

Caractère – 11 février 2026

Guillaume Devambez, Président d'Octavo, Gilles Fouquet, Directeur général délégué d'Octavo et Florian de Drouas, Directeur général délégué d'Octavo

Les dirigeants d'ITF Imprimeurs et de Fideva détaillent les raisons qui les ont conduits à fusionner leurs activités et à créer Octavo.



Depuis le 1^{er} janvier, le groupe Fideva (Kapp Graphic, Lescure Graphic et Topp Graphic) et ITF (Imprimerie Tremouillat Fouquet) ont fusionné leurs activités pour créer Octavo, une entreprise qui représente 27 millions d'euros de chiffre d'affaires et emploie 190 personnes. Pour gagner en compétitivité et élargir leur offre, les dirigeants de ces deux sociétés – réalisant respectivement 13 et 14 millions d'euros de chiffre d'affaires – ont choisi d'allier leurs forces. Contrairement au schéma de reprise classique, il ne s'agit pas de l'une qui rachète l'autre, mais d'un partage de l'actionnariat à parts égales (50 %). L'avantage de cette opération est qu'elle ne nécessite aucun emprunt bancaire et n'alourdit donc pas la dette de l'entreprise. Pour mieux comprendre cette démarche singulière, nous avons choisi de donner la parole à Gilles Fouquet, Guillaume Devambez et Florian de Drouas.

Caractère : Comment est née l'idée de fusionner vos activités ?

Guillaume Devambez : Lors d'une journée de réflexion consacrée à l'avenir des métiers du groupe, la question de la trajectoire à suivre s'est posée. Plutôt que d'envisager le rachat d'une entreprise, l'idée d'un rapprochement avec un acteur du même secteur a émergé, dans une logique de consolidation, de mutualisation des ressources et de synergies géographiques. Très naturellement, notre regard s'est porté vers Gilles Fouquet, président d'ITF Imprimeurs, société membre du groupement ImpriFrance, avec lequel existaient déjà des relations de confiance. Les échanges ont rapidement mis en évidence un constat partagé : il n'était plus pertinent d'investir séparément alors que les outils industriels n'étaient exploités qu'à 70 % de leur capacité. En 2025, nous avons structuré le projet sur les plans juridique, comptable et opérationnel, avec un objectif précis : être pleinement opérationnels et prêts à fusionner dès le 1er janvier 2026. Aujourd'hui, cet objectif est atteint.

Caractère : Comment s'organise la gouvernance de la société et quelle fonction occupe chacun d'entre vous ?

Guillaume Devambez : Les titres n'ont pas d'importance. Pour les décisions principales et stratégiques, nous dirigeons à trois. Ce fonctionnement favorise le partage des responsabilités et la mise en commun des compétences et des expériences de chacun. Sur le plan opérationnel, chaque dirigeant reste rattaché au quotidien à un site. Ce qui permet de disposer d'un relais opérationnel clair et efficace, notamment vis-à-vis des équipes. Gilles Fouquet conserve la direction du site ITF du Mans, Florian de Drouas pilote le site de Lescure Graphic à Douains, tandis que je reste en charge de Kapp Graphic à Évreux.

Caractère : Quel est l'avantage de regrouper vos forces dans le contexte que nous traversons ?

Guillaume Devambez : L'un des premiers avantages du regroupement est l'élargissement de l'offre. Nous sommes complémentaires sur plusieurs métiers. Si nous partageons un socle commun autour de l'offset 70 x 102 cm, nous disposons en revanche d'offres et de savoir-faire différents. Le regroupement permet ainsi de mettre en commun des expertises complémentaires, parfois considérées comme périphériques, mais à forte valeur ajoutée, comme le pelliculage, la dorure, la sérigraphie ou certaines prestations de signalétique. Autour de nos métiers principaux – l'offset et le numérique –, ce sont de nombreuses briques de compétences que nous pouvons assembler. Dans le contexte actuel, le regroupement apporte également un gain déterminant en matière de réactivité et de capacité de backup industriel. En disposant d'un parc machines plus important, nous pouvons répartir différemment la charge de travail. Les plannings sont devenus très imprévisibles, avec de fortes fluctuations et des pics d'activité. La possibilité de délester la charge d'un site vers un autre nous permet ainsi de gagner en efficacité et en fiabilité. À cela s'ajoute la capacité de choisir le site de production le plus proche du lieu de livraison, ce qui constitue un levier supplémentaire en matière de délais, de logistique et d'empreinte carbone. Enfin, le regroupement des forces renforce notre capacité d'investissement. Avec un chiffre d'affaires consolidé plus important, nous pouvons investir davantage tout en mutualisant nos besoins. Un demi-besoin sur un site et un demi-besoin sur un autre deviennent un besoin complet à l'échelle du groupe.

Florian de Drouas : Notre décision de fusionner s'inscrit dans une réflexion de fond autour de la notion de taille critique. De part et d'autre, nous disposons d'imprimeries déjà significatives, avec des chiffres d'affaires et des effectifs importants. Pour autant, nous restions exposés à certaines zones de fragilité et d'incertitude, notamment, au niveau du recrutement, des départs à la retraite et du renouvellement des machines vieillissantes nécessitant des investissements très lourds.

Caractère : Envisagez-vous de communiquer, à terme, sous un seul nom ?

Gilles Fouquet : L'ensemble de la communication, externe comme interne, sera désormais articulé autour de la marque Octavo. Cette approche est logique sur le plan juridique, puisqu'il s'agit d'une seule entreprise née de la fusion du groupe Fideva et d'ITF Imprimeurs. Nous ne sommes pas dans un schéma de sociétés qui resteraient indépendantes les unes des autres : toutes les imprimeries sont regroupées au sein d'une seule et même entité juridique. Nous communiquons donc sous un nom unique, décliné par site : Octavo Évreux, Octavo Vernon, Octavo Chartres et Octavo Le Mans. En revanche, pour nos clients, les interlocuteurs restent les mêmes et l'ensemble des contacts commerciaux demeure inchangé. La principale modification pour nos clients sera de bénéficier d'un niveau de service élargi et de nouvelles opportunités.

Caractère : Allez-vous conserver tous les sites ? Souhaitez-vous les spécialiser davantage ?

Gilles Fouquet : Tous les sites seront conservés et aucune fermeture n'est prévue à court ou moyen terme. Nous avons besoin de tous les collaborateurs. Le groupe est davantage dans une logique de recrutement pour anticiper les départs naturels liés à la pyramide des âges. Concernant l'organisation industrielle, chaque site dispose déjà de spécialités, qui pourront bénéficier aux autres entités. Citons, par exemple : l'impression H-UV chez Lescure Graphic ; l'impression offset traditionnelle et la signalétique chez ITF ; le très grand format, en offset et numérique chez Kapp ; ou les systèmes pour les notices à Laval. Enfin, les sites comme celui de Topp , principalement orientés vers le numérique, illustrent notre volonté de garder des antennes de proximité pour conserver un lien étroit avec nos clients.

Caractère : Quelles prestations allez-vous proposer à vos clients et avec quelle stratégie commerciale ?

Florian de Drouas : Notre stratégie commerciale s'appuie principalement sur la mutualisation de nos portefeuilles clients, chaque client pouvant ainsi accéder aux savoir-faire spécifiques des autres sites. À titre d'exemple, ITF apporte des compétences en contrecollage et en sérigraphie, tandis que Fideva propose l'offset ou le numérique grand format. Fideva et ITF ayant peu de clients en commun, il est facile de proposer une offre élargie et de nouvelles prestations. Même si environ 80 % de notre métier est commun, certaines niches constituent des leviers de développement. C'est notamment le cas de l'emballage, un secteur amorcé chez Kapp Graphic depuis deux ou trois ans, que nous souhaitons accélérer à partir de 2026. Par ailleurs, le maillage de nos sites permet de couvrir un territoire plus large, avec un focus sur la région parisienne et l'ouest de la France. Grâce aux dispositifs de backup, nous sécurisons les plannings et garantissons des réponses rapides et fiables à nos clients.

Caractère : Comment fédérez-vous vos équipes autour de cette nouvelle entreprise ?

Guillaume Devambez : Nous avons communiqué très tôt pour partager la nouvelle et impliquer les équipes, afin qu'elles soient pleinement partie prenante du projet. Des visites croisées ont été mises en place pour favoriser les échanges humains et créer un esprit d'appartenance à Octavo. Chacun arrive avec son histoire et son attachement à son ancienne entreprise, mais l'objectif est que tous se sentent pleinement chez Octavo et que le travail collaboratif et, notamment, la cotraitance devienne naturelle. Parallèlement, des projets transversaux ont été lancés au niveau technique, de la communication, du marketing, des ressources humaines et de la comptabilité. Enfin, nous déployons l'ERP MasterPrint d'ITF chez Kapp Graphic et Lescure pour harmoniser nos processus.

Caractère : Vous souhaitez affirmer votre engagement RSE. Par quelles actions va-t-il se traduire ?

Florian de Drouas : Notre engagement RSE repose avant tout sur des valeurs communes telles que la bienveillance, et le respect de l'humain et de l'environnement, que nous plaçons au cœur de nos actions quotidiennes. Pour structurer cette démarche, le référentiel Print Ethic niveau 3, dont ITF est déjà détenteur, servira de feuille de route et d'objectif pour les autres entités. Une fois cet alignement obtenu, le but sera de construire une stratégie RSE commune, pilotée par un référent RSE dédié. Notre ambition est de prolonger et de structurer ce que nous faisons déjà chacun de notre côté, bien au-delà des seules certifications. La coopération entre nos entités, visant à produire au plus près de nos clients, s'inscrit pleinement dans cette logique de responsabilité environnementale. Nous souhaitons également privilégier les approvisionnements et fournisseurs locaux.

Caractère : Comment voyez-vous évoluer le marché de la communication imprimée, et quels sont ses atouts ?

Gilles Fouquet : La baisse des tirages moyens et la réduction des paginations sont une réalité du marché, qui peut sembler inquiétante, mais à laquelle il faut avant tout savoir s'adapter. La force du groupe permettra justement d'ajuster progressivement nos équipements afin de mieux répondre aux nouveaux besoins. Parallèlement à cette diminution des volumes, on observe une montée en gamme très nette de la communication imprimée, avec de beaux papiers, de belles finitions et des visuels attractifs. L'imprimé complète efficacement le digital en apportant matérialité, valeur perçue et force d'impact. Un exemple frappant provient des influenceurs ou des marques 100 % web qui utilisent le papier pour créer du lien, donner du sens et apporter une dimension qualitative à leur communication.

Vers d'autres rapprochements ?

Interrogés sur les opportunités de consolidation du marché, les trois dirigeants d'Octavo se disent ouverts à d'autres rapprochements, en particulier avec des acteurs locaux, afin de renforcer leur ancrage territorial. « *Nous n'avons pas d'exigences figées quant aux conditions de regroupement et restons ouverts aux différents schémas possibles* », indiquent-ils. Autour de ses principaux sites de production, l'entreprise entend développer des antennes locales équipées de presses numériques et de petites équipes, pour répondre rapidement aux besoins des clients. Les productions de volumes plus importants étant orientées vers les sites majeurs. Cette logique a déjà été engagée par ITF et Fideva les années passées avec la reprise de TPE à Louviers, Blois et Laval. Les trois dirigeants manifestent également leur intérêt pour des entreprises évoluant sur des marchés spécialisés ou des niches, qui pourraient compléter leur offre.