



Le Symposium de l'Impression Numérique tenait sa 11^{ème} édition le 23 juin dernier. L'occasion, pour cette édition exceptionnelle, de présenter, en avant-première, les grandes tendances **de la nouvelle étude sur le marché de l'impression numérique et des services graphiques** commissionnée par le S.I.N. auprès de la société INTERQUEST, dix ans après une précédente étude, « La reprographie à l'ère du numérique ».

L'opportunité, aussi, de pointer le formidable potentiel qu'offrent les perspectives de développement sur ce marché, non seulement celui de l'impression numérique à proprement parler mais aussi (et surtout) celui des **services graphiques**. C'est bel et bien vers les services apportés à leurs clients que notre Profession a muté ! Retour sur cette journée riche en enseignements, contacts et échanges.

Rassemblant plus de 130 participants et une dizaine de partenaires de renom, **ANTALIS, HP, KONICA MINOLTA, RICOH, XEROX, RISO, QUARK, PRINT CHAIN, EXAPRINT, INSTITUT REGARD PERSAN**, venus présenter leurs solutions et expertises auprès d'un panel représentatif d'imprimeurs numériques, d'imprimeurs et de donneurs d'ordre, cette 11^{ème} édition a tenu toutes ses promesses.

Plusieurs axes forts ont marqué le déroulement de ce Symposium :

► La révélation des premières tendances de la nouvelle **étude de marché initiée par le S.I.N.**, étude réalisée par INTERQUEST avec l'objectif de cerner les pratiques et les visions du marché par les différents acteurs de notre Profession, de dessiner l'état de la situation actuelle mais aussi de tracer les perspectives qui s'offrent à nos différentes activités.

► **Le point de vue des fournisseurs : Quelles mutations à venir sur le marché et comment l'imprimeur numérique doit-il envisager de se positionner ?** Telles sont les questions majeures qu'ont posé **Patrick CAHUET**, Directeur de 1PRIME | concept, et **Rodolphe PAILLIEZ**, Rédacteur en Chef Adjoint de FRANCE GRAPHIQUE, aux grands acteurs présents au cours d'une première table ronde.

► **L'avis des imprimeurs numériques eux-mêmes : Comment se positionnent-ils, justement, dans ce vaste marché et comment voient-ils évoluer leur activité ?** Un panel de sept intervenants, représentant des entreprises de profils différents, était appelé à témoigner sur les clés de leurs succès respectifs.

Quelques axes phares...

« Toutes activités confondues, il ressort des résultats présentés que la Profession est composée de 3000 entreprises de taille et de structure diverses, avec une très large majorité de TPE et PME » précise Gilles BISCOS, Président d'INTERQUEST. Les différents acteurs interrogés (imprimeurs numériques, constructeurs & fournisseurs, experts) s'accordent à souligner la forte réactivité des imprimeurs numériques, habitués aux courts tirages et capables de réaliser des prestations sur mesure.

Il ressort par ailleurs des premiers résultats de l'étude que l'impression personnalisée, le multi-canal, l'impression distribuée à la demande, le grand format et la finition constituent autant d'opportunités créatrices de valeur ajoutée, au regard des besoins exprimés par les clients.

Autre analyse spécifique dédiée, celle des ateliers intégrés, dont il faut noter que le nombre a diminué en 9 ans et dont les activités sont aujourd'hui recentrées.

C'est bien sûr avant tout pour les imprimeurs traditionnels que le marché de l'impression numérique constitue une révolution brutale, au même titre que leurs donneurs d'ordre, avec un modèle de fabrication totalement différent (accélération des courts tirages, délais beaucoup plus courts).

Les mutations sont omniprésentes : fort accroissement de la couleur, migration de l'offset vers le numérique, technologies d'impression et papiers de plus en plus innovants, médias toujours plus créatifs, Internet et Web-to-print.

« Les outils qui permettent de faire du Web-to-print, de la personnalisation et du muticanal arrivent à un certain stade de maturité. Ces outils sont de plus en plus intégrés. » souligne **Patrick CAHUET**.

Les demandes sont de plus en plus fortes, les renouvellements des produits de plus en plus fréquents. Il faut être constamment en veille. Un imprimeur numérique de livres indique que dans son entreprise, l'évolution s'inscrit dans l'année avec l'intensification des versions e-book téléchargées avec leurs versions papiers au travers d'un site, un système totalement automatisé.

Pour un autre prestataire, la notion de multicanal devient une évidence. « Un client sera client d'un magasin et du web ou 'rentré' par le web et finissant en magasin ou inversement et si on n'offre pas les deux types de commercialisation, on perdra des clients »

Retrouvez le bilan de cette édition 2011 dans le nouveau numéro de S.I.N.ERGIE, le magazine du S.I.N. (novembre 2011).

Contact presse : Patrick Joly - patrick.joly@sin.fr