

# [Julie Dang Tran, HP : « Les professionnels attendent d'une imprimante qu'elle soit connectée »](#)

Directrice Catégorie Solutions d'Impression HP PPS France, **Julie Dang Tran** répond aux questions de *Silicon.fr* sur la stratégie de HP en matière d'impression professionnelle.

**Silicon.fr – Une grande partie des « solutions d'impressions » d'HP est désormais connectée à internet. Mais vos clients particuliers et professionnels s'en servent-ils réellement ? Disposez-vous de statistiques sur ePrint ?**

[HP](#) a créé un écosystème d'impression qu'il propose au travers de ses expertises Solutions d'Impression et Arts Graphiques (anciennement Division IPG, désormais intégré au sein de PPS – Personal and Printing Systems Group). Cet écosystème permet de répondre à l'intégralité des besoins d'impression des clients grand public et professionnels, y compris les professionnels de l'imprimerie.

En France, le marché de l'impression représente 9 milliards de dollars, en croissance de 1,5% sur les segments grand public, TPE/PME, et entreprises. Les contenus numériques ont explosé ces dernières années et seront multipliés par dix d'ici fin 2012.

On estime qu'en 2020, un tiers des contenus seront dans le Cloud. Ces chiffres sont en cohérence avec les usages des professionnels qui sont de plus en plus mobiles. Ils représentent 30% des actifs aujourd'hui. Il y a un véritable phénomène de convergence entre les dispositifs mobiles, tablettes, smartphones et les imprimantes.

Les résultats obtenus sur le marché français confirment cet état de fait : déjà 1.9 million d'imprimantes connectées HP ont été vendues en France et plus de 100 applications sont disponibles sur le portail HP. Les particuliers utilisent ePrint et les Apps : les services les plus utilisés sont les applications Disney, les Quickforms HP ainsi que les animations Dreamworks, ces 3 usages représentant 78% des pages imprimées.

Les professionnels eux aussi attendent d'une imprimante qu'elle soit connectée et qu'elle puisse archiver automatiquement leurs impressions, afin d'imprimer et de réimprimer à la demande, de n'importe où.

**Silicon.fr – Les professionnels peuvent avoir besoin d'envoyer des fichiers en très haute résolution. Votre service en ligne est-il prêt à gérer de gros volumes de données ? Existe-t-il des limites techniques ?**

Chaque client professionnel utilisant une imprimante Designjet, a un espace dédié de 5 Go. Cet espace peut être augmenté en fonction des besoins.

**Silicon.fr – Avec Snapfish, HP réalise déjà des tirages à distance pour le grand public. Comptez-vous également proposer des services d'impression pour les professionnels, sans**

## **qu'ils aient à acheter votre matériel ?**

L'offre d'HP permet à l'utilisateur de choisir d'imprimer de chez lui, sur son imprimante personnelle, ou via Snapfish selon la nature des impressions, l'urgence, le format, les quantités qu'il souhaite imprimer. Avec Snapfish, HP propose des prestations d'impressions photographiques en ligne, destinées au grand public uniquement. L'approche consiste à proposer aux consommateurs une expérience photo globale, complète et simple, en s'appuyant sur la compétence de clients prestataires.

En ce qui concerne le monde professionnel, HP a une démarche simple, basée sur deux axes.

Le premier : enrichir le produit de solutions ou services attachés au produit, destinés à en maximiser l'exploitation et à en étoffer l'expérience. HP ePrint par exemple, permet de s'affranchir du cordon du pilote d'impression et d'imprimer depuis un smartphone. Tandis que les solutions de stockage virtualisées pour les plans enrichissent et maximisent l'utilisation du traceur grand format. En ce qui concerne les presses HP Indigo, elles sont dotées d'un logiciel de personnalisation.

Le second axe, consiste à d'aider les prestataires d'impression à bâtir leur offre de services dédiée à la clientèle professionnelle PME et grands comptes. HP propose à ses clients prestataires (imprimeurs, copy shops, reprographes, sérigraphes...) des solutions favorisant l'alimentation des flux papiers, depuis le donneur d'ordre vers leur parc de machines.

Ces solutions ne sont pas liées spécifiquement aux produits HP et elles supportent tous types de configuration. L'objectif est de permettre aux prestataires de proposer de la valeur ajoutée dans leurs offres dédiées aux donneurs d'ordre et de s'adapter aux nouvelles structures de travail de ses clients.

C'est dans ce cadre que s'inscrivent les rachats d'[Autonomy](#), d'Exstream et d'Hiflex par exemple. Dans le cas d'Hiflex, l'objectif est d'aider les prestataires à mettre en place des solutions de Web To Print pour leurs clients. Les travaux seront imprimés autant sur les presses numériques d'HP que sur presses conventionnelles, selon les volumes ou les modalités économiques. Quant à HP Exstream, ses solutions offrent la souplesse de la personnalisation dans les mailings directs pour en augmenter les taux de retour.