

Antalis

Histoire et évolution du groupe

Antalis naît en 2000, grâce à la fusion d'environ 40 sociétés internationales de distribution partout dans le monde.

Antalis est une filiale de Sequana. Grâce à son approche visionnaire du marché, ainsi qu'à l'expertise de ses différentes entités, Antalis est devenu le leader européen de la distribution de papier. L'harmonisation des ventes et du marketing, la mise en commun des systèmes d'approvisionnement et de logistique, une marque et un positionnement uniques, une approche globale du marché et une grande expertise locale permettent aujourd'hui à Antalis de proposer à sa clientèle la gamme la plus large et la plus cohérente de produits et de services.

Cette position exceptionnelle résulte des mesures stratégiques prises au cours des deux dernières décennies :

1991

Création d'Arjo-Wiggins Appleton suite à la fusion de la société française Arjomari Prioux et de la société anglaise Wiggins Teape Appleton. La division de distribution, réunissant les deux divisions de distribution Arjomari-Prioux et Wiggins Teape Appleton, est baptisée Arjowiggins Merchanding.

2000

Arjowiggins Merchanding devient Antalis. Dans chaque pays, les différentes marques appartenant à l'héritage d'Arjowiggins Merchanding sont réunies sous un seul et même nom : Antalis. Wiggins Teape au Royaume-Uni, Tomas Redondo en Espagne, Arjomari Diffusion en France, Mühlebach en Suisse, Haseldonckx en Belgique ou encore Alpha Papier aux Pays-Bas, par exemple, deviennent tous Antalis.

2000 - 2007

Antalis poursuit sa série d'acquisitions, pénétrant ainsi différents marchés géographiques comme la Pologne avec Nitech, la République tchèque et la Slovaquie avec Smoza, l'Allemagne avec Betchhold et le Chili avec GMS par exemple. Sur cette même période, en 2004, Antalis entame son expansion sur le marché de l'emballage avec l'acquisition de Brangs + Heinrich et de Dekker Packaging.

Fin 2007

Antalis fait l'acquisition de The Map Merchant Group, la division de distribution de papier de M-Real. Grâce à cette acquisition, Antalis devient le numéro 1 de la distribution de papier en Europe et le numéro 4 mondial. Antalis a pu s'adresser ainsi à un plus grand nombre de clients, notamment en Scandinavie, dans les pays baltes et en Europe de l'Est.

2010

Antalis poursuit sa stratégie de croissance externe avec l'acquisition de Macron, distributeur allemand de supports et d'équipements destinés à l'impression numérique grand format pour la communication visuelle, marché fragmenté et en fort développement.

2012

La société axe ses acquisitions sur les marchés à fort potentiel de l'emballage et de la communication visuelle. Concernant l'emballage, celles-ci comprennent : Pack 2000 en Allemagne, Ambassador au Royaume-Uni, et tout récemment Abitek au Chili et Branopac en République tchèque. Antalis fait également l'acquisition de Macron, une société allemande de communication visuelle. Ces acquisitions consolident le leadership d'Antalis dans la distribution de papiers, les solutions d'emballage et la communication visuelle.

2013

Antalis fait l'acquisition de l'activité Xerox Document Supplies Europe dans 16 pays d'Europe de l'Ouest (Autriche, Belgique, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Irlande, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Norvège, Portugal, Espagne, Suède, Suisse et Royaume-Uni.)

2015

Antalis intensifie son développement sur les marchés en plein essor de l'emballage et de la communication visuelle, en faisant l'acquisition de différentes sociétés : les sociétés de distribution d'emballage PaperlinX au Royaume-Uni (1st Class Packaging, Donington Packaging Supplies et Parkside Packaging) ; Hansapakend en Estonie, PaperlinX A/S au Danemark, dont deux tiers du chiffre d'affaires concernent l'emballage et un tiers la communication visuelle ; et Cadorit i Boras AB en Suède, qui opère exclusivement sur le marché de la communication visuelle.

- Antalis rachète également Data Copy, la marque emblématique de Metsä Board. L'acquisition de cette marque leader renforce la présence d'Antalis sur le marché du papier de bureau et permet à la société de proposer à ses clients une gamme élargie de papiers de bureau et un choix plus vaste de marques de premier rang comme Xerox® et Image.

Fin 2016

Antalis poursuit sa stratégie d'acquisitions ciblées sur des marchés dynamiques de produits d'emballage et de communication visuelle, et consolide sa position sur le marché de la distribution de papier :

Antalis acquiert TFM Industrial, un distributeur péruvien spécialisé dans les produits d'emballage, avec un chiffre d'affaires d'environ 5 millions d'euros. Cette acquisition renforce la position d'Antalis en Amérique Latine, où le groupe génère déjà un chiffre d'affaires d'environ 18 millions d'euros au Chili, en Bolivie et au Pérou.

Antalis a également signé un accord pour l'acquisition de Gregersen, un distributeur norvégien spécialisé dans la communication visuelle, représentant environ 6 millions d'euros de chiffre d'affaires.

De plus, Antalis poursuit sa stratégie de consolidation sur son marché historique avec l'acquisition de la société de distribution de papier Swan Paper en République d'Irlande, ce qui représente environ 13 millions d'euros de chiffre d'affaires. Cette acquisition renforce sa position de leader dans un pays à forte croissance, où le Groupe réalise déjà un chiffre d'affaires de 34 millions d'euros.

2017

Introduction en Bourse d'Antalis International