

Le groupe Fideva et ITF Imprimeurs se rapprochent en vue d'une fusion

Les dirigeants des deux sociétés ont décidé de créer un groupe commun pour accroître leur compétitivité et mieux résister face à la baisse des volumes. L'objectif est aussi d'élargir leur offre commerciale.



C'est l'annonce choc de ce début d'année. Le groupe Fideva (Kapp, Lescure Graphic, Industria, Topp Graphic) et ITF (Imprimerie Tremouillat Fouquet) ont décidé de fusionner pour créer un groupe commun, qui réalisera 30 millions d'euros de chiffre d'affaires avec un effectif de 190 personnes. Face à la baisse des volumes du secteur et à la digitalisation des supports de communication, les dirigeants de ces deux sociétés, réalisant chacune 15 millions

d'euros de chiffre d'affaires, ont choisi d'allier leurs forces pour préparer l'avenir plus sereinement. Tous les emplois et les sites de production (Mulsanne, Évreux, Douains, Gallardon et Paris) seront maintenus afin de préserver l'ancrage territorial et l'identité de chaque entité.

Être plus fort ensemble

Le projet devrait être finalisé le 1er janvier 2026, date à laquelle une nouvelle structure regroupant l'ensemble des parts de Fideva et ITF sera créée. Contrairement au schéma de reprise classique, il ne s'agit pas de l'un qui achète l'autre, mais d'un partage de l'actionnariat à 50%. L'avantage d'une telle opération est qu'elle ne nécessitera aucun emprunt bancaire et n'alourdira donc pas la dette des entreprises. « *Notre projet est de mettre nos forces et nos savoir-faire en commun pour asseoir nos positions et être plus résilients sur le long terme* », a déclaré Guillaume Devambez, qui codirige le groupe Fideva avec Florian De Drouas. Cette alliance, rendue possible par les relations de confiance qu'ils entretiennent avec Gilles Fouquet, le directeur général d'ITF, au sein du groupement ImpriFrance depuis de longues années, repose sur des valeurs communes, basées sur l'entrepreneuriat, l'esprit d'équipe et l'engagement sociétal.

Le projet, qui se veut collectif, a été présenté dès la fin de l'année dernière aux salariés qui sont invités à participer au choix du logo et du nom du futur groupe, et à la mise en place de la nouvelle organisation (commerciale et administrative) à travers des groupes de travail. Un nouvel ERP devra également être mis en place. « *En réunissant nos forces, nous allons pouvoir être plus compétitifs, mieux saturer nos outils de production et continuer à investir. L'objectif est aussi de proposer une offre de produits fabriqués en interne bien plus large, allant de la communication imprimée à la PLV, en passant par le packaging* », a expliqué Gilles Fouquet, qui a promis de revenir plus en détail sur le projet durant le second semestre 2025.