

## ÉCONOMIE |

# La mini-imprimerie qui fabrique des livres en un clic ouvre une page à Lille

À peine 150 exemplaires dans le monde dont six en France et une à Lille. L'Espresso Book Machine est une véritable imprimerie miniature, capable de fabriquer un livre de 200 pages en cinq minutes. Elle vient d'arriver à Lille, à l'Amigraf, le centre de formation des imprimeurs, pour une phase de test.

PAR VALÉRIE SAUVAGE  
economie@lavoixdunord.fr

**LILLE.** Sur le papier, c'est mieux qu'un joujou, un bijou technologique. L'Espresso Book Machine est capable de produire un livre aussi simplement que d'autres un café. Une centaine d'exemplaires sont à l'œuvre dans le monde. Six en France dont un à Lille, à la faveur du programme expérimental Ireneo, porté par l'IDEP (Institut de développement et d'expertise plurimédia) et l'UNIC (Union nationale de l'imprimerie et de la communication). Comment ça fonctionne ? Hubert Pédurant, consultant à l'UNIC, explique : « Cette machine compacte, de 2 m<sup>2</sup> d'empreinte au sol, réalise les mêmes opérations qu'une imprimerie classique. Elle imprime le corpus de pages, façonne et colle la couverture. Pour produire un livre de 200 pages, il faut compter environ cinq minutes. »

## DES MILLIONS AU PILON

L'Espresso Book Machine, fabriquée par une société américaine, trouve son sens dans l'impression de volumes à l'unité (entièrement personnalisables) ou de petites séries. Une thèse, un récit auto-édité, un livre photos (en couleur), des documents professionnels... Ou un ouvrage épuisé.

« Une application sur smartphone permettra de choisir un livre dans un catalogue. Il sera imprimé à proximité (grâce à la géolocalisation) et sera livré à domicile ou retiré chez le libraire de son choix. » Changement d'habitude : « On vend un livre avant de l'imprimer, alors qu'actuellement on imprime un livre en espérant qu'il soit vendu. Chaque année en France, 118 millions d'exemplaires partent au pilon. »

“ On vend un livre avant de l'imprimer, alors qu'actuellement on imprime un livre en espérant qu'il soit vendu. ”

La phase actuelle d'essais (en cours depuis un an à Paris et qui démarre à Lille) doit permettre aux éditeurs, aux imprimeurs, aux libraires et aux autres d'imaginer les possibles utilisations de la machine. Elle doit aussi permettre de réaliser des tests techniques. « Il y a 70 000 à 80 000 nouvelles éditions par an. Les libraires ne peuvent pas tout avoir en stock. Par ailleurs, 20 % des livres réalisent 80 % du chiffre d'affaires. Les autres manquent de visibilité. » L'Espresso Book Machine tiendra-t-elle ses promesses ? La suite dans un prochain chapitre. ■



Hubert Pédurant, de l'Union nationale de l'imprimerie et de la communication, devant l'Espresso Book Machine.

## L'agence Idées-3 Com fait parler le papier



En approchant une tablette d'un catalogue papier, le vêtement convoité peut apparaître en trois dimensions. PHOTO PATRICK DELECROIX

**TOURCOING.** Le papier et le Web ne sont plus face à face. Ils sont main dans la main. C'est le principe de l'Espresso Book Machine (lire ci-dessus), un outil qui permet de fabriquer un véritable livre choisi sur une application smartphone. C'est aussi l'intime conviction de l'agence de communication Idées-3 Com installée à la Plaine Images, à Tourcoing. À l'origine spécialiste de la modélisation en trois dimensions, l'entreprise mise aujourd'hui beaucoup sur le « print connecté ». Concrètement, de quoi s'agit-il ? « Nous enrichissons tout ce qui est document imprimé, explique Sabrina Chazerault, ingénier d'affaires chez Idées-3 Com. Par exemple, il suffit de flasher l'image d'un vêtement sur une page de catalogue pour le mettre dans son panier d'achats. On peut aussi imaginer flasher une affiche de film devant un cinéma pour avoir accès à la bande-annonce ou une vitrine de restaurant pour enregistrer son numéro de

téléphone directement le numéro dans ses contacts. » La technologie utilisée par Idées-3 Com est celle de la reconnaissance d'images. « On peut aussi penser à une boîte de médicaments pour avoir accès à la posologie ou à un tableau dans un musée pour accéder à davantage d'informations. »

### L'IMPRIMÉ EN PORTE D'ENTRÉE

L'exploration des possibilités est en cours. Elles sont multiples. « L'imprimé devient la porte d'entrée de l'enseigne. Il y a une vraie demande actuellement. L'idée, c'est de réduire les processus décisionnels d'achat et de booster les ventes. » Au-delà, l'utilisation de telles applications permet d'accéder à une foule de statistiques utiles. « D'un côté, les produits peuvent être poussés vers le client en fonction de ses goûts. De l'autre, l'enseigne va pouvoir gérer ses stocks de manière plus fine. » Le papier tourne une nouvelle page. Le livre n'est pas refermé. ■ V. S.

### LES INDUSTRIES GRAPHIQUES VEULENT TOURNER LA PAGE

Concurrence du Web, baisse des investissements publicitaires et diminution des ventes... L'addition des causes conduit à une soustraction des volumes imprimés en France. Une baisse de 5 %, 100 000 tonnes de papier écriture en moins imprimées en 2013 par rapport à 2012 (sur 2 millions de tonnes). Dans le Nord - Pas-de-Calais, troisième région graphique en termes d'effectifs (derrière l'Île-de-France et Rhône-Alpes), des entreprises ont dû tourner la page : entre 2011 et 2012, le nombre d'établissements graphiques dans la région a reculé de 3,3 % et le nombre de salariés de 5,8 %. Il faut s'accrocher, bien sûr. Ils sont toujours 234 à employer 4 130 personnes (chiffres 2012). Tous cherchent de nouveaux marchés, de nouveaux relais de croissance. Ils expérimentent et innovent (lire ci-contre). Le papier est toujours debout. V. S.