



2026

Revue de Presse

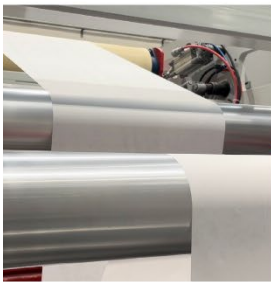


Table des matières

JANVIER 2026	4
Janvier 2026	4
Le magazine Télé 7 Jours change de main	4
FEVRIER 2026	6
Fevrier 2026	6
Les 125 ans du groupe Riccobono à l’Atelier des Lumières.	6
Fevrier 2026	7
Riccobono poursuit sa diversification en créant sa branche santé.	7
16 Février 2026	8
Euclès Daily investit dans une nouvelle presse jet d’encre	8
Fevrier 2026	9
Euclès Daily renforce sa capacité d’impression avec une Screen 520NX AD	9
MARS 2026	10
Mars 2026	10
Euclès Daily « Elles se sont équipées »	10
Mars 2026	11
Comment mettre en place un plan de formation en interne	11
AVRIL 2026	13
Avril 2026	13
Travailler ensemble à l’avenir de la presse.	13
Avril 2026	14
Catherine Pégard parvient à trouver un accord allégé avec les patrons de presse sur la distribution.	14
Avril 2026	16
Lenglet Imprimeurs réduit ses consommations énergétiques	16
MAI 2026	17
Mai 2026	17
Lenglet Imprimeurs réduit ses consommations énergétiques.	17
JUIN 2026	19

Juin 2026	19
Retour d'expérience. Comment Riccobono réduit sa facture d'électricité. Interview complète sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=YqpzYCHhUjw&t=108s	19
Juin 2026	21
Proximy lance une offre nationale pour la distribution de la presse.	21
Juin 2026	22
Riccobono se diversifie dans la production dédiée à l'hygiène.	22
Juin 2026	24
Proximy lance une offre nationale pour la distribution de la presse.	24
Juin 2026	25
Proximy (Riccobono) lance France Portage Presse une « plateforme nationale de portage de presse. ».	25
Juin 2026	26
Proximy lance une offre nationale de portage.	26

Janvier 2026

Caractère

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS DE L'IMPRIMÉ

Janvier 2026

Le magazine Télé 7 Jours change de main

PRESSE

Le magazine *Télé 7 Jours* change de main

Le magazine *Télé 7 Jours* et ses déclinaisons *Télé 7 Jours Jeux* et *Télé 7 Jeux* ont été rachetés par le groupe allemand Bauer Media à CMI France, détenu par le milliardaire tchèque Daniel Kretinsky. Des négociations exclusives avaient été engagées en juillet pour ce rachat, effectif depuis le 1^{er} janvier. Selon Nicolas Sauzay, dirigeant de Bauer Media France, cette acquisition « *offrira de nombreuses opportunités de synergie avec les autres publications de Bauer Media France* », qui est l'éditeur de *Télé câble Sat Hebdo*, *Maxi* et *Maxi Cuisine*. Créé en 1960, *Télé 7 Jours* mêle programmes audiovisuels, informations sur des personnalités et recommandations culturelles. L'hebdomadaire s'est écoulé à 660415 exemplaires par numéro sur la période allant de mi-2024 à mi-2025, selon l'Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM). L'hebdomadaire est imprimé par Helio Print (groupe Riccobono) à Mary-sur-Marne (77). Ses déclinaisons *Télé 7 Jeux* et *Télé 7 Jours Jeux* se sont respectivement vendues à 79305 et 50 146 exemplaires sur la même période.

Groupe familial basé à Hambourg employant 12000 personnes, Bauer Media, dont les activités s'étendent au numérique, à la radiodiffusion et à l'affichage extérieur, revendique plus de 500 millions d'exemplaires de ses publications vendus chaque année à travers l'Europe.

Le groupe CMI France détient les magazines *Elle*, *Marianne* et *Franc-Tireur*.

Le groupe a recentré ces derniers mois son portefeuille de publications: outre la vente de *Télé 7 Jours* à Bauer Media Group, il a cédé les magazines people *Ici Paris* et *France Dimanche* à Prisma Media. CMI France a annoncé en décembre vouloir supprimer jusqu'à 87 postes dans le cadre d'un plan social.



L'hebdomadaire reste l'un des magazines les plus lus en France. Plus de 660 000 ex. sont distribués chaque semaine.

Fevrier 2026

STRATÉGIES

Fevrier 2026

Les 125 ans du groupe Riccobono à l'Atelier des Lumières.

...fêté les 125 ans du groupe Riccobono le 9 octobre à l'Atelier des Lumières, à Paris. L'occasion d'entendre Marc Feuillée, directeur général du *Figaro*, quotidien deux fois centenaire, rappeler la force du papier par rapport au digital et le succès des entreprises qui traversent les siècles. Après Picasso, le patron, Guillaume Riccobono, n'a pas hésité à projeter des images de ses différents sites industriels. Il a ensuite pris la parole pour montrer que ce groupe d'impression et de logistique de 2500 salariés, bien connu de la presse quotidienne, savait se réinventer. Après avoir acquis Proximy en 2021, un réseau de 1200 livreurs de petits colis, tourné vers l'e-commerce, il se développe depuis peu dans le packaging, notamment à travers un procédé de fabrication de papier alternatif au film plastique (ERS), mais aussi dans la santé, sur des produits d'absorption pour incontinents.

PAP'ARGUS

NEWSLETTER

Fevrier 2026

Riccobono poursuit sa diversification en créant sa branche santé.

Impression



Riccobono poursuit sa diversification en créant sa branche santé

Le groupe [Riccobono](#) (2 500 salariés, 250 millions d'euros de CA annuel) s'engage dans le secteur Healthcare, spécialisé dans les produits pour l'incontinence adulte, dispositifs médicaux. Sur son site de Raillencourt-Sainte-Olle, le groupe crée ainsi une activité dédiée à la production de solutions d'hygiène performantes. Cette nouvelle branche repose sur des

standards élevés de sécurité, de traçabilité et de qualité, tout en intégrant des pratiques respectueuses de l'environnement. S'appuyant sur le savoir-faire industriel historique du groupe – la cellulose et la production en continue – Riccobono Healthcare s'inscrit ainsi dans une logique de continuité et d'innovation. Le marché de l'incontinence adulte, en croissance de 7 à 10 % par an, est aujourd'hui dominé par de grands groupes internationaux. Il y a donc une opportunité stratégique à saisir en proposant une offre « Fabriqué in France ».

Caractère

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS DE L'IMPRIMÉ

16 Février 2026

Euclès Daily investit dans une nouvelle presse jet d'encre

Euclès Daily investit dans une nouvelle presse jet d'encre

Publié le 16 février 2026



À La Courneuve (93), Euclès Daily, entité numérique du Groupe Riccobono, spécialisée dans l'impression de quotidiens et d'hebdomadaires internationaux, vient d'installer une presse jet d'encre Screen 520NX AD. Cette machine, d'une vitesse d'impression de 225 m/min, est chargée d'imprimer aussi bien des journaux que des brochures de haute qualité (résolution 900 x 600 dpi). Le nouvel équipement vient renforcer une presse Kodak déjà en production, à laquelle s'ajoutent quatre lignes de façonnage (Hunkeler et Hohner Futura).



Fevrier 2026

Eucles Daily renforce sa capacité d'impression avec une Screen 520NX AD

Eucles Daily renforce sa capacité d'impression avec une Screen 520NX AD

L'imprimerie numérique située à Paris Eucles Daily a installé une nouvelle [presse](#) numérique, une TruePress Jet 520NX AD de Screen dédiée à l'impression de journaux et de brochures.

Capable d'imprimer jusqu'à 225 m/min en résolution 900 × 600 dpi, la machine est équipée d'encres pigments haute densité, d'un système de repérage automatique des couleurs et de dispositifs de correction des jets manquants, répondant aux exigences de qualité croissantes du marché de la [presse](#).

Cet [investissement](#) doit permettre d'accompagner l'entreprise dans une phase de forte croissance. Avec cette nouvelle [presse](#), une seconde machine [Kodak](#) et quatre lignes de [façonnage Hunkeler](#) et [Hohner Futura](#), Eucles Daily dispose désormais d'une capacité cumulée de 350 m/min en impression et [façonnage](#), au service de la [presse](#) quotidienne, hebdomadaire, spécialisée et internationale.

Mars 2026

Caractère

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS DE L'IMPRIMÉ

Mars 2026

Euclès Daily « Elles se sont équipées »



Actualité

ELLES SE SONT ÉQUIPÉES

EUCLÈS DAILY

À La Courneuve (93)

Euclès Daily, entité numérique du Groupe Riccobono, spécialisée dans l'impression de quotidiens et d'hebdomadaires internationaux, a récemment installé une presse jet d'encre Screen 520NX AD. Cette machine, d'une vitesse d'impression de 225 m/min, est chargée d'imprimer aussi bien des journaux que des brochures de haute qualité (résolution 900x600 dpi). Le nouvel équipement vient renforcer une presse Kodak déjà en production, à laquelle s'ajoutent quatre lignes de façonnage (Hunkeler et Hohner Futura).



Caractère

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS DE L'IMPRIMÉ

Mars 2026

Comment mettre en place un plan de formation en interne

S

Stratégie

DOSSIER

Comment mettre en place un plan de formation en interne

Mutations technologiques, vieillissement des effectifs (et du matériel !), pénurie de compétences... La formation en interne est un impératif de survie qui doit être abordé en tant que projet industriel.

Par José Roda

Près de 60% des projets de recrutement dans l'industrie sont jugés difficiles, en 2025, selon France Travail. Pour y faire face, 55% des entreprises industrielles n'ont d'autre choix que de recruter des profils sans expérience et de les former sur le tas (étude Manpower/ *L'Usine nouvelle*). Dans les industries graphiques, où 96% des entreprises comptant moins de 50 salariés, en 2020, ont une majorité de collaborateurs de plus de 45 ans (source: Uniiic), la situation reste dramatiquement d'actualité. Les départs à la retraite s'accroissent, les savoir-faire s'érodent, et le recrutement de profils qualifiés relève du parcours du combattant. Face à cette double contrainte – besoin croissant de compé-

tences, d'une part, et raréfaction des formations externes, d'autre part –, déployer un plan de formation en interne, permettant de piloter la montée en compétences des équipes, devient le seul levier viable pour sécuriser l'avenir de l'entreprise.

Un enjeu de survie

L'expert médias Jean-Clément Texier ne mâche pas ses mots: « *L'impératif de formation permanente constitue une nécessité absolue, quels que soient les métiers. Les professions évoluent dans un univers si mouvant que nous ne pouvons plus nous contenter des acquis initiaux, même complétés par l'apprentissage sur le terrain.* » Cette exigence s'impose avec une intensité particulière dans l'imprimerie, confrontée à des défis qui ne découlent pas seulement de son évolution propre, mais



Le tutorat des jeunes collaborateurs par des salariés expérimentés est nécessaire mais insuffisant, car il faut aussi apprendre à maîtriser les nouvelles technologies.

également de l'irruption de nouveaux acteurs et de pratiques inédites. *« L'imprimeur ne doit plus simplement apprendre à se mettre au goût du jour, il doit se remettre fondamentalement en question et s'ouvrir à un monde nouveau »*, poursuit-il.

Cette transformation ne concerne pas uniquement les aspects technologiques. Les savoir-faire s'érodent avec le départ des salariés, les compétences se perdent. Ketty Mélina, directrice des ressources humaines du Groupe Riccobono, en témoigne : *« Nous devons accompagner la décroissance de nos activités historiques – impression, façonnage et distribution. La baisse continue des volumes imprimés impacte directement nos métiers. L'enjeu se situe donc sur deux axes : accompagner les seniors vers une fin de carrière dans des conditions acceptables, et former nos juniors aux nouvelles technologies tout en assurant leur employabilité. »*

métiers. L'enjeu se situe donc sur deux axes : accompagner les seniors vers une fin de carrière dans des conditions acceptables, et former nos juniors aux nouvelles technologies tout en assurant leur employabilité. »

Un levier d'attractivité

Dans ce contexte de pénurie de main-d'œuvre qualifiée, la formation interne constitue également un puissant levier d'attractivité pour les entreprises. Jean-Clément Texier y voit un signal fort : *« Le déploiement d'un plan de formation constitue un moyen efficace de montrer aux collaborateurs que l'entreprise est un atout pour leur carrière professionnelle. Cela leur signifie également qu'ils demeureront, quoi qu'il advienne, des valeurs recherchées sur le marché du travail. »* Certains dirigeants craignent cependant que former leurs équipes ne facilite leur départ vers la concurrence. Jean-Clément Texier renverse le raisonnement : *« Investir dans la formation démontre que l'entreprise dispose de moyens et d'une solidité que ses concurrents n'ont probablement pas. »* Christophe Fajardy (lire le Point de vue, page suivante) fait d'ailleurs de la fidélisation, et de la retenue des compétences, sa priorité absolue : *« Notre première obsession, avant de parler de formation et de recrutement, c'est le bien-être des équipes. Il est si compliqué de recruter et de former que notre priorité consiste à ne surtout pas perdre nos collaborateurs. »*

Au-delà de l'enjeu de formation, c'est toute la question de la diversification qui se pose. Le Groupe Riccobono l'a bien compris en développant de nouvelles activités comme le *healthcare* (couches pour adultes pour incontinence) et le *packaging*. Pour Ketty Mélina, l'adhésion des équipes constitue le préalable indispensable : *« L'adhésion des salariés est essentielle pour mener un projet. Nous partons de zéro sur ces nouvelles activités. Il faut rassurer, convaincre et, surtout, faire comprendre qu'il s'agit de transitions nécessaires au maintien de l'emploi. »*

Quelle finalité pour l'imprimerie ?

La formation interne s'impose ainsi comme une opportunité de développement incontestable de l'activité. *« L'imprimerie demeure un métier technologique, mais ce qui prédomine, désormais, ce sont les besoins des clients. »*

La formation interne s'impose ainsi comme une opportunité de développement incontestable de l'activité. *« L'imprimerie demeure un métier technologique, mais ce qui prédomine, désormais, ce sont les besoins des clients. Il ne s'agit donc pas seulement de réfléchir à la technologie, il faut aussi anticiper la finalité de l'imprimerie non pas pour demain, mais pour après-demain »*, souligne Jean-Clément Texier, qui évoque, lui aussi l'exemple du Groupe Riccobono qui a identifié une demande pour des dispositifs médicaux et a ainsi pu prendre une longueur d'avance sur la concurrence. Mais, pour se projeter de la sorte, il faut savoir expérimenter. *« Les bonnes idées résultent de tests ayant débouché sur de nombreux échecs. Il convient de se lancer dans la formation précisément lorsqu'on estime être déjà au niveau requis et ne pas en avoir besoin »*, précise-t-il. Si la formation constitue un investissement stratégique, encore faut-il éviter les pièges. Jean-Clément Texier met ainsi en garde : *« Il ne faut pas se lancer aveuglément en répondant favorablement aux surabondantes propositions de formation. Ce secteur attire désormais de nombreuses structures dont l'objectif principal est de générer des profits. »*

Au final, comme le souligne Christophe Fajardy, *« nous avons tous à peu près les mêmes matériels vieillissants. Ce qui fait la différence d'une entreprise, ce sont les hommes et les femmes »*.

LA LETTRE

Avril 2026

Catherine Pégard parvient à trouver un accord allégé avec les patrons de presse sur la distribution.

Catherine Pégard parvient à trouver un accord allégé avec les patrons de presse sur la distribution

La nouvelle ministre de la culture a obtenu l'aval du directeur général du Figaro Marc Feuillée, représentant les quotidiens nationaux, et du président de La Dépêche du Midi Jean-Michel Baylet, représentant la PQR, sur un accord de filière concernant la distribution. Ce contrat de modernisation de la presse imprimée sera non contraignant, contrairement à la mouture initiale proposée en 2025 par Sébastien Soriano.

— Publié le 10/04/2026 à 6h20 • Lecture 4 minutes • Antoine Cariou



Catherine Pégard, ministre de la culture, à l'Assemblée le 7 avril 2026. © Vincent Isore/IP3 Press/MaxPPP

C'est la fin d'une négociation longue de deux ans entre les patrons de presse et le ministère de la culture. D'après nos informations, la nouvelle locataire de la Rue de Valois, **Catherine Pégard**, vient de trouver un compromis qui permettra la signature d'un accord de filière sur la modernisation de la distribution de la presse imprimée. Les services de la **Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC)** de **Florence Philbert** sont sur le point d'obtenir l'assentiment des derniers récalcitrants, le **Syndicat de la presse quotidienne nationale (SPQN)** présidé par le directeur général du **Groupe Figaro**, **Marc Feuillée**, et le **Syndicat de la presse quotidienne régionale (SPQR)** mené par le président du **Groupe La Dépêche du Midi**, **Jean-Michel Baylet**.

C'est au prix d'un important changement de méthode que ces deux organisations ont finalement rallié l'initiative gouvernementale, après le retrait du haut fonctionnaire **Sébastien Soriano** auquel **Rachida Dati**, alors ministre de la culture, avait confié en avril 2024 la mission de mener des concertations pour réformer le secteur dans un contexte de baisse structurelle des tirages. Alors que les précédentes versions d'accord étaient qualifiées de punitives par les éditeurs, la mouture finale du projet prend davantage la forme d'un accord-cadre, sans sanction.

Retrait des contraintes

Consulté par *La Lettre*, le texte soumis par Catherine Pégard à l'ensemble des organisations représentatives des titres de presse, ainsi qu'aux représentants des distributeurs **France Messagerie**, **Messageries lyonnaises de presse** (MLP) et de l'imprimeur **Riccobono**, sera non contraignant sur le volet de la mutualisation des imprimeries. Selon les termes de l'accord, les imprimeries de presse quotidienne régionale, représentées par le SPQR, ainsi que les imprimeries de presse quotidienne nationale, représentées par le SPQN et Riccobono, s'engagent à "étudier toutes les mutualisations possibles de leurs outils de production" et à "présenter l'avancement de ces études" au ministère de la culture "au moins une fois par semestre", et ce jusqu'au 31 décembre 2029.

En 2025, les premières versions mises sur la table par l'ex-président de l'Arcep, Sébastien Soriano, intégraient des préconisations très précises de fusion d'imprimeries, conditionnant l'accès aux aides financières logées dans le **Fonds stratégique pour le développement de la presse** (FSDP) à la mise en œuvre de ces transformations (LL du 19/02/25). La mesure, jugée technocratique, avait déclenché la colère des éditeurs, en particulier celle du président du SPQR, Jean-Michel Baylet, ulcéré de se faire dicter sa stratégie industrielle par un haut fonctionnaire.

Dégel du FSDP

Selon le projet d'accord consulté par *La Lettre*, le ministère de la culture débloquera 5 millions d'euros par an pendant trois ans pour aider à la restructuration des imprimeries de presse quotidienne et prévoir un accompagnement à la reconversion volontaire des imprimeurs vers d'autres emplois industriels. Cette participation au financement des transformations sera accompagnée de "l'augmentation de la dotation du Fonds stratégique pour le développement de la presse (FSDP) à hauteur de 10 millions d'euros", alors que son enveloppe budgétaire était gelée. La somme reste toutefois modeste au regard de la dotation du FSDP, qui montait initialement à 24,5 millions d'euros pour le PLF 2025 avant d'être rognée par les coupes budgétaires. En 2026, le fonds aurait même pu être réduit à néant.

Dans la dernière version en date du texte, la préconisation faite par Sébastien Soriano d'appliquer un surcoût au journal *Le Monde* pour sa distribution a disparu, entérinant ainsi la victoire du président du directoire, **Louis Dreyfus**, qui était jusqu'alors un fervent opposant au contrat de modernisation. Après avoir fustigé en mai 2025 "un contrat sans souffle ni vision" et dénoncé une "coupe budgétaire massive sur la presse générale", le directeur général du Groupe Figaro, Marc Feuillée, s'est lui aussi montré satisfait du changement de pied opéré par les équipes de Catherine Pégard, en dépit de regrets persistants sur la baisse continue des aides à la presse. Contrairement à ses précédentes versions, l'accord recueillera uniquement les signatures des différents lobbys et associations, alors que Sébastien Soriano souhaitait aussi que les groupes de presse le paraphent individuellement.

D'après nos informations, la signature du contrat de filière sera assortie d'une réforme de l'aide à la distribution de la presse imprimée, qui sera ouverte aux quotidiens qui ne sont pas labellisés "information politique et générale" (IPG), tel *L'Équipe*. Jusqu'à présent attribuées sous forme d'enveloppes financières, ces aides seront à l'avenir distribuées selon un taux de subvention appliqué à chaque titre. Le ministère de la culture financera ainsi 40 % des coûts de distribution des quotidiens à faibles recettes publicitaires, 30 % des coûts des quotidiens "IPG" et 12,5 % des coûts des hebdomadaires "IPG" et des quotidiens non "IPG".

Caractère

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS DE L'IMPRIMÉ

Avril 2026

Lenglet Imprimeurs réduit ses consommations énergétiques

Lenglet Imprimeurs réduit ses consommations énergétiques

Publié le 27 avril 2026  Livre & presse



Face à la hausse des coûts de l'énergie, le groupe Riccobono a engagé un projet d'optimisation énergétique sur son site d'héliogravure Lenglet Imprimeurs à Raillencourt-Sainte-olle (59), en partenariat avec le spécialiste DV Group. L'objectif est de mieux piloter les consommations d'un outil industriel particulièrement énergivore. Le site, qui s'étend sur 48 000 m² et peut produire jusqu'à 800 tonnes de papier imprimé par jour, s'inscrit dans une phase de transformation, marquée notamment par une diversification vers la fabrication de protections urinaires. « *Dans des entreprises très consommatrices comme la nôtre, la réduction des consommations énergétiques fait partie des priorités quotidiennes* », souligne François-Xavier Luchart, directeur du pôle Magazine & Retail du groupe.

Le projet s'est articulé en deux phases. Une première intervention a consisté à moderniser les variateurs des ventilateurs des stations de récupération de solvants. Une seconde étape a porté sur le déploiement de la solution Smart Energy, permettant un suivi détaillé des consommations. Le dispositif repose sur 65 points de comptage mesurant électricité, gaz et air comprimé, avec une intégration des données dans l'ERP du site afin de les corrélérer aux volumes produits.

« *Les équipes de DV Group ont su proposer une solution clés en main, de la phase d'étude jusqu'aux démarches d'obtention de la prime CEE EDF* », précise François-Xavier Luchart. Ce pilotage fin permet désormais d'identifier les principaux postes de consommation et d'optimiser les réglages industriels. Selon l'entreprise, des économies pouvant atteindre 30 % ont été observées sur certaines installations. « *Ces solutions deviennent un levier stratégique pour améliorer la performance des sites de production tout en réduisant leur empreinte énergétique* », s'est félicité Wilfried Berqué, Business Manager ingénierie/énergie chez DV Group.

Mai 2026

Caractère

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS DE L'IMPRIMÉ

Mai 2026

Lenglet Imprimeurs réduit ses consommations énergétiques.

PRESSE

Lenglet Imprimeurs réduit ses consommations énergétiques

Face à la hausse des coûts de l'énergie, le groupe Riccobono a engagé un projet d'optimisation énergétique sur son site d'héliogravure Lenglet Imprimeurs à Raillencourt-Sainte-Olle (59), en partenariat avec le spécialiste DV Group. L'objectif est de mieux piloter les consommations d'un outil industriel particulièrement énergivore. Le site, qui s'étend sur 48 000 m² et peut produire jusqu'à 800 tonnes de papier imprimé par jour, s'inscrit dans une phase de transformation, marquée notamment par une diversification vers la fabrication de protections urinaires. « *Dans des entreprises très consommatrices comme la nôtre, la réduction des consommations énergétiques fait partie des priorités quotidiennes* », souligne François-Xavier Luchart, directeur du pôle Magazine & Retail du groupe.

Une solution clé en main

Une solution clé en main

Le projet s'est articulé en deux phases. Une première intervention a consisté à moderniser les variateurs des ventilateurs des stations de récupération de solvants. Une seconde étape a porté sur le déploiement de la solution Smart Energy, permettant un suivi détaillé des consommations.

Le dispositif repose sur 65 points de comptage mesurant électricité, gaz et air comprimé, avec une intégration des données dans l'ERP du site, afin de les corrélés aux volumes produits.

« Les équipes de DV Group ont su proposer une solution clé en main, de la phase d'étude jusqu'aux démarches d'obtention de la prime CEE EDF », précise François-Xavier Luchart. Ce fin pilotage permet désormais d'identifier les principaux postes de consommation et d'optimiser les réglages industriels.

Selon l'entreprise, des économies pouvant atteindre 30% ont été observées sur certaines installations.



Juin 2026



Juin 2026

Retour d'expérience. Comment Riccobono réduit sa facture d'électricité. Interview complète sur Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=YqpzYCHhUjw&t=108s>

Retour d'expérience / Comment Riccobono réduit sa facture d'électricité



50 000 euros d'économies annuelles ont été identifiés sur deux sites du groupe Riccobono et un gain énergétique estimé à 25 % par an sur le site de Gallargues est possible grâce au photovoltaïque.

Partenariat

Publié le 08-06-2026

Avec près de 50 GWh consommés chaque année sur 11 sites, la facture d'électricité de Riccobono figure parmi les trois premiers postes de coût de ses usines. La hausse des prix de l'énergie a conduit le groupe imprimeur français à revoir sa stratégie d'achat pour mieux encadrer cette dépense, préserver ses marges et gagner en visibilité sur ses budgets futurs. Il a ainsi fait appel au fournisseur Mint Énergie.

Une stratégie d'achat site par site

Tout d'abord, Mint Énergie a analysé les données de consommation de chaque site du groupe, qui compte 2700 salariés. L'enjeu était de tenir compte des rythmes propres à l'activité. Les unités dédiées aux tirages de la presse quotidienne consomment surtout la nuit. D'autres sites appellent davantage d'électricité en journée. Cette lecture fine des usages a conduit à mettre en place une nouvelle stratégie d'achat.

Plutôt qu'une offre d'électricité standard à prix fixe, il est apparu que la stratégie la plus avantageuse pour l'imprimeur Riccobono était de construire son budget progressivement et de déclencher ses achats lorsque les conditions de marché sont plus favorables. Mint Énergie a accompagné ce changement par un travail de pédagogie sur les mécanismes du marché de l'électricité et par la mise en place de tableaux de bord. Riccobono dispose désormais d'un suivi précis de sa dépense énergétique et d'une meilleure visibilité sur ses engagements.

Les premiers effets se mesurent aussi sur des paramètres plus techniques. Nicolas Vermogen, directeur energy management chez Mint Énergie, indique : *"Sur deux des onze sites, on a identifié que l'optimisation de puissance souscrite permettait d'économiser environ 50 000 euros par an"*. Ce simple ajustement contractuel allège considérablement la facture.

D'autres pistes d'économies à l'étude

La collaboration ouvre aussi d'autres pistes de réduction des dépenses énergétiques. La pose de panneaux photovoltaïques fait partie des options examinées. Sur le site de Gallargues dans le Gard, une économie d'énergie de l'ordre de 25 % par an a été estimée. D'autres réflexions, comme des solutions de stockage par batteries, sont aussi à l'étude.

Marc Tonkovic, project management officer et directeur des achats du groupe Riccobono, résume la suite du travail : *"Cette collaboration qui démarre laisse présager de nouveaux projets d'optimisation bien au-delà de l'achat d'énergie."*

Caractère

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS DE L'IMPRIMÉ

Juin 2026

Proximy lance une offre nationale pour la distribution de la presse.

Proximy lance une offre nationale pour la distribution de la presse

Publié le 8 juin 2026  Livre & presse



Fort de plus de 30 ans d'expérience dans la distribution de presse en Île-de-France et dans l'Oise, Proximy, l'un des principaux acteurs français de la logistique de presse et du portage à domicile, vient d'annoncer le lancement de France Portage Presse. L'idée est simple : proposer un guichet unique capable d'orienter les éditeurs vers les opérateurs les plus adaptés à leurs besoins, qu'il s'agisse de presse quotidienne, hebdomadaire ou spécialisée. Pilotée par Vincent Eudier, cette nouvelle entité a pour mission d'évaluer les opportunités de diffusion, d'identifier les réseaux pertinents et d'accompagner le déploiement opérationnel des titres. Dans un marché où la conquête et la fidélisation des abonnés sont devenues des enjeux majeurs, le portage apparaît de plus en plus comme un levier stratégique. France Portage Presse veut mettre en musique les différents réseaux existants, afin d'offrir aux éditeurs une couverture cohérente à l'échelle nationale comme locale. Selon le communiqué, cette démarche s'inscrit pleinement dans les évolutions du marché de la distribution de la presse, qui encourage l'ouverture progressive des réseaux de portage à l'ensemble des publications. France Portage Presse sera officiellement présentée aux professionnels lors du 51^e Congrès de la Presse Hebdomadaire Régionale (PHR), les 11 et 12 juin à Annecy. Depuis plus de 30 ans, Proximy assure quotidiennement la distribution de titres de presse en Île-de-France et dans l'Oise.

Jun 2026

Riccobono se diversifie dans la production dédiée à l'hygiène.



Scannez ce QR code pour découvrir l'intégralité des contenus de VOTRE ÉDITION

LA VOIX DU NORD
Lundi 15 juin 2026

7

CHEZ VOUS

DANS VOTRE ÉDITION **CAMBRÉSIS**



Par **Bruno Demeulenaere**, journaliste à la rédaction de Cambrai

Bonjour Le papier au banc des accusés

On nous répète que l'arrêt des imprimés publicitaires a sauvé des arbres. L'idée est séduisante, mais mérite d'être nuancée. Car non, clame-t-on à l'imprimerie Riccobono, les forêts ne disparaissent pas parce que l'on fabrique du papier. Comme on cultive du blé pour faire du pain, on exploite des parcelles forestières pour produire bois et papier. Et les arbres sont replantés. Les imprimeurs rappellent que leur papier provient de forêts gérées durablement et de coupes d'entretien. Le débat écologique est plus complexe qu'un simple « stop pub = forêts sauvées ». Alors, une autre question se pose : que font des prospectus du zoo de Beauval dans une boulangerie du centre de Cambrai, à près de 400 km de là ? L'ineptie n'est peut-être pas dans le papier lui-même, mais dans la pertinence de sa diffusion. ●



Le rendez-vous éco

L'imprimerie Riccobono se diversifie et en rajoute une couche PAGE 8

Météo

Matin : 17°C	Après-midi : 21°C
Demain Matin : 18°C	Après-midi : 23°C



Fontaine-N.-D. Le péage de Petit-Fontaine en travaux après la collision

PAGE 9



Cambrai Une esthéticienne et une tatoueuse réunies dans le même local

PAGE 10



Tribunal Mari et enfants, elle leur en faisait voir de toutes les couleurs

PAGE 11

1297

Riccobono se diversifie dans la production dédiée à l'hygiène



Raillencourt-Sainte-Olle. L'imprimerie Riccobono investit 15 millions d'euros et se lance dans la fabrication de protections urinaires pour adultes. Cette diversification est destinée à sécuriser ses emplois et son activité.



Bruno Demeulenaere
Directeur général

Implantée de longue date dans le paysage industriel local, l'usine Riccobono de Raillencourt-Sainte-Olle est d'abord un site dédié à l'impression. Catalogues commerciaux, prospectus ou magazines : héritière de l'ex-imprimerie Lenglet, reprise en 2021, elle demeure un pilier du groupe, leader français du secteur. Mais, depuis quelques jours, le site nordiste est prêt à ouvrir une nouvelle page de son histoire.

Un virage industriel ambitieux

« Nous avons cherché une activité en lien avec notre métier d'imprimeur, mais avec les matières premières que nous utilisons », explique l'équipe projet, emmenée par Véronique Drain, directrice générale de Riccobono technology, et François-Xavier Luchart, directeur industriel et responsable du pôle

Magazine & Retail. Leur choix s'est porté sur un marché en forte croissance : celui des protections urinaires pour adultes.

Le pari n'est pas anodin pour l'usine nordiste de Riccobono : cette diversification vise d'abord à sécuriser l'activité et l'emploi des quelque 130 salariés répartis entre les sites de Raillencourt-Sainte-Olle et de Caudry. Mais la fabrication de « pants » relève d'un tout autre univers industriel. « C'est un dispositif médical qui implique de nombreuses contraintes de production », confirme Véronique Drain. Pas moins de 15 M€ ont été réservés au projet, tant dans les machines que dans la réorganisation de l'usine : les espaces impression et hygiène sont désormais strictement séparés, tandis que les équipes issues de l'imprimerie ont été formées à ces nouvelles exigences et nouveau métier.

La production repose sur un procédé précis. La cellulose, livrée en rouleaux, est broyée puis mélangée à des polymères superabsorbants capables de capter jusqu'à cent fois leur volume. Ce cœur est inséré entre deux voiles de polyéthylène, l'un hydrophobe au

contact de la peau, l'autre hydrophobe pour garantir l'étanchéité. Des barrières antifuies et une ceinture élastique complètent l'ensemble, avant découpe anatomique et soudure par ultrasons. « On fait fondre la matière l'une sur l'autre, ce qui évite l'ajout de colle », précise François-Xavier Luchart.

Lignes opérationnelles

Pour répondre à ces exigences sanitaires, le site a obtenu la certification ISO 13485 le 6 janvier, puis la certification IFS HPC à la fin du mois de mai. « Nous satisfaisons aujourd'hui à toutes les obligations. Nous sommes en capacité de mettre nos produits en production », assure Véronique Drain. Les lignes sont opérationnelles, les procédures validées : à Raillencourt, la diversification est désormais une réalité industrielle. Tout est prêt. ●



L'AVOIRINDUSTRIEL.FR
Partenaires Trade
Facturé économiquement
dans le Hors-feuille
ajoutant ce QR code.



François-Xavier Luchart, directeur industriel, et Véronique Drain, directrice générale de Riccobono technology.



Les protections Riccobono sont sérieusement contrôlées.
Photos Christophe Lefebvre

Se réinventer pour survivre : l'ex-imprimerie Lenglet face à la fin des prospectus

Pendant des décennies, l'imprimerie Lenglet a fait tourner à plein régime ses rotatives au cœur du Cambésis. Née en 1981 à Caudry, l'entreprise s'est imposée comme un acteur solide du secteur, avant de franchir un cap en 2001 avec l'ouverture du site industriel de Raillencourt-Sainte-Olle, dans la zone d'activité Actipôle, un gigantesque outil de 50 000 m² dédié notamment à l'impression de catalogues et de prospectus.

L'histoire locale s'est accélérée en 2021, lorsque le groupe montpelliérain Riccobono, leader français de l'impression, reprend Lenglet Imprimeurs. Un rapprochement stratégique qui vise alors à « consolider l'activité du "labour" » et à « créer des synergies à l'échelle nationale, dans un secteur déjà soumis à de fortes mutations.



Le groupe Riccobono va maintenir l'activité historique de son site raillencourtois : il va continuer l'activité « impression grand tirage ».

Le véritable séisme survient pourtant deux ans plus tard. En septembre 2023, la grande distribution, emmenée par Leclerc, met fin à la distribution massive de prospectus papier. Le modèle économique vacille : cette activité, qui représentait près de 70 % du chiffre du site, tombe à 20 %.

En septembre 2023, la grande distribution, emmenée par Leclerc, met fin à la distribution massive de prospectus papier.

Face à cette chute brutale et certifiée irréversible, le groupe n'a d'autre choix que de se réorganiser. L'objectif est double : préserver

l'outil industriel et maintenir l'emploi local. Le groupe apporte à son site nordiste de nouveaux marchés, notamment ceux des catalogues spécialisés (jouets, bricolage...), mais cela ne suffit pas à compenser l'effondrement du prospectus.

Deux ans de réflexion et recherche

Dès lors, une question s'impose : comment rebondir quand son cœur de métier disparaît ? À Raillencourt, la réponse passe par une diversification inattendue mais cohérente avec les savoir-faire industriels. Après deux ans de réflexion et recherche, le site se lance dans la fabrication de protections hygiéniques, à base de cellulose, en s'appuyant sur des machines et des compétences proches de celles de l'imprimerie. ●

Caractère

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS DE L'IMPRIMÉ

Juin 2026

Proximy lance une offre nationale pour la distribution de la presse.

Proximy lance une offre nationale pour la distribution de la presse

Filiale du groupe Riccobono, Proximy, entreprise de logistique de presse et de portage à domicile intervenant en Île-de-France et dans l'Oise, vient d'annoncer le lancement de France Portage Presse. Pilotée par Vincent Eudier, cette nouvelle entité a pour mission de proposer un guichet unique capable d'orienter les éditeurs vers les opérateurs les plus adaptés à leurs besoins, qu'il s'agisse de presse quotidienne, hebdomadaire ou spécialisée. Cette mission consiste à évaluer les opportunités de diffusion, à identifier les réseaux pertinents et à accompagner le déploiement opérationnel des titres à l'échelle nationale comme locale.

Éclairage : Cette démarche s'inscrit dans les évolutions du marché de la distribution de la presse, qui encouragent l'ouverture progressive des réseaux de portage à l'ensemble des publications.

La Correspondance de la Presse

Juin 2026

Proximy (Riccobono) lance France Portage Presse une « plateforme nationale de portage de presse. ».

Proximy (Riccobono) lance France Portage Presse une "plateforme nationale de portage de presse"

Proximy (groupe Riccobono) a annoncé hier le lancement de France Portage Presse, une nouvelle offre nationale destinée à accompagner les éditeurs dans le développement et l'optimisation de la diffusion de leurs titres par portage à domicile. L'initiative intervient dans un contexte de transformation des modes de distribution de la presse et de recherche de nouveaux leviers de fidélisation des abonnés.

Présentée comme une "plateforme nationale de portage de presse", France Portage Presse vise à faciliter l'accès des éditeurs aux différents réseaux de portage présents sur le territoire. L'offre s'adresse à l'ensemble des publications, quelles que soient leur taille ou leur spécialité, et propose un accompagnement allant de l'évaluation du potentiel de diffusion jusqu'au suivi opérationnel des distributions.

La structure est pilotée par M. Vincent EUDIER, directeur commercial presse au sein de Proximy. Sa mission sera notamment de comprendre les besoins de diffusion des éditeurs, d'évaluer les possibilités de développement par le portage, d'identifier les réseaux adaptés aux zones de distribution visées et d'accompagner le déploiement opérationnel des titres. Selon le groupe, France Portage Presse doit jouer le rôle d'"interlocuteur unique" entre les éditeurs et les différents réseaux de portage afin de proposer une couverture cohérente à l'échelle nationale ou locale.


Le dispositif s'appuie sur une plateforme numérique baptisée JADE, présentée comme un outil de pilotage collaboratif dédié au portage multi-titres. Cette interface permet de centraliser les informations liées aux abonnés, aux distributions et aux remontées terrain. Le système propose notamment un suivi des volumes distribués, des indicateurs de performance, la gestion des incidents, des fonctions de reporting et une facturation centralisée.

Juin 2026

Proximy lance une offre nationale de portage.

Actualités

Proximy lance une offre nationale de portage

 Spécialiste des métiers de la distribution dans la presse, Proximy (groupe Riccobono) lance une nouvelle offre de portage destinée à tous les éditeurs qui souhaitent accéder aux réseaux existants partout en France. Baptisé France portage presse, ce service, piloté par Vincent Eudier, se positionne comme « *un interlocuteur unique capable de mobiliser les différents réseaux de portage présents sur le territoire afin d'offrir aux éditeurs une couverture cohérente et performante, qu'elle soit nationale ou locale* ». Après avoir évalué les opportunités de développement par le portage, il permet « *d'identifier les réseaux les plus adaptés aux zones de diffusion visées, de faciliter les échanges avec les opérateurs de portage, et d'accompagner le déploiement opérationnel des titres sur les territoires concernés* ».