

Le livre imprimé « à la demande » au secours des éditeurs

Face à l'explosion des coûts de l'offset, l'impression numérique « à la demande » devient compétitive, même pour des éditeurs de belle taille. Ce basculement technique peut-il modifier votre expérience en librairie ?



ALAIN LALLEMAND

Les plus grands éditeurs belges, y compris de bande dessinée, sont-ils à la veille d'un basculement technologique - l'édition « à la demande » sur imprimantes numériques ? Dans une communication récente, les éditeurs belges y ont vu une possible « planche de salut », susceptible de réduire des coûts qui, pour l'heure, explosent. Le bénéfice se marquerait notamment sur les stocks et la consommation au plus juste du papier.

Imprimer deux, vingt ou quarante livres, pas davantage, puis les vendre à flux tendu, sans entretenir de stock ? C'est déjà une réalité pour la grande majorité des petits éditeurs littéraires de Belgique, confirme Thierry Horguelin, coordinateur des Éditeurs singuliers, association d'une bonne cinquantaine de petits éditeurs belges francophones.

Quand on imprime un volume qu'à cent ou trois cents exemplaires, l'impression offset est trop onéreuse pour une si petite quantité. En outre, ce n'est guère efficace ni écologique - il y a trop de gâche - et la technique de l'impression numérique permet depuis bien plus d'une décennie d'obtenir de bons résultats graphiques, même en quadrichromie.

L'un des beaux exemples de cette efficacité en micro-édition, c'est l'éditeur Quadrature à Louvain-la-Neuve, imprimé dans la même ville par la Ciaco : Patrick Dupuis peut commander la réimpression de ses livres à partir de... deux exemplaires, il obtient des réimpressions d'urgence en quatre jours et, pour 81 titres édités depuis 17 ans, la totalité de son stock tient, nous dit-il, « dans deux bibliothèques Ikea bien remplies » et quelques caisses pour les volumes qui se vendent le moins. Mais jamais de pilon. Il est vrai que Quadrature se limite à cinq publications par an, avec un tirage de tête de 300 exemplaires, pas davantage. De la petite édition, quoique professionnelle.

Pour l'édition moyenne cependant, au-dessus de 250 exemplaires, on son-

geait jusqu'à ce jour exclusivement à l'offset. Ces deux dernières années pourtant, la hausse des prix des matières premières (singulièrement le papier et l'aluminium, indispensables pour créer des plaques offset) a radicalement modifié le point d'équilibre, note Benoît Dubois, directeur de l'Association des éditeurs belges (Adeb) : en regard de coûts de production offset qui sont en train d'exploser, l'impression numérique « à la demande » deviendrait concurrentielle pour des tirages bien plus élevés, jusqu'à 1.300 exemplaires.

Un détail technique ? Bien plus : cela pourrait bien changer votre expérience de client en librairie.

Au-dessus de 250 exemplaires, pour l'édition moyenne, on songeait jusqu'à ce jour à l'offset. Ces deux dernières années cependant, la hausse des prix des matières premières a radicalement modifié le point d'équilibre

Pour donner un ordre de grandeur, à l'exception des best-sellers, les grandes maisons d'édition littéraires françaises effectuent régulièrement des « mises en place » de leurs nouveautés (en librairies et grandes surfaces) de l'ordre de 2 à 8.000 exemplaires. L'offset est alors incontournable. Mais les réimpressions et réassorts pourraient souvent tomber sous la barre des 1.300 exemplaires. Même de très grandes maisons de livres de poche, liées à de grands groupes éditoriaux, pourraient y trouver un bénéfice et une souplesse nouvelle.

Une révolution radicale

En Belgique, la révolution attendue est plus radicale encore : selon l'Adeb, à l'exception des éditeurs juridiques et des éditeurs scolaires, la quasi-totalité des productions éditoriales pourraient trouver avantage à être publiées en nu-

mérique « à la demande » plutôt qu'en offset. Un renversement de perspective conjoncturel, soit, mais qui pourrait être durable : « Je crois qu'on est parti pour une période relativement longue de maintien du niveau des prix de production offset », analyse Benoît Dubois, « et vraisemblablement un élargissement de l'offre en impression à la demande. Par conséquent, c'est un type d'édition qui pourrait devenir davantage structuré. »

Pour le client en librairie, cela peut avoir plusieurs conséquences concrètes. L'éditeur, quelle que soit sa taille, n'a plus aucun intérêt logistique à retirer de son catalogue un livre qui se vend mal : s'il n'y a pas de stock, et si le maintien dans les bases de données n'est pas trop onéreux, pourquoi ne pas continuer à proposer un livre, fût-il matériellement introuvable... jusqu'à sa commande ? Des « éditeurs » indiens l'ont bien compris en proposant en Europe des rééditions (de mauvaise qualité) de livres disparus, passés dans le domaine public.

Dans le secteur de la bande dessinée, « on sait qu'il y a beaucoup de titres édités qui ne sont absolument pas rentables : peut-être l'impression à la demande est-elle aussi une manière de limiter le risque ».

A contrario, la réalité du marché impose quelques limites importantes à l'expansion de l'impression numérique : « La guerre entre grands groupes éditoriaux se matérialise dans les librairies par une présence en volume et en mètres linéaires », constate Benoît Dubois. « Je ne suis pas sûr que ces grandes maisons-là changent de braquet à cet égard. »

Enfin, tout n'est pas possible en numérique : « S'agissant des livres d'art comme ceux qu'impriment La Lettre volée (Uccle) ou CFC-Éditions (Bruxelles), l'offset conserve des qualités pour la reproduction fine d'œuvres en couleur », constate Thierry Horguelin. Le débat reste ouvert.

L'impression numérique « à la demande » pourrait permettre aux éditeurs de réduire leurs coûts. © BELGA

à Herstal De la BD imprimée à la demande

A.L.

Pour Roland Soubras, administrateur délégué de Snel Grafics SA, le premier test de livre « à la demande » remonte à 2019 : il propose alors au dessinateur Philippe Geluck de faire imprimer sur leurs nouvelles installations digitales, aux Hauts-Sarts, une bande dessinée « personnalisable », à l'unité. L'expérience est probante, mais se déroule juste avant la pandémie de covid. Il lui sera bien difficile ensuite de démarcher les éditeurs de Belgique pour les convaincre de la grande souplesse de l'impression digitale. Depuis quelque temps pourtant, l'intérêt des éditeurs est bien là : « Nous avons des débouchés avec un éditeur BD français », se réjouit Roland Soubras, « et j'ai un éditeur belge de BD qui vient nous rendre visite la semaine prochaine. »

Qu'a-t-elle de si révolutionnaire, cette impression digitale « à la demande » ? D'abord, l'impression digitale est (presque) entièrement automatisée : « Quand on reçoit le fichier de l'éditeur, on insère un QR code ou un code-barres avec toutes les caractéristiques de l'ouvrage à imprimer », explique Roland Soubras. « C'est le QR code qui pilote l'impression digitale de manière tout à fait autonome, y compris la couture (des feuillets), y compris la finition du bloc de la BD. Ce qui n'est pas *full* automatisé, c'est l'emboîtement de la couverture avec l'intérieur du bloc de BD. Là, il y a encore une manipulation. » Mais Snel Grafics imprime effectivement des couvertures rigides, en impression quadrichromie digitale, haut de gamme. Fini l'offset.

Sur ces imprimantes, « on peut faire des BD haut de gamme, personnalisée pour des collectionneurs. On a fait l'an passé trois ou quatre collections comme cela, avec des tirages assez faibles - de 100 à 300 ou 400 exemplaires. Mais comme on imprime la gamme complète de la collection, cela signifie qu'au total, on imprime en digital pur 4 à 5.000 exemplaires, les uns derrière les autres. Même s'il y a vingt titres différents ».

Peut-on imaginer d'aller jusqu'au bout de la démarche, avec une impression qui soit presque à l'exemplaire ? « C'est possible », affirme Roland Soubras, « mais il faut qu'il y ait préalablement une concertation entre l'imprimeur et l'éditeur au tout début du projet. Par exemple, nous travaillons avec une société britannique : un volume d'impression est fixé - 500 livres par jour - et il faut rester dans une certaine fourchette de format, en utilisant le même papier pour toutes les collections. A ces conditions, on imprime alors uniquement ce qui a déjà été vendu et il n'y a plus du tout de gâche (de rebut papier). »

La révolution est également logistique. Ainsi, l'ASBL SGR (Sentier de grande randonnée), editrice de topo-guides, a confié à Snel Grafics l'impression de leurs quelque 45 topo-guides. Un objet rapidement frappé d'obsolescence puisqu'il suffit qu'une information topographique change pour que le guide soit condamné au pilon. Plus maintenant. Les 45 guides sont digitalisés, l'imprimeur garde un mini-stock de chaque guide et lorsque l'association vend un guide sur son site, c'est l'imprimeur qui est automatiquement prévenu et expédie le guide à l'acheteur. Lorsqu'un guide approche de la rupture de stock, c'est l'imprimeur qui prévient l'éditeur, et l'éditeur a accès informatique direct au contenu du guide, qu'il peut mettre à jour avant réimpression. La charge logistique du stockage passe donc de l'éditeur à l'imprimeur, et les mises à jour suivent au plus près les ventes réelles.