

LIVRE & IMPRESSION NUMÉRIQUE ENCORE DES BLOCAGES ?

S'il fallait le répéter, c'est Alain Kouck (Editis), en ouverture du forum annuel Interquest, dédié à l'impression numérique de livres, qui s'y collera : « L'impression numérique n'est pas qu'une révolution technologique, elle ouvre un chapitre d'intégration et de réorganisation complète dans les entreprises ». D'où la relative lenteur d'un basculement, certes largement engagé, mais qui ne se limite pas à remplacer des machines par d'autres machines. Alors, où en est-on ?



Parmi les innovations présentées durant ce Forum Interquest, « Le Distributeur d'Histoires Courtes » a été imaginé et créé par Short Edition. Il n'a pas d'écran et il offre, en mode aléatoire, sous forme de papyrus, des poèmes et des nouvelles - à lire d'un trait - en 1, 3 ou 5 minutes. Ces histoires, écrites par des auteurs de la communauté de Short Edition, et le concept qu'elles portent, ont séduit jusqu'à l'illustre Francis Ford Coppola, qui en a fait installer une dans son Café Zoetrope de San Francisco.

Indéniablement, l'analyse est aujourd'hui faite de longue date. Loin de n'être qu'une technologie d'impression, le « numérique » au sens large implique de repenser l'ensemble de la supply chain, de la prise de commande à la livraison. Mieux encore, c'est au-delà du domaine de l'entreprise que les concepts et les pratiques changent : chez le libraire, chez les maisons d'édition et... chez le lecteur. De fait, pour évoquer une thématique a priori pourtant circonscrite au monde industriel – celle de l'impression numérique de livres – il faut en réalité voir plus large et convoquer un ensemble d'acteurs complémentaires.

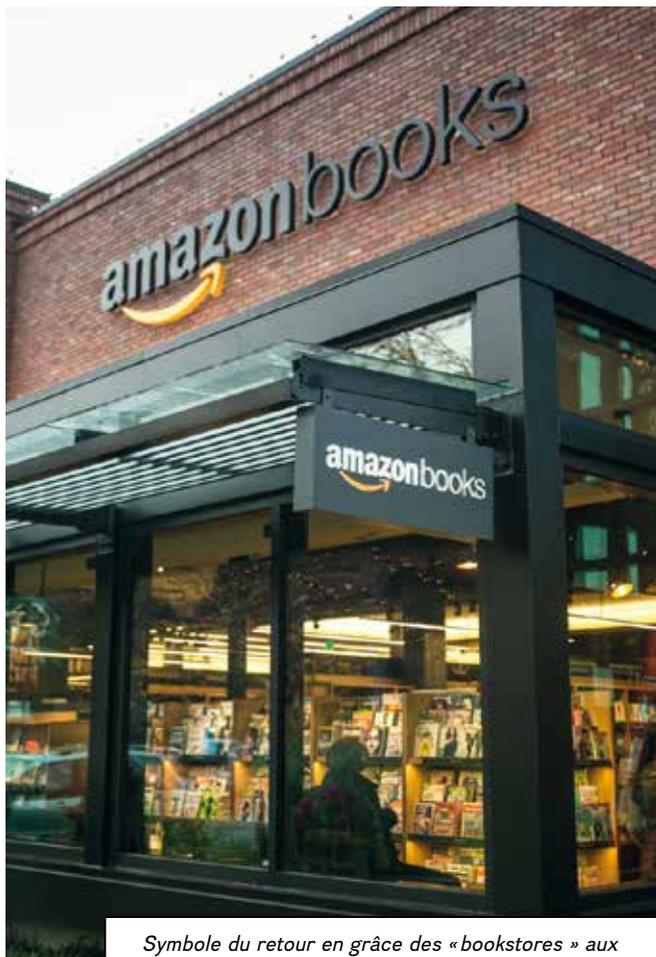
L'ebook en berne : le papier, premier réceptacle d'innovations ?

Dans la continuité de ce qui avait déjà été plus ou moins établi sur la base des données 2014, l'analyse des chiffres

de ventes de 2015 montre une stabilité globale du marché du livre en Amérique du Nord (- 0,6 %) caractérisée par une consolidation des acteurs, une bonne tenue du livre imprimé et... une chute sensible (encore !) des ventes d'ebooks. Ainsi Gilles Biscos (Président d'Interquest) détaille-t-il une décélération nette : « On note une baisse de l'ordre de - 9,5 % des ventes d'ebooks en 2015 aux États-Unis, le tout dans un contexte où le nombre de bookstores augmente : + 2,5 % en 2015 et + 5 % environ en 2016 ». Telle inclination ne signifie pour autant pas que les librairies qui sont (ré)apparues seraient d'exactes répliques de celles qui avaient fermé, au contraire a-t-on constaté l'émergence de « new concept stores », proposant notamment une expérience Web en magasin au sein d'espaces ludiques, modernes, et agrémentés de

« En Europe, les ventes d'ebooks ont chuté de 14 % en 2015, parallèlement à un effondrement des ventes de tablettes et liseuses. »

Gilles Biscos (Président d'Interquest)



Symbole du retour en grâce des « bookstores » aux USA, Amazon prévoit d'ouvrir 400 librairies telles que celle-ci sur l'ensemble du territoire.

services d'appoint (restaurants, bars, produits complémentaires etc). A l'échelle européenne, la fracture est encore plus sensible, toujours selon Gilles Biscos : « En Europe, les ventes d'ebooks ont chuté de 14 % en 2015, parallèlement à un effondrement des ventes de tablettes et liseuses, au profit de la lecture sur smartphone. Mais globalement, l'ebook pèse pour moins de 5 % du chiffre d'affaires du livre dans la plupart des pays européens » confirme-t-il en effet. Autant de phénomènes conjugués qui ont entériné l'idée selon laquelle il ne fallait « plus voir en l'ebook une grande opportunité », c'est du moins ainsi que se positionne la grande majorité des éditeurs interrogés par Interquest, après de longues années de croyances déçues. Pouvoir reste donc au papier, et c'est paradoxalement par lui que le livre et les espaces physiques de vente sont en train de changer...

Appétence numérique cherche modèle économique...

Dans le sillage d'une production – tant européenne que nord-américaine – qui veille à réduire le delta entre les volumes globaux mis en circulation et les ventes effectives de livres, le matériel d'impression numérique continue de faire son chemin chez les industriels. En 2015, ils étaient 48 % à

être équipés d'une technologie jet d'encre en Europe, contre 13 % seulement en 2010. Nul doute que cette proportion va croître en flèche après la Drupa, même si les volumes imprimés en numérique demeurent très majoritairement captés par le noir (84 %), la couleur (16 %) posant quant à elle toujours des problèmes de rentabilité concrètement bloquants. Si tout le monde s'entend sur la domination à venir

du jet d'encre, qualifiée de « technologie du futur » tant par Frédéric Fabi (Dupliprint) qu'Emmanuelle Bandecchi (Rotolito Lombarda), ils sont presque autant à regretter le prix du « ticket d'entrée » (difficile en effet de viser en-dessous du million d'euros pour acquérir une Presse jet d'encre), encore vu comme un frein aux investissements pour des machines dédiées aux courts tirages et, de fait, à des petits marchés peu rémunérateurs. Dans la mesure toutefois où ce sont bien ces « petits marchés » qui sont le théâtre des innovations les plus saillantes et vivaces, il est à parier que les ajustements nécessaires entre les coûts et les potentiels de rentabilité seront faits avant la prochaine Drupa... Pour illustrer ce potentiel novateur, une partie importante de cette édition d'Interquest était justement dédiée à présenter des approches nouvelles et/ou inspirantes. Le cas de l'ouverture récente de la librairie des Presses Universitaires de France (PUF), au cœur du quartier Latin de Paris, sorte de « new concept store » à la française proposant d'imprimer l'ouvrage de votre choix directement sur le lieu de vente, était notamment abordé par Frédéric Mériot, Directeur Général des PUF : « On nous a parfois reproché d'être disruptifs. Pour moi c'est un compliment » s'enorgueillit-il. Avec plus de 90 % des livres vendus qui sont imprimés sur place, via l'Espresso Book Machine (EBM), l'heure d'un premier bilan était donc venu, sans faux-semblant : « La réception par le public a été bonne, voire chargée d'émotion. Et ce malgré les limites techniques liées à ce que ne peut pas faire l'EBM, comme l'impossibilité notamment de pelliculer la couverture. Cela veut dire qu'il y a un marché, puisqu'il y a une adhésion. Nos ventes, après six mois, se situaient 35 à 40 % au-dessus de nos prévisions et les ventes se sont rapidement stabilisées. Nous avons ainsi pu constater un phénomène sensible de fidélisation de la clientèle, pour demeurer au-dessus de la moyenne des ventes des librairies PUF traditionnelles ». Par ailleurs, s'il évoque un « pari réussi », s'agissant d'en faire un « lieu de vie », théâtre régulier de diverses manifestations événementielles et culturelles, il ne s'en cache pas : « La rentabilité économique reste à trouver » ajoutant toutefois que là n'était pas « le but recherché ». Faisant ainsi écho aux quelques réserves d'ordre strictement économique précédemment émises, les technologies numériques d'impression semblent encore devoir faire baisser les coûts agrégés pour se fondre enfin dans des modèles d'affaires toujours fragiles, bien que solidement définis et donc largement anticipés. Apparemment, plus personne n'en doute, et tout le monde attend... ■

« Si tout le monde s'entend sur la domination à venir du jet d'encre, régulièrement qualifiée de « technologie du futur », ils sont presque autant à regretter le prix du « ticket d'entrée », proche du million d'euros. »