

HP dévoile sa stratégie Print 2.0

Profitant de son show américain annuel : « *Imaging and Printing Conference* », HP a donné plus de détails sur sa stratégie Print 2.0.

Les trois points clés de cette méthode HP, qualifiée de 2.0 -un terme décidément très tendance dans le monde l'IT- sont les suivants : simplifier et offrir de nouvelles fonctionnalités à l'impression en ligne, étendre les plates-formes de création et d'édition numériques, Snapfish et Logoworks, du particulier au professionnel, et enfin créer une plate-forme d'impression plus rapide et moins coûteuse, pour les marchés qui gèrent d'importants volumes...

HP a évoqué son rapprochement avec la société de Loïc Le Meur spécialisée dans la création de weblog : [SixApart](#) en vue de créer des technologies permettant de simplifier l'impression en ligne.

Par exemple en offrant aux blogueurs la possibilité d'ajouter un bouton « impression » sur leurs blogs.

L'américain souhaite aussi lancer [Tabblo Print Toolkit](#), un widget qui permettrait au webdesigner d'intégrer en un clic une fonctionnalité impression sur leurs pages Web.

La société a ajouté à son catalogue 'entreprise' huit nouvelles solutions qui ciblent plus particulièrement les secteurs suivants : l'éducation, le secteur public, les commerces, les transports et la logistique et les finances ainsi que les sociétés de services... Plus de détails sur ces nouveaux produits seront donnés dans les jours qui viennent par notre envoyé spécial.

D'un point de vue stratégique la nouvelle direction prise par l'entreprise est surprenante, et le moins que l'on puisse dire c'est qu'elle est très verticale. Le groupe multipliant les annonces par secteur d'activité. Finalement, HP qui est souvent critiqué comme étant uniquement « *une société de l'impression* » vient de rebondir.

L'idée d'HP, de cibler la problématique de l'impression Web semble être la bonne, car sauf exceptions (ndlr :PDF) une impression en ligne pour être simple et économique doit se préparer, s'organiser? Le texte est généralement mal imprimé et la lecture est souvent plus compliquée sur le papier que sur l'écran.

Prenons un exemple concret, lorsque un lecteur souhaite uniquement imprimé un encadré la démarche est compliquée, il doit extraire le passage et le « reformater » pour bénéficier d'une impression claire et optimale. Une méthode qui reste frustrante et longue...

L'effort commun de SixApart et de HP va permettre de combler de façon intelligente ce vide, entre la réalité virtuelle d'un site Web et la réalité physique de la feuille de papier.

Ce système va demander du temps, mais une fois qu'il sera perfectionné il pourrait bien devenir un standard...

Il est encore trop tôt pour savoir si cette approche Print 2.0 va révolutionner le marché de l'impression en ligne, mais il y a fort à parier pour que cela intéresse de nombreux internautes, blogueurs et développeurs de sites...

L'ambition du groupe est de capturer une part importante des **53 milliards de pages numériques** qui seront imprimées d'ici à 2010, soit un marché juteux estimé à plus de **296 milliards de dollars**.