiers thermoscellants SEP



Le Groupe Riccobono élargit son champ d'action avec le développement du Pôle Enduction, porté par un procédé breveté d'enduction hotmelt, l'ERS. Avec une gamme de papiers thermoscellants adaptés aux nouvelles exigences environnementales, le groupe ouvre de nouvelles perspectives pour les emballages souples écoconçus.



Face aux réglementations environnementales, le secteur des arts graphiques doit repenser ses pratiques. Le Groupe Riccobono s'engage dans cette voie avec le lancement du Pôle Enduction. Ce centre de production explore le potentiel du papier thermoscellant, intégrant l'éco-conception dans les emballages pour divers secteurs industriels.

Le nouveau procédé ERS (Enduction Riccobono System) est au cœur de la stratégie du Groupe Riccobono. Ce procédé, qui utilise la technologie hotmelt, permet d'appliquer un adhésif réactivable à chaud sur le papier sans ajout d'eau, éliminant ainsi la nécessité de fours de séchage.

Cette méthode offre une alternative moins énergivore aux procédés traditionnels, comme l'extrusion ou le couchage de vernis aqueux, qui augmentent souvent le poids et le coût des emballages. Grâce à l'ERS, le Groupe Riccobono peut produire des papiers thermoscellants à faible grammage, répondant aux exigences de CITEO pour des emballages plus légers et plus respectueux de l'environnement.

Sous la marque SEP (Seal Eco Paper), le Pôle Enduction propose six types de papiers thermoscellants, chacun adapté à des applications spécifiques. Cette gamme inclut notamment :

- **SEP Standard** : un papier kraft classique, adapté pour les emballages courants
- **SEP Light** : un papier kraft allégé permettant de réduire les frais d'affranchissement, grâce à un grammage minimal de 18 g/m²
- **SEP Translucent** : un papier thermoscellant transparent pour des emballages où la visibilité du contenu est essentielle
- **SEP Silk** : un papier de soie thermoscellant, offrant une texture fine pour des usages haut de gamme
- **SEP Silent** : conçu pour minimiser le bruit au froissement, ce papier est idéal pour l'emballage d'articles sensibles, comme les produits d'hygiène
- **SEP Breath** : un papier poreux qui laisse passer l'humidité, répondant aux besoins spécifiques des blanchisseries et pressings

Chaque papier de la gamme SEP reflète un équilibre entre efficacité et responsabilité environnementale, tout en respectant les normes de recyclabilité. En optimisant l'enduction à faible grammage, le groupe réduit les coûts et l'impact écologique des emballages.

Le **développement** du Pôle Enduction chez **Riccobono** s'inscrit dans une démarche plus large de **transition écologique**, conforme aux normes imposées par la loi AGEC en France, qui vise à réduire l'usage de plastiques à usage unique. En offrant des solutions de papier thermoscellant, le groupe répond aux exigences légales qui affectent les secteurs de la presse et de la distribution, limités par les emballages plastiques pour les envois postaux.

L'élargissement des compétences avec le Pôle Enduction s'accompagne de l'ouverture d'un nouveau centre de production, Novatec Industry, à Mary-sur-Marne (Seine-et-Marne). Dirigé par Éric Carle, ce pôle est un véritable laboratoire de production pour la fabrication de papiers thermoscellants imprimables et écoconçus, adaptés à différents secteurs industriels.

Le groupe mise ainsi sur la synergie entre son historique d'expertise en imprimerie et son potentiel en matière de R&D, développé par le Lab **Riccobono**, pour renforcer sa présence sur le marché de l'enduction tout en soutenant sa croissance.

Avec le Pôle Enduction, **Riccobono** anticipe une croissance significative. Le groupe prévoit d'atteindre 10 % de son chiffre d'affaires grâce aux activités de ce pôle d'ici cinq ans. Cette prévision souligne la volonté du groupe d'asseoir sa position dans le secteur des emballages écoconçus, en réponse aux attentes du marché en matière de **développement** durable et de responsabilité sociétale.

Le groupe **Riccobono**, fort de cinq générations d'expérience dans l'impression, poursuit ainsi son objectif de diversifier ses activités et de se positionner comme acteur incontournable dans la **transition écologique** du secteur des emballages.