Imprimer ses journaux à la demande

Description

Les premiers kiosques d'impression à la demande de magazines sont nés en Suède en juin 2013. En période de test pour trois mois, ils sont installés dans un hôpital, un aéroport, un supermarché et deux hôtels à Stockholm. Le lecteur choisit son magazine parmi plus de 200 titres, avant d'en lancer d'un clic l'impression en quelques minutes, une fois effectué le paiement par carte de crédit.

Cette expérience inédite au niveau mondial est proposée par la start-up Meganews Magazines, en partenariat avec l'entreprise japonaise Ricoh. Connecté à l'internet, ce premier kiosque numérique à la demande permet aux éditeurs de procéder à des mises à jour et des corrections. Avec ce nouveau procédé de distribution, Meganews ambitionne tout à la fois de créer une nouvelle source de revenus pour les éditeurs, d'apporter sans surcoût un meilleur service aux lecteurs, d'accroître la visibilité des magazines et de diminuer le coût économique et environnemental du traitement des exemplaires invendus. La start-up suédoise souhaite prochainement enrichir son service d'impression à la demande avec des titres de la presse étrangère.

Réconciliant l'univers du papier avec celui du numérique, cette innovation ne crée pas un nouveau modèle économique, mais pourrait pallier certaines défaillances du système de distribution de la presse en France. Comme le résume Erwann Gaucher sur son blog, le kiosque d'impression à la demande permettrait de :

- trouver son journal à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit, tous les jours de la semaine ;
- vendre les quotidiens nationaux en province, avec une économie de moyens considérable pour les éditeurs ;
- désengorger les kiosques traditionnels des centaines de titres à la diffusion plus que confidentielle qui creusent le déficit structurel du système de distribution ;
- régler de façon plus pertinente les quantités d'exemplaires distribués, évitant ainsi aux éditeurs un manque à gagner ;
- enfin et surtout, la presse renouerait ainsi avec l'époque où, à la fin des années 1960, le quotidien *France-Soir* de Pierre Lazareff livrait sept éditions quotidiennes au fil des grands événements de l'actualité.

La réussite de ce procédé dépendra sans nul doute du prix de vente et du temps d'impression, relativise Erwann Gaucher.

En attendant que Meganews s'installe en France, le site Trocdepresse.com, lancé fin mai 2013, propose lui

aussi de lutter contre le gaspillage de papier et d'argent en permettant d'échanger journaux et magazines entre voisins.

Sources :

- « L'impression à la demande : une révolution pour la presse écrite ? », Benjamin Adler, Marketing Progress, influencia.net, 1^{er} septembre 2013.
- « L'impression à la demande peut-elle sauver la presse papier ? », Erwann Gaucher, erwanngaucher.com, 6 septembre 2013.

Categorie

1. Techniques

date créée

11 décembre 2013

Auteur

francoise