

**Zeitschrift:** Fotointern : digital imaging. Édition romande  
**Herausgeber:** Urs Tillmanns  
**Band:** 12 (2005)  
**Heft:** 1

**Artikel:** Les perspectives sont bonnes pour le commerce photo  
**Autor:** Zweifel, Jürg  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-980266>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 18.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

digital

imaging

Fotointern, revue d'information bimestrielle pour les photographes, le commerce et l'industrie photo. Prix de l'abonnement: 36 CHF, 12 numéros

## éditorial



Urs Tillmanns  
photographe, journaliste  
spécialisé et éditeur de  
Fotointern

Chères lectrices, chers lecteurs de Suisse romande, je me réjouis de vous saluer dans votre langue dans cette première édition francophone de Fotointern.

Fotointern est une revue spécialisée en photographie qui s'adresse à un public de professionnels tels que photographes, commerçants et industriels, bref à tous ceux qui sont concernés dans leur métier par la photographie.

Fotointern existe en Suisse depuis plus de dix ans déjà en langue allemande et paraîtra désormais aussi, tous les mois, en français. Nous vous informerons en continu sur les nouveautés et les tendances. Nous vous proposerons des comparatifs de produits actuels et vous présenterons toute l'actualité internationale de manière ciblée pour la Suisse. A raison de 36 CHF pour 12 numéros, l'abonnement à Fotointern est très avantageux et nous nous réjouirions de pouvoir vous compter bientôt parmi nos abonnés. La pérennité de notre édition franco-phone en dépend! Vous trouverez un bulletin d'abonnement à la dernière page.

Il ne me reste plus qu'à vous souhaiter une agréable lecture et à vous présenter mes meilleurs vœux pour l'année 2005.

Urs Tillmanns

## ih-a-gfk: «Les perspectives sont bonnes pour le commerce photo»



Quel bilan faut-il tirer de l'année 2004? L'économie se redressera-t-elle en 2005? Le boom des appareils photo numériques se poursuivra-t-il? Jürg Zweifel, responsable clientèle Retail and Technology chez IHA-GfK SA, fait le point sur la situation.

**Il a beaucoup été question de la reprise économique en 2004. A-t-elle effectivement eu lieu en Suisse et dans le reste du monde?**

Elle est dans toutes les bouches depuis fort longtemps. Mais elle

a été freinée sans cesse par différents facteurs externes, à commencer par les attentats terroristes de septembre 2001 jusqu'à la flamblée actuelle du prix du pétrole, en passant par les affrontements au Proche Orient.

Le produit intérieur brut de la Suisse (PIB) progresse de façon modérée, mais constante depuis cinq trimestres, avec des taux de 0,4 à 0,5 pour cent effectif en rythme annuel. Nous tablons pour 2005 aussi sur une solide croissance de 2,0 pour cent.

### Qu'en est-il du moral des consommateurs?

Il évolue en dents de scie tant en Suisse que chez nos voisins. Actuellement, nous sommes plutôt au creux de la vague. Cet indice a de nouveau perdu du terrain au 3ème trimestre 2004. Mais cela ne nous empêche pas de miser sur une légère embellie en 2005.

### Comment la branche de la photographie a-t-elle vécu ces aléas conjoncturels?

La photographie numérique a connu une évolution exceptionnelle ces trois dernières années en comparaison à d'autres branches voisines (électronique grand public, téléphonie, informatique). Alors que tous les secteurs enregistrent des reculs à

*Suite à la page 3*

## sommaire

### kodak sa

Une restructuration s'impose à Renens. Quels sont les produits et objectifs prioritaires?

page 8

### Combinés photo/vidéo: plus de pixels

Page 6

### canon

Le reflex contre le moyen format? EOS-1Ds Mark II. 16,7 Mpix plein format

page 11

### pentax

Que vaut le plus petit reflex numérique du monde? Nous avons testé l'ist DS pour vous.

page 15



# OUR WORLD

*Une apparition d'une rare beauté dans les îles Fidji. Andy Belcher: né en Grande-Bretagne en 1948. Captivé par les phénomènes et le spectacle de la nature, il émigre en Nouvelle-Zélande en 1972. UK Wildlife Photographer of the Year Award en 1997. Données techniques de l'image: SIGMA APO Macro 150 mm F2,8 EX DG HSM, flash 1/80 sec., F8.*

## ANDY BELCHER PHOTOGRAPHIE LE MONDE AVEC UN OBJECTIF SIGMA

Dans le jeu subtil des ombres et des lumières, un lézard se cache dans le branchage d'un buisson. L'objectif télémacro à grande ouverture 150 mm Macro F2,8 EX DG HSM permet la prise de vue rapprochée jusqu'à la taille réelle 1:1. Deux éléments en verre spécial à faible dispersion (SLD) assurent une qualité optique hors du commun. Le système de mise au point interne à éléments flottants corrige efficacement l'astigmatisme et les aberrations sphériques. La technique HSM dont est pourvu l'objectif procure une mise au point silencieuse et rapide permettant en tout temps une intervention manuelle. Pour un travail de prise de vue précis sur trépied à vitesse d'obturation lente, l'objectif est équipé d'un collier orientable et amovible. Grâce à la longueur focale idéale de l'objectif, il est aisément d'opérer en macrophotographie à bonne distance des sujets vivants de petite taille et d'obtenir ainsi des résultats de qualité professionnelle.



SIGMA 150 mm Macro  
F2,8 EX DG HSM

# SIGMA

OTT + WYSS AG, Fototechnik, Napfweg 3, CH-4800 Zofingen  
Tél. 062 746 01 00, Fax 062 746 01 46, [www.fototechnik.ch](http://www.fototechnik.ch)

**Suite de la page 1**

deux chiffres, le segment de la photographie numérique affiche une croissance constante.

**Le boom numérique de ces dernières années se maintient-il?**

A en croire les derniers chiffres dont nous disposons et le feedback de certains clients, la croissance subit un léger fléchissement. Nous partons aujourd'hui du principe que le marché suisse de la photographie (matériel uniquement) verra son chiffre d'affaires augmenter de quatre pour cent en 2005.

**Quels modèles sont les plus demandés, quelle tendance s'est le plus imposée en 2004?**

Nous constatons que la croissance la plus forte concerne les appareils offrant un maximum de pixels et / ou les reflex numériques qui reposent sur la technologie introduite début 2004. Celui-ci satisfait les exigences des photographes professionnels et semi-professionnels.

**La fermeture du laboratoire Kodak à Renens donne à penser que le marché des images reste catastrophique. Les gens développent-ils moins de photos ou l'impression à domicile a-t-elle pris un tel essor?**

Les fabricants d'imprimantes s'efforcent actuellement de redonner un nouveau souffle à l'impression à domicile avec des «Small Photo Printers». Ces nouvelles imprimantes affichent une croissance très forte, même si celle-ci se situe toujours à un niveau de départ assez bas.

Nous partons du principe que les photos numériques donnent lieu, d'une manière générale, à moins de tirages et que le prix d'une photo imprimée chez soi reste trop cher aux yeux des con-



**«Le commerce spécialisé peut tirer son épingle du jeu par une gestion appropriée des marques ou le développement de nouveaux labels.»**

**Jürg Zweifel, Retail and Technology, IHA-GfK SA**

sommateurs. Nous pensons que les laboratoires offrent des solutions intéressantes, mais tous les ménages suisses ne disposent pas encore d'une transmission des données à haut débit (adsl), qui est indispensable pour un traitement rapide et convivial des commandes.

**Quelle rôle joue le commerce photo spécialisé dans le domaine de l'impression à domicile?**

Les nouveaux «Small Photo Printer» et leurs accessoires (papier, cartouches, etc.) peuvent être vendus dans les commerces spécialisés. Un conseil compétent justifie sans autre un supplément de prix de 10 à 15 pour cent.

**Quels sont les meilleurs canaux de distribution dans le domaine de la photographie?**

Près de 60 pour cent des ventes dans le marché de la photographie sont assurés actuellement par les grands distributeurs et les

magasins spécialisés. Mais les nouveaux canaux, tels que les magasins informatiques et l'e-commerce, ont également fait des progrès considérables. Cette évolution ne sonne cependant

**De tous temps, la Suisse a été un pays fidèle aux marques. L'est-elle toujours ou les marques discount sont-elles de plus en plus en vogue?**

A l'inverse d'autres catégories de marchandises que nous avons analysées, le positionnement des marques reste stable. Les neuf fabricants traditionnels produisent 90 pour cent de tous les appareils photos. Les Suisses sont toujours aussi fidèles aux marques, et cela se vérifie également à l'heure du passage de la technologie analogique au numérique.

Les marques discount auront du mal à survivre car les Suisses sont très soucieux de la qualité.

**Quelles tendances majeures se dessinent à l'horizon?**

Nous surfons toujours sur la vague de la numérisation. Certaines tendances s'imposent, comme la convergence du caméscope et de la photographie ou l'inté-

pas le glas des magasins spécialisés. Nous pensons que des opportunités intéressantes sont à saisir grâce à une gestion appropriée des marques ou le développement structuré de nouveaux labels. La présentation sur le point de vente, un suivi compétent, honnête et neutre ainsi que



**«Les tendances futures sont la convergence du caméscope et de l'appareil photo, ainsi que de la photographie et de la télécommunication.»**

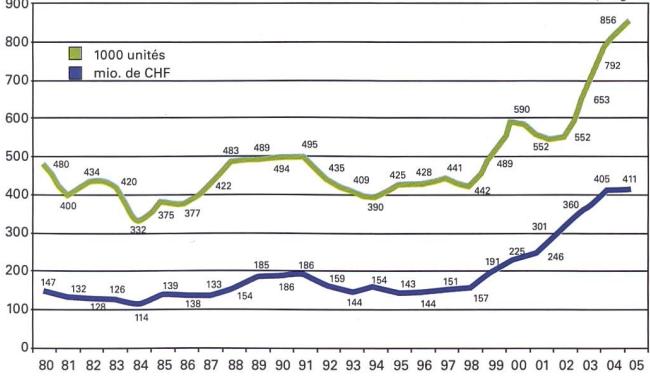
**Jürg Zweifel, Retail and Technology, IHA-GfK SA**

la proximité avec le client sont également des facteurs importants. Le traitement des images, les formations et les cours de photographie et d'utilisation des logiciels sont aussi des créneaux porteurs.

gration de celle-ci dans la télécommunication nomade. En revanche, il n'y a pas, pour l'heure, de tendance majeure proprement dite, mais le développement des technologies existantes se poursuit à un rythme effréné.

**Marché suisse de la photo 1980-2004, prévisions pour 2005**

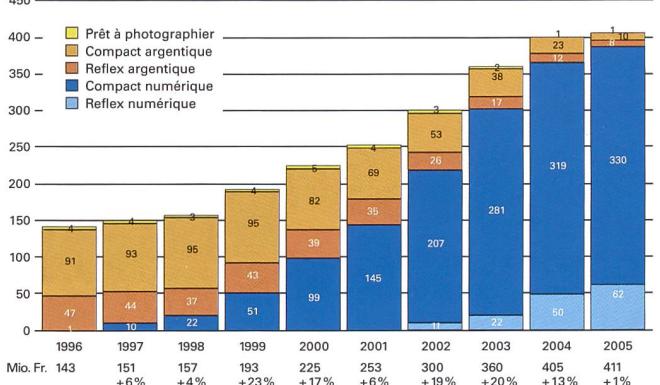
Source: IHA-GfK SA, Hergiswil



Nouvelle forte croissance des volumes, mais recul des bénéfices.

**Marché suisse de la photo 1996-2004, prévisions pour 2005**

Source: IHA-GfK SA, Hergiswil



Les ventes de boîtiers numériques compacts ont dominé le marché en 2004.