

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

Artikel: Nouveaux produits : en phase complète avec la nouvelle ère du numérique
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980268>

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>

kodak Nouveaux produits: en phase complète avec la nouvelle ère du numérique

«Kodak réalise le gros de son chiffre d'affaires avec les consommables, les films, les papiers pour procédés d'impression, les transparents pour l'impression à sublimation thermique et bien sûr les produits chimiques», avait souligné Bernard Masson, Senior Vice President de Kodak lors d'un entretien avec Fotointern à la Photokina. La restructuration systématique de Kodak met clairement en évidence la volonté de l'entreprise de se réorienter sur la photographie numérique et notamment sur l'impression à domicile.

Nouveaux segments

La première des priorités est l'intégration de produits numériques dans la gamme Kodak. Cette nouvelle stratégie permet à la marque Kodak d'élargir son offre bien au-delà de son assortiment traditionnel en films et photos, notamment avec l'éventail complet des appareils photos numériques, des produits professionnels et des accessoires comme les cartes mémoire. Ainsi que toutes les options de la technologie numérique pour la réalisation d'images: impression à domicile, kiosques, Minilabs ainsi que photofinishing et agrandissements en coopération avec d'autres laboratoires.

Boîtiers numériques et stations d'accueil

«Les consommateurs réclament des systèmes sans câble pour imprimer des images en toute simplicité», a affirmé Masson lors de la présentation d'un nouveau standard d'impression ouvert pour appareils numériques. L'élément clé en est la station d'accueil sur laquelle le boîtier est simplement posé. Il suffit ensuite d'appuyer sur la touche «Easy Share» et les images sont imprimées directement. La famille de produits pour les appareils du système EasyShare se divise en trois groupes: la

La réorientation de Kodak, annoncée lors de la Photokina 2004, est en bonne voie. Nous vous proposons un tour d'horizon des objectifs concrets fixés pour l'année 2005 et des nouveaux produits, ainsi qu'un aperçu des répercussions de ce remaniement sur la filiale suisse de Kodak.

Schneider Kreuznach.

Lors de la dernière Photokina, Kodak a présenté la station d'impression EasyShare Plus qui imprime des photos au format 10 x 15 cm. Compatible avec le format PictBridge et la technologie sans fil, elle permet même d'imprimer des photos dans la qualité traditionnelle Kodak à l'aide d'un téléphone portable



L'équipe de direction après la réorganisation (d.g.à.d.): Joachim Decker, Jean-Luc Piguet et Peter Wagen

série «CX» pour les néophytes qui pourront prendre des photos, les imprimer et les partager le plus simplement du monde, comme le promet le slogan «Easy Share». La série «LS» s'adresse aux ama-

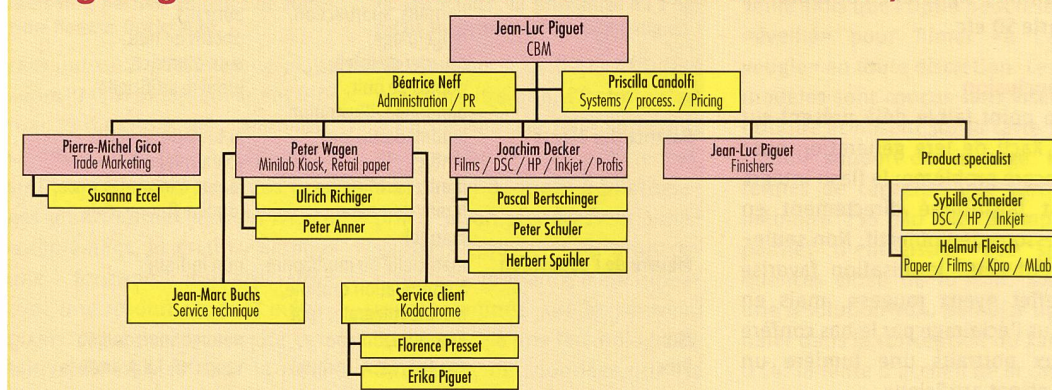
teurs de design et la série «DX» aux utilisateurs chevronnés qui bénéficient de possibilités de contrôle et de fonctions étendues. Les modèles de la série DX sont équipés d'un objectif

doté d'une liaison infrarouge ou du Bluetooth.

Papier photo et à jet d'encre

Chez Kodak, le numérique ne se résume pas seulement aux ap-

Organigramme et interlocuteurs de Kodak SA, Renens



pareils photo. Les stations d'impression Plus sont proposées avec la gamme de papier «Ultima Picture Paper» et offrent une opportunité intéressante pour les magasins photo. Le papier à jet d'encre est utilisable sur un grand nombre d'imprimantes. Il est aussi disponible sur rouleau pour l'impression grand format.

Solution d'impression Nexpress

Les solutions «on demand Colour



Le DX 7590 Easy Share: zoom 10x et une résolution de 5 mégapixels dans un boîtier compact – un appareil photo numérique de première qualité et néanmoins facile à utiliser.



Kodak Nexpress permet de réaliser des mandats d'impression numériques comme les albums photos reliés qui sont en vogue actuellement.



Imprimante Dock Plus: imprimer les images même à partir d'un portable.



Les films Kodak restent l'un des principaux piliers de l'assortiment de produits.

Les kiosques photo Kodak offre un potentiel important pour l'impression d'images à partir de supports numériques comme des téléphones portables avec fonction photo.



Printing» sont proposées par le service Commercial Printing qui a été entièrement repris récemment par Kodak. Conjugué à Versamark pour l'impression variable de données et au programme d'imprimantes à jet d'encre, ce service recèle un potentiel de croissance extraordinaire. Les équipements Nexpress permettent p.ex. la réalisation très en vogue d'albums photos numériques.

Premiers effets visibles de la nouvelle stratégie

La fusion au printemps 2004 des segments Consumer Imaging et Professional Imaging, à présent réunis sous le nom de Digital & Film Imaging Systems (D&FIS), a été bien acceptée. Vis-à-vis du

de entier une croissance très forte de 36 pour cent par rapport au chiffre d'affaires global. La matériau traditionnel, autrement dit les films, demeure un pilier important des ventes selon les dires de Kodak. La complémentarité croissante des produits numériques permet toutefois de s'adapter à l'évolution du marché et doit avant tout permettre aux clients de s'équiper en produits novateurs chez Kodak.

Les principaux produits

Les solutions numériques pour le segment privé occupent le devant de la scène. Actuellement, les deux modèles phare de la gamme des appareils numériques sont le DX7630 avec 6,1 mé-

gapixels et zoom optique 3x ainsi que le DX 7590 avec 5 mégapixels et zoom optique 10x, tous deux équipés d'objectifs Schneider Kreuznach. Selon Masson, Kodak se lancera prochainement aussi dans le segment compris entre 700 et 2500 CHF avec treize

haustives sur les nouveautés. L'équipe «Capture» dirigée par Joachim Decker se concentre sur les produits professionnels et grand public. L'assortiment comprend les films, les DSC (appareils photo numérique), l'impression à domicile et à jet d'encre ainsi que les petites imprimantes à sublimation thermique qui servent simultanément de station d'accueil. L'équipe «Output» pour le grand public est menée par Peter Wagen. Son domaine de compétence englobe la vente de Minilabs et de kiosques ainsi que les papiers et produits chimiques.

nouveaux produits.

La plupart des modèles sont compatibles avec la station 6000 de Kodak (ils se fixent facilement sur le dessus à l'aide de l'accessoire fourni), qui imprime des images à l'aide du procédé de sublimation thermique jusqu'au format 10 x 15 cm. Elle charge par ailleurs l'appareil et sert de connexion avec l'ordinateur.

Deux fortes équipes de vente

La nouvelle organisation de Kodak Suisse s'articule entièrement autour des besoins des clients et de la gamme des produits. Le concept repose sur deux nouvelles équipes de vente qui apportent aux clients un soutien sur le plan technique et des informations ex-

Service photo chez les commerçants

En dépit de la fermeture de son laboratoire, Kodak attache une grande importance à proposer aux consommateurs un service de développement de photos. Le nouveau concept «Kodak Express – Digital Solutions» vise à donner une nouvelle image aux revendeurs de produits Kodak. KEX On-line (Kodak Express on-line) permet aux consommateurs d'envoyer directement leurs photos au Minilab d'un revendeur par l'intermédiaire du site Internet de Kodak. Ils sont ensuite libres de décider s'ils veulent récupérer leurs tirages au magasin ou se les faire envoyer par la poste à leur domicile.

OLYMPUS

Your Vision, Our Future



μ-mini DIGITAL dans 6 couleurs passionnantes.
Avec 4,0 millions de pixels, zoom optique 2x
et grand écran ACL de 4,6 cm.

www.olympus.ch

