

+ DVD GRATUIT Petite histoire et grandes controverses de
LA CONSTITUTION EUROPÉENNE



le nouvel
Observateur www.nouvelobs.com

★ *Referendum*
29 mai 2005

*Lettre
à un ami
partisan du non...*



*“Si jamais le non l'emportait,
alors, comment la France pourrait-elle
faire oublier qu'elle se serait montrée
indigne des attentes qu'elle a suscitées,
et indifférente à son rôle dans l'Histoire?”*

Jean Daniel

Le défi du cahier intelligent

Un stylo magique, muni d'une caméra, qui court sur le papier et transmet les données à un ordinateur, c'est le nouveau match entre les papetiers Oxford et Clairefontaine

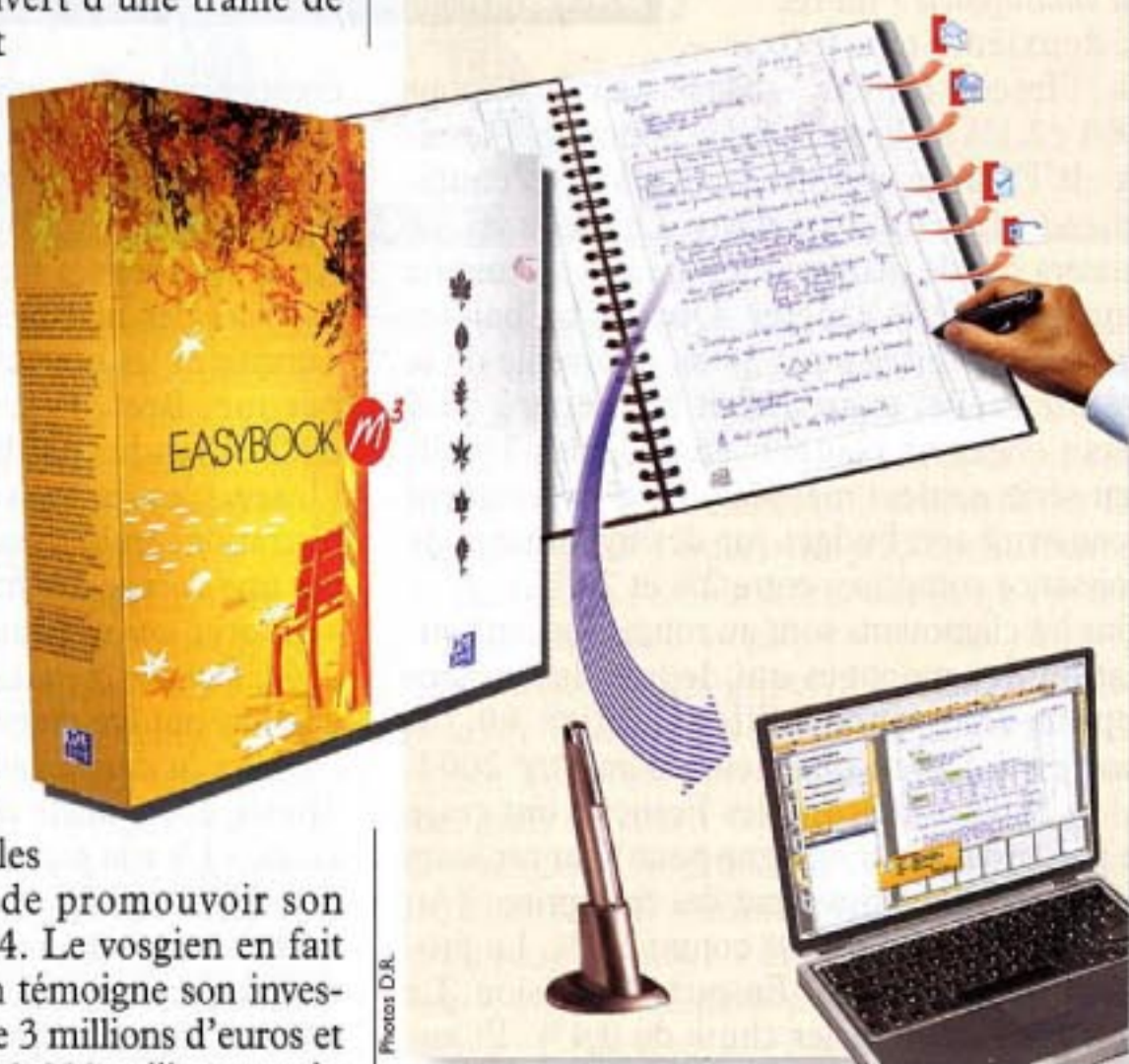
Fni le cahier à spirale avec ses petits carrés sagement alignés que des générations d'écoliers ont noirci d'une écriture pressée ? Pas tout à fait. Mais les deux géants français du cahier scolaire, Oxford et Exacompta Clairefontaine, parient sur l'innovation pour rendre plus dynamiques leurs entreprises séculaires. Ces deux groupes familiaux, créés au milieu du XIX^e siècle, dont les chiffres d'affaires respectifs avoisinaient l'an dernier le demi-milliard d'euros, fourbissent leurs armes avec deux tactiques très différentes autour d'une même invention : le « cahier numérique ». Noms de code des deux projets : l'Easybook pour Hamelin et sa marque Oxford et, de l'autre, le Paper PC de Clairefontaine.

Le procédé de base des deux systèmes a été lancé par la société suédoise Anoto en 1999. Son principe ? Un stylo un peu magique est doté d'une microcaméra qui lui permet de mémoriser tous les mouvements tracés par sa bille sur une page. Il suffit d'envoyer ensuite sur son ordinateur une copie de cette page, avec la possibilité de transcrire automatiquement le manuscrit. Seulement, pas de stylo magique sans un cahier un peu spécial. Le papier très banal à l'œil nu est en fait recouvert d'une trame de points minuscules. Autant de repères pour le stylo, l'utilisateur devient une sorte de marin guidé par son GPS. Le prix d'achat des kits de départ (un stylo et des cahiers) coûte environ 300 euros. Trop cher pour assurer un succès auprès du grand public. Alors les deux groupes se contentent pour l'instant d'une cible plus restreinte : les cadres dans les entreprises. Clairefontaine a lancé au mois de mars une intense campagne de publicité dans les journaux français afin de promouvoir son Paper PC, né début 2004. Le vosgien en fait son « pari pour 2005 ». En témoigne son investissement initial de près de 3 millions d'euros et un objectif ambitieux : 100 000 utilisateurs du



● Clairefontaine (en haut) et Oxford (en bas)

Les deux fabricants, qui se livrent une véritable bataille commerciale avec un kit de départ à 300 euros, tentent de pousser leurs pions en Europe. Clairefontaine en Espagne et en Allemagne, Oxford en Grande-Bretagne et dans les pays scandinaves.



Photos D.R.

Paper PC en France d'ici à la fin de l'année et autant à l'étranger. Oxford, présent sur ce marché depuis près de deux ans et demi, a réagi en lançant l'Easybook M cube, la troisième génération de son produit, qui n'a jamais vraiment décollé. Le groupe normand Oxford, muet sur les chiffres, insiste sur une « innovation dans la continuité ».

Mais qu'on ne s'y trompe pas. Malgré leur base commune, l'Easybook et le Paper PC sont aussi éloignés l'un de l'autre que peuvent l'être l'univers PC et le monde Apple. L'Easybook d'Oxford se veut avant tout pratique. Ce système met en relation un stylo avec un ordinateur. Vous écrivez sur votre cahier et ensuite vous posez votre stylo sur son boîtier, relié à votre PC. Et voilà ! Le système se charge de trier vos feuilles selon le thème, la date et le sujet, inscrits dans des petites cases, situées en haut de la feuille, la zone d'en-tête « intelligente ». Il pourra également retranscrire vos notes manuscrites en caractères d'imprimerie, sous format Word, Excel ou Outlook, en fonction des indications portées dans la marge, elle aussi « intelligente ». Classement, traitement et confidentialité sont les maîtres mots de la pensée Oxford, quand Clairefontaine mise sur le multimédia. Un agent immobilier fait le croquis d'un appartement, un gendarme dessine le schéma d'un accident de la route... Le Paper PC permet d'envoyer des pages de pleins et de déliés sous forme de mail, de MMS ou de fax, en positionnant son stylo magique à côté d'un téléphone portable. Des fonctions disponibles depuis un bar, un aéroport ou un coin de plage. Tout passe par un serveur, contrôlé par la société Metalinks, propriétaire de la technologie du Paper PC, et avec lequel Clairefontaine a signé un contrat de cinq ans. Une fois le kit de base acheté, il faut ensuite, chaque mois, déboursier quelques centimes pour les MMS envoyés et une poignée d'euros pour disposer de la retranscription de caractères d'imprimerie, disponible gratuitement avec l'Easybook.

Une véritable bataille commerciale est lancée entre les deux groupes. Cette rivalité a au moins un mérite. Elle montre que, malgré l'arrivée des ordinateurs, le papier est loin d'avoir dit son dernier mot. L'innovation du suédois Anoto apparaît aux yeux des deux concurrents comme « le chaînon manquant entre le papier et le monde du numérique ». Rien de moins. Les produits sont disponibles dans les grands magasins, certaines librairies ou des catalogues de fournitures de bureau pour toucher les cadres. Les deux français tentent de pousser leurs pions en Europe. Oxford a misé sur la Grande-Bretagne et les pays scandinaves, tandis que Clairefontaine s'implante en Espagne et en Allemagne. Pour l'instant, il n'y a pas de pays où ces produits se soient développés. Alors, le « cahier numérique » demeurera-t-il un gadget pour fondu de technologie ou trouvera-t-il sa place comme l'ont fait les assistants électroniques ? Trop tôt pour le dire. Mais si ça marche, les deux rivaux peuvent s'attendre à voir débarquer en force les multinationales.

JEAN-BAPTISTE DIEBOLD