

Impression photo : Kodak casse le prix des consommables

Kodak repart à l'offensive. Ayant magistralement raté le virage du numérique, la mythique entreprise américaine a dû se restructurer en profondeur, multipliant les plans sociaux (23.000 postes supprimés) et les fermetures d'usines spécialisées dans la photo argentique.

Aujourd'hui, ayant sorti la tête de l'eau, le groupe annonce une révolution dans le très juteux marché de l'impression photo à domicile. Kodak lance une nouvelle famille d'imprimantes mais l'innovation se situe dans les consommables. L'entreprise promet des cartouches d'encre photo de 10 à 15 dollars contre 25 à 30 dollars pour la concurrence. Traduction : Kodak promet de diviser par deux le coût d'une photo imprimée sur ses machines.

En achetant un 'pack d'impression' (papier et cartouche) à environ 18 euros, le coût à la photo descend à 0,10 euros, soit le prix le plus bas pour une imprimante domestique. Ce tarif vient même concurrencer de nombreux services de tirage sur Internet.

Un argument de poids. Car le prix des consommables est souvent critiqué par les consommateurs qui dans le même temps plébiscitent les imprimantes photos : le marché a représenté 20 milliards de dollars en 2006 selon IDC.

Kodak brise ici un modèle économique qui a fait ses preuves. Les leaders de ce marché, comme HP, misent sur des imprimantes peu onéreuses mais se « rattrapent » sur les consommables. Kodak préfère vendre des machines un peu plus chères (300 dollars) et espère générer du volume avec ses cartouches à prix cassés.

Kodak aurait investi 100 millions de dollars dans ses lignes de production d'imprimantes. Surtout, l'entreprise est désormais dirigée par Antonio Perez, ancien de la division imprimantes d'HP qui a fait de cette activité une des plus rentables pour le géant américain.

D'ailleurs, avec ces nouveaux produits, Kodak entend rattraper voire dépasser Hewlett-Packard qui domine le secteur avec 40% de parts de marché