

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging. Édition romande
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 12 (2005)
Heft: 3

Artikel: Deux sociétés pour des canaux de vente différents
Autor: Zapf, Gerhard / Bachmann, Olivier / Bickel, Fredi
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980276>

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>

fotointern

Edition romande

15 mars 2005 3

digital imaging

Fotointern, revue d'information mensuelle 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

Le printemps s'annonce plus prometteur que jamais! Fin février s'est déroulée à Orlando la PMA (Photo Marketing Association), la plus grande foire annuelle mondiale de la photographie. Quelque 750 exposants ont présenté leurs nouveautés qui seront bientôt commercialisées en Suisse. Dans le présent numéro de fotointern, nous vous en donnons un premier aperçu que nous développerons dans les prochaines éditions.

Une autre nouvelle devrait intéresser au plus haut point les professionnels de la photographie: les marques de Sinar Imaging Center seront distribuées à l'avenir par Tekno SA. Cette dernière élargit ainsi considérablement sa gamme de produits.

Enfin, la foire Professional Imaging, le plus grand événement spécialisé de la photographie et de l'image en Suisse, se tiendra dans trois semaines à peine. Du 6 au 8 avril, 50 fabricants présenteront leurs innovations sur plus de 2500 m² dans les halls de Messe Zurich. Nous vous invitons cordialement à visiter cette exposition. L'annonce à la page 19 vous donne droit à une réduction de 50% sur le billet d'entrée. Notez sans tarder ce rendez-vous dans votre agenda!

Urs Tillmanns

leica/perrot «Deux sociétés pour des canaux de vente différents»



En reprenant Perrot Image SA, Gerhard Zapf projetait d'emblée de desservir différents canaux de distribution. Cette idée est actuellement appliquée de manière systématique avec une série de nouveaux produits et une répartition claire des marques.

Qu'est-ce qui vous incite à réorganiser Leica Camera SA (Leica) et Perrot Image SA (Perrot)?

Gerhard Zapf: nous avons toujours songé à Perrot comme à un deuxième pilier potentiel pour la vente de produits dans une

structure de distribution élargie, qui desservirait à la fois le commerce spécialisé et les grands distributeurs tels que Coop, Migros, Interdiscount et Media Markt. A présent, nous mettons cette idée en œuvre.

Olivier Bachmann: la situation des revendeurs photo traditionnels ne s'est pas améliorée. Ils sont de plus en plus nombreux à disparaître. Nous avons toujours connu une structure de clients A-B-C chez Leica, mais la catégorie C est en train de décroître. Par conséquent, certains produits ne conviennent pas à la structure de distribution sélective de Leica et doivent être proposés à une plus large échelle.

Quels produits reprend Perrot?

Zapf: Leica se concentrera sur ses marques actuelles, notamment sur les spécialités telles que Hasselblad, les dos numériques Imacon, Linhof et Leica – jumelles, appareils photo analogiques et bien sûr aussi les solutions professionnelles numériques. Les marques Minox et Metz ont été reprises par Perrot. Cela s'est ressenti positivement sur le chiffre d'affaires de Minox l'an passé. La marque Metz sera distribuée par Perrot à partir du 1er avril 2005.

Suite à la page 3

sommaire

PMA: les premières nouveautés d'Orlando

Page 6

canon 350d

Successeur de l'EOS 300d: 8Mpix et processeur professionnel pour séquences photo rapides.

boycott

Grève au CEPV de Vevey. Les faits, la tendance et les opinions des parties concernées.

calibrage

Des couleurs fidèles à l'écran ou avec un projecteur numérique: c'est désormais possible!

page 8

page 10

page 16



Le **nouveau** KODAK ULTRA. Des photos réussies dans **tous** les cas!

Plus polyvalent que jamais!

Avec sa nouvelle émulsion, le film KODAK ULTRA confère encore davantage de netteté et de vivacité aux photos et les couleurs gagnent en éclat. Les résultats sont encore meilleurs pour des sujets en mouvement ou en cas de lumière défavorable.



Pack promo!

Faites profiter vos clients de cette super offre de printemps:

1 film gratuit!

1 film gratuit!

Offre valable pour toutes les commandes jusqu'à fin mars 2005. Information et matériel publicitaire auprès de:
KODAK SOCIÉTÉ ANONYME, Avenue de Longemalle 1,
1020 Renens, tél. 021 631 02 72, fax 0800 55 34 33

Share Moments.
Share Life.™



Suite de la page 1

Fredi Bickel: si l'on tient compte de la société originelle, Perrot est connue dans le commerce photo de gros depuis un siècle. Nous proposons déjà une vaste gamme d'accessoires aux revendeurs spécialisés. Avec les marques Minox et Metz, notre offre est complétée de manière optimale.

Qu'attendez-vous de la reprise de Metz par Perrot?

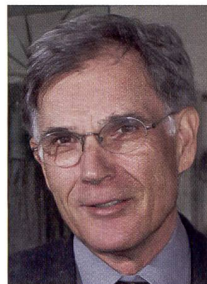
Zapf: le marché des flashes est en déclin depuis quelques années car les compacts numériques servent avant tout à photographier un peu «tout et rien». Or le marché numérique se consolide, ce qui a des effets positifs sur la vente des flashes. Nous voulons exploiter cette tendance par l'intermédiaire d'une distribution élargie.

Quelles sont les répercussions sur le plan du personnel?

Zapf: nous avons recruté un nou-

dre des appareils photo Panasonic sur le marché?

Zapf: nous nous concentrons pour savoir qui s'occupe de quels clients. D'une manière générale, nous nous occupons du commerce spécialisé tandis que John Lay se charge des grands distributeurs. Mais comme dit, Leica ne



«Leica vend des produits pointus aux revendeurs spécialisés, tels que Hasselblad, Leica, Linhof et, depuis peu, des appareils photo Panasonic, alors que Perrot a une portée plus large.»

Gerhard Zapf, CEO Leica Camera SA et Perrot Image SA

bénéficie pas de synergies sur le plan de la vente. Nous pensons que la distribution des appareils photo Panasonic par Leica confèrera à cette dernière la place qu'elle mérite auprès des reven-

des nouvelles cartes mémoire Kodak dans toute la Suisse. Notre objectif est de devenir un acteur-clé du marché à l'instar du leader SanDisk. Lexar est actuellement bien mieux positionnée dans le monde qu'en Suisse. La marque propose une vaste gamme de cartes mémoire ainsi que des acces-

soires tels que des lecteurs de cartes et des sticks USB. **Bickel:** Lexar, numéro deux mondial, entend améliorer sa position en Suisse et attend de nous, en tant que nouveau partenaire, que nous repositionnions la marque et que nous développions ses parts de marché. **Comment positionnerez-vous les supports de sauvegarde Kodak?** **Zapf:** Kodak revient en force sur le marché et a accompli rapidement et efficacement sa conversion à l'ère numérique. Les cartes mémoire résultent d'une coopération avec Lexar et se positionnent sur le marché suisse comme des produits haut de gamme légèrement plus onéreux que les supports Lexar.

A quand l'arrivée du dos numérique pour le Leica R?

Bachmann: le dos numérique a été présenté, démonstration pratique à l'appui, lors de la PMA. Le lancement a été retardé en raison de certaines exigences logicielles nouvelles liées à ce produit. Elles ont été intégrées dans le processeur de l'appareil, comme la compression JPEG des données haut de gamme, une exigence inconnue jusque là dans le domaine des dos numériques de ce type. Nous devrions pouvoir livrer ce produit dès le mois d'avril. Mais nous avons un tel afflux de commandes que les nouveaux clients devront patienter jusqu'à six mois pour être livrés. Le produit est très intéressant car en sa qualité de reflex hybride, il occupe un segment de choix entre les reflex numériques d'une part et les



«Avec les supports de sauvegarde Lexar pour le commerce spécialisé et les cartes mémoire Kodak en exclusivité pour la Suisse, nous disposons de produits intéressants.»

Fredi Bickel, directeur de Perrot Image SA

veau collaborateur chez Leica pour le suivi des clients numériques et deux autres chez Perrot, qui seront également responsables de nouveaux produits complémentaires.

...qui sont?

Zapf: Leica, partenaire et représentant non exclusif de John Lay Electronics, assure depuis le 1er mars la commercialisation des appareils photo numériques et caméscopes Panasonic. Cela tombe sous le sens car les appareils photo Panasonic sont équipés d'objectifs Leica voire ont été développés conjointement – Panasonic a apporté son savoir-faire électronique et Leica l'appareil photo. Cette collaboration est d'ailleurs unique en Europe et d'autres pays songent aussi à mettre en place une distribution commune.

Mais John Lay continue de ven-

deurs spécialisés. Nous proposons à la fois des appareils photo et des appareils dotés d'une fonction vidéo.

N'y a-t-il pas là un conflit d'intérêt avec les produits Leica?

Zapf: le seul recoupement concerne le Digilux 2 et le LC-1, mais les clients qui achètent Leica ont d'autres motivations. Le Digilux 2 a toujours autant de succès auprès des clients qui veulent expressément acheter un appareil photo Leica et qui apprécient les possibilités de réglage manuel et la qualité élevée du Digilux.

Vous avez également mentionné de nouveaux produits chez Perrot, de quoi s'agit-il?

Zapf: depuis le 1er mars, nous distribuons les supports de sauvegarde Lexar auprès des revendeurs photo spécialisés et nous sommes le distributeur exclusif



«Nous assurons le suivi des professionnels et de magasins photo triés sur le volet si bien que nous n'avons jamais atteint les volumes de vente requis pour Metz et Minox.»

Olivier Bachmann, directeur de Leica Camera SA

Bickel: nous avons deux lignes de produits que nous commercialisons en exclusivité sur le marché suisse et qui sont proposées dans le commerce spécialisé, mais aussi par les grands distributeurs, notamment dans le secteur alimentaire, p.ex. aux

moyens formats d'autre part. **Que conseillez-vous au commerce spécialisé?**

Zapf: beaucoup de revendeurs ont négligé les accessoires par le passé. Or, ceux-ci assurent des gains substantiels. Il ne faut pas négliger cette source de revenus.