

L'INTERVIEW

Fabrice Sposito, Directeur Général



Fabrice Sposito vous êtes devenu un acteur incontournable de l'édition. Racontez-nous votre parcours.

Sachez tout d'abord que je ne me destinai pas du tout à diriger une entreprise ! Originaire de Grenoble, j'étais voué à une carrière professionnelle de football. En effet, après avoir fait Sport Etudes, j'ai intégré le centre de formation de Grenoble en même temps que Youri Djorkaeff. A cette époque, j'ai eu la chance de jouer en équipe de France et de disputer le Championnat d'Europe des moins de 15 ans. Dans la foulée, j'ai disputé mon premier match professionnel en 2ème Division. Bref, mon parcours était tout tracé, mais une blessure importante ne m'a pas permis de réaliser mon rêve, qui était de devenir joueur professionnel de football.

Ayant poursuivi mes études en parallèle, j'ai obtenu mon Brevet d'Etat d'entraîneur professionnel et après avoir exercé pendant quelques années en tant que Coach, j'ai finalement fait le choix de me consacrer à une activité professionnelle plus classique. C'est ainsi que j'ai rejoint RISO en 1992 et que je suis « tombé amoureux » de la marque RISO et de son produit unique à l'époque, le duplicopieur, fabriqué par le Groupe japonais RISO Kagaku. Après avoir occupé différents postes au sein de la fonction commerciale, j'ai été nommé Directeur Général de RISO France en 2001.

A la manière d'un coach, je dirige mes équipes comme des joueurs qui à chaque poste doivent être performants et oeuvrer au développement de RISO France, notamment sur le marché de l'édition, où nous continuons notre croissance.

Comment avez-vous fait pour transformer une entreprise connue pour ses duplicopieurs en un acteur majeur de la production ?

Cette transformation s'est faite sur plusieurs années et le chemin vers l'apprentissage a été long. Tout a commencé en 2005, lorsque le Groupe a décidé de lancer son premier moteur d'impression jet d'encre page/page à la DRUPA.

Quelques semaines, plus tard, lors d'une réunion à Tokyo, j'ai eu la chance d'échanger avec le Directeur Marketing de la filiale américaine du Groupe, qui m'a fait part

du partenariat entre KODAK et RISO Inc. En effet, KODAK avait compris l'intérêt du moteur jet d'encre RISO en complément de ses machines en continu, notamment pour un travail de Reprint. J'en souris aujourd'hui, mais je découvrais à l'époque ce marché et je découvrais que KODAK, qui était pour moi un fabricant d'appareils photos et de pellicules, était également un acteur du monde de l'impression. Ce monde était très éloigné de nos marchés traditionnels que sont les établissements scolaires, les mairies, les syndicats, les associations, etc... mais j'ai vite compris qu'il existait une réelle opportunité pour RISO, notamment dans l'édition.

Nous avons tout à apprendre et c'est ainsi que j'ai décidé de créer une division dédiée à ce marché. En effet, le niveau d'exigence et les contraintes d'un centre éditique nécessitent une organisation particulière avec un service technique de haut niveau, incluant la prise en compte de l'environnement IT. Et enfin, il nous a fallu communiquer auprès de cette nouvelle cible et créer des outils de promotions spécifiques, afin de faire connaître la gamme RISO et augmenter ainsi notre notoriété. Et nous avons également intensifié notre présence dans les salons et événements de la profession.

Vous avez choisi très tôt le contrôleur d'impression développé par TagG, vous avez plutôt eu le nez creux ?

Oui effectivement, j'ai rapidement compris qu'un moteur d'impression sans un contrôleur performant ne pourrait pas répondre aux besoins et aux exigences d'un centre éditique. J'ai eu la chance de rencontrer TagG et Hervé Lesseur, qui souhaitait intégrer le moteur RISO à son parc mais ce, à la condition que notre machine soit en IPDS natif.

J'ai donc mis en relation TagG et RISO Kagaku et, depuis maintenant plus de dix ans, TagG développe nos contrôleurs IPDS. La force de ce partenariat réside également dans le fait que RISO France et TagG sont proches dans la région Rhône-Alpes, ce qui nous permet d'avoir une grande réactivité. RISO France a été le précurseur et j'en suis très fier, car TagG a aujourd'hui également développé un partenariat avec l'ensemble des filiales RISO dans le monde entier.



Vous avez équipé la majorité des prestataires éditique. Or, on sait que ce sont des clients les plus exigeants, quels ont été vos arguments ?

D'une manière générale, notre humilité à l'approche de ce marché naissant nous a permis de travailler avec une très grande proximité auprès de nos clients, afin de répondre à leurs besoins tout en optimisant les capacités de notre technologie. Comme je l'ai précisé, le fait d'avoir une équipe dédiée nous a permis de répondre aux exigences de ces clients. Nous avons également beaucoup appris au départ avec le Groupe Diffusion Plus qui a été un des premiers à nous faire confiance et à accepter d'intégrer une machine RISO dans son parc. Equipé alors de plusieurs KODAK Versamark, Data One a accepté de tester notre moteur d'impression pour voir s'il pouvait être positionné en back-up. De là, est née notre histoire avec le Groupe Diffusion Plus et nous avons alors fait nos premiers pas dans l'édition.

Je voulais également rencontrer les plus grands acteurs de l'impression centralisée qui généraient des volumes conséquents, car j'étais convaincu que nos imprimantes RISO, avec leur taux de disponibilité d'environ 98 %, étaient idéales initialement pour des petites ou moyennes séries ou des jobs de reprise. J'ai donc pris contact avec Docaposte, alors l'un des leaders de l'impression de gestion, qui éditait en nombre des factures, des relevés bancaires et des fiches de paie et qui était équipé d'un parc important d'imprimantes couleur en mode continu. L'accueil a été plutôt froid, l'imprimante RISO étant vue comme une imprimante bureautique. Il a fallu un an de persuasion et un nouveau moteur d'impression équipé de nouvelles têtes et de nouvelles encres pour convaincre Docaposte de l'intérêt de notre technologie. Nous avons ensuite déployé des équipements dans les principaux centres de

Docuposte en France avec des volumes significatifs, car la machine avait été très bien adoptée par les opérateurs, notamment pour sa facilité d'utilisation.

Très vite et avant tous vos confrères, vous avez eu un engagement fort pour proposer une technologie jet d'encre avec un faible impact environnemental, quelle a été votre démarche ?

Le développement durable a toujours été une préoccupation majeure chez RISO. Notre technologie d'impression à froid est effectivement très respectueuse de l'environnement du fait de sa très faible consommation en électricité par rapport à d'autres technologies.

Dans le monde d'aujourd'hui où la lutte contre le réchauffement climatique est devenue un enjeu majeur, nos clients sont très sensibles à cet argument car la priorité de tous est d'atteindre la neutralité carbone et donc de réduire au maximum nos émissions de CO2. En 2015, RISO France a d'ailleurs, grâce à la particularité de sa technologie, équipé le centre de reprographie de la COP 21 pour l'impression des documents officiels de l'ONU. Cinq moteurs ont été mis à disposition pour imprimer environ 5 millions de copies.

A l'heure de la dématérialisation et de la baisse des volumes d'impression, comment voyez-vous l'avenir de RISO ?

La grande force de RISO est de travailler différentes segmentations où l'impression des documents reste encore incontournable. Les investissements faits par notre Groupe, permettent de proposer des produits toujours plus rapides et performants et bénéficiant d'une qualité d'impression améliorée. Nous lançons d'ailleurs cette année nos nouvelles gammes GL et Valezus. Notre niveau de service élevé est également un bel atout pour la poursuite de notre croissance auprès des professionnels de l'impression. Je suis donc très optimiste quant à l'avenir de RISO.

Vous dirigez RISO FRANCE depuis 20 ans, alors que tous vos confrères sont vendus, se regroupent, fusionnent, et changent régulièrement de managers. Vous, Fabrice Sposito et RISO France êtes toujours là. A quoi attribuez-vous votre longévité ?

Faute de me répéter, je dois tout d'abord ma longévité à mon « amour » pour la marque RISO, mais aussi à mon

premier cercle qui m'est resté fidèle depuis 20 ans, et bien entendu au Groupe qui m'a fait confiance depuis toutes ces années. Travailler pour RISO est un challenge au quotidien. J'aime notre histoire et les liens que nous entretenons avec nos clients et partenaires.

Et enfin dernière question, vous soutenez en tant que sponsor le TDE depuis plusieurs années, quelle est votre appétence pour le golf ?

Jouer au golf est pour moi un vrai moment de détente et de plaisir, mais j'ai malheureusement peu de temps à y consacrer. J'ai donc hélas un swing qui en fait sourire plus d'un ! A titre professionnel, je trouve cette manifestation très enrichissante. L'équipe dirigeante en charge de l'organisation de ce trophée, réalise une incroyable performance que je suis ravi de soutenir en tant que RISO France. RISO Kagaku est par ailleurs un sponsor important de manifestations golfiques.

**Interview réalisée par
Arnaud Jourdan de La Passardière**

Concepteur et constructeur mondial de machines de mise sous pli et de traitement du document, le Groupe Böwe continue à investir sur des nouvelles activités en forte croissance (intralogistique), et également sur l'ensemble de sa gamme de mise sous pli. En effet, la stratégie du Groupe Bowe s'inscrit sur le maintien de son activité de fabrication, d'installation et de maintenance des mises sous pli, et sur l'accroissement de son portfolio sur l'activité intralogistique. Ces 2 business unit permettent de pérenniser durablement notre activité.

Afin d'accompagner nos clients, en 2021, BOWE SYSTEC devient BOWE GROUP avec 3 divisions : BOWE SYSTEC - BOWE INTRALOGISTIQUE - BOWE IQ.

La mise en place de ces 3 business unit permet à Bowe d'adresser plus facilement l'ensemble de ces solutions à ces différents marchés.

Avec l'acquisition, en 2019, d'une société dédiée aux développements informatiques, le Groupe Bowe est à même d'assurer l'intégration de l'ensemble des ses machines de production, afin de les intégrer dans le cadre d'une solution client.

Le « know-how Bowe Group » : des solutions novatrices, sans cesse en renouvellement afin d'optimiser vos moyens de production et de vous assurer une traçabilité et un suivi instantanés du courrier et du document à l'article et au colis.

Partenaire et allié de longue date des Trophées de l'édition, Bowe France a toujours répondu présent à cet évènement incontournable des professionnels du document. Un réel moment d'accompagnement, de partage et d'échange avec des acteurs clefs de l'édition.

