


HP oblige à utiliser ses propres cartouches

Après une mise à jour logicielle, certaines imprimantes n'acceptent plus les cartouches de la concurrence.

Sébastien Dumoulin

 @sebastiendmln

Dans les locaux d'123inkt, près d'Amsterdam, les premières alertes sont arrivées il y a une dizaine de jours. Plusieurs clients de la société néerlandaise, qui commercialise des fournitures de bureaux, se plaignaient que leur imprimante HP ne fonctionne plus avec les cartouches d'encre 123inkt. Les utilisateurs de ces cartouches « compatibles » vendues plus de 50 % moins chers que celle de HP voyaient soudain s'afficher sur leur imprimante un message d'erreur selon lequel leur cartouche était endommagée et devait être remplacée. Le problème touchant au moins 1.000 de ses clients, 123inkt a contacté HP Pays-Bas pour obtenir des explications. La réponse n'a pas tardé. Selon le constructeur américain, suite à une mise à jour du logiciel de certaines de ses imprimantes (OfficeJet, OfficeJet Pro et Office JetPro X), certaines cartouches tierces pouvaient effectivement ne plus fonctionner.

Contactée par « Les Echos », la société précise que « l'objectif de ces mises à jour est de garantir la protection des innovations technologiques d'HP ainsi que ses droits de propriété intellectuelle. Ces imprimantes continueront à fonctionner avec des cartouches reconditionnées ou rechargées si celles-ci disposent d'une puce de sécurité HP d'origine. Toute autre cartouche pourrait ne pas fonctionner ».

Un filon de rentabilité

Point intéressant soulevé par 123inkt, cette fameuse mise à jour logicielle ne s'est produite que le 22 mars et certains utilisateurs qui n'avaient pas connecté leur imprimante à Internet ont été touchés. Dès lors, la question se pose de savoir si HP a intégré à son logiciel une « bombe à retardement » permettant d'écarter les cartouches des concurrents.

Une telle manœuvre aurait du sens économiquement. HP Inc., qui a hérité des activités PC et imprimantes de l'ancien géant HP lors de sa scission en novembre 2015, doit faire face à une érosion de ses ventes sur ces deux marchés en décroissance. L'impression représentait 40 % des 51 milliards de dollars de revenus de HP Inc. en 2015, mais 80 % de son bénéfice opérationnel, grâce justement aux ventes de consommables (deux tiers du chiffre d'affaires du segment impression). Mais les revenus tirés de l'impression accusent une forte baisse (-16 % sur les trois premiers trimestres) et HP doit persuader les clients d'acheter ses cartouches. Quitte à leur forcer un peu la main ? ■