

Décembre 2023

la Lettre
+ **La presse**
les clés de
La boîte à outils des professionnels de la presse

Les clés de la presse – décembre 2023

Le nouveau visage de Riccobono

Le nouveau visage de Riccobono

Le changement de nom, intervenu en mai dernier, de Riccobono imprimeurs en groupe Riccobono, a constitué l'aboutissement d'une stratégie à marche forcée visant à faire d'un spécialiste de l'impression de la presse un groupe fournissant une palette complète de services aux éditeurs de presse.



Guillaume Riccobono, président du groupe éponyme



Après avoir débuté par la consolidation du secteur de l'impression de la presse quotidienne nationale, en permettant aux éditeurs de sortir du métier de l'imprimerie en lui confiant la gestion de cette activité, Guillaume Riccobono, président du groupe familial, s'est implanté coup sur coup dans le façonnage et le brochage avec l'achat de France routage et Sodicom, puis la distribution avec l'acquisition de Proximy, la reprise des activités de portage du *Figaro* ou, en octobre 2022, celle du mandat de dépositaire de presse de Beauvais. Résultat, le chiffre d'affaires du groupe a doublé en six ans, à 310 millions d'euros. « *La consolidation du secteur de l'imprimerie, sur un marché en forte décroissance, n'est pas suffisante*

plus important du groupe à l'étranger, et s'inscrit parfaitement dans notre stratégie de croissance externe, expliquait Guillaume Riccobono lors de l'annonce du rachat. *Il permet de nous placer sur le marché allemand qui est le plus important en impression à gros volumes, tout en dimensionnant l'outil industriel en dessous du plan de charge attendu afin d'anticiper la décroissance à venir du marché* ».

Et ce n'est qu'un début. Car « *la concentration sur le marché de l'hélio est européen* », estime Wilfried Souchet, qui

pour assurer l'avenir, tranche Wilfried Souchet, directeur général du pôle presse du du groupe. Elle doit s'accompagner d'une diversification ciblée et rester à l'écoute des besoins de l'écosystème.

Le groupe Riccobono est désormais constitué de quatre pôles : l'impression en presse quotidienne (30% de son chiffre d'affaires), l'impression de presse magazine, de catalogues et de prospectus publicitaires (40%), la distribution et le portage (20%), puis le façonnage et le brochage (10%). Et ce n'est peut-être pas terminé. Quand on l'interroge sur d'autres activités, Wilfried Souchet évoque l'emballage, le packaging ou « *des solutions verticales de services à nos clients, comme des plateformes de fabrication et d'achat* ».

reconnait « *être en recherche active. Nous regardons toutes les opportunités pour 2024* ». Le groupe, via sa filiale Proximy, a aussi candidaté au portage de la presse en Belgique en répondant à l'appel d'offres lancé par l'Etat belge qui cherche un opérateur pour le portage à domicile de la presse au cours des cinq prochaines années, dans un premier temps pour les quotidiens, puis dans un second lot pour les magazines. Le projet prévoit une distribution quotidienne de plus de 500 000 exemplaires et une distribution hebdomadaire de 3 millions d'exemplaires, repré-

Cap sur l'international

En attendant, c'est dans l'impression qu'il a poursuivi ses opérations de croissance externe, en septembre dernier, mais cette fois à l'international, avec la reprise de TSB, principal imprimeur indépendant d'Allemagne en héliogravure (qui réalise 70 millions d'euros de chiffre d'affaires), dont les clients sont présents dans la vente à distance (Otto group), la grande distribution (Lidl, Norma, Lutz, Carrefour) et, bien sûr, la presse et l'édition (Prisma, Funke, Weltbild ou Telegraph media group).

Avec cette acquisition, Riccobono s'affirme comme le principal imprimeur européen en héliogravure, devant Burda, Bauer et Bertelsmann-Prinovis. « *Cette reprise constitue le développement le*

sentant 2850 tournées de distribution, 7 millions d'heures de travail, et l'équivalent de 3 300 salariés équivalent temps pleins de portage, et 500 personnes pour les fonctions supports et d'encadrement.

En France, le développement pourrait aussi passer par une consolidation des imprimeries de la presse quotidienne régionale. « *Nous l'avons fait avec le Parisien, et nous sommes en discussion avec d'autres groupes* », nous annonce Wilfried Souchet, qui vise les 500 millions d'euros de chiffre d'affaires à un horizon de trois ans.