

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging. Édition romande
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 12 (2005)
Heft: 8

Artikel: Par tradition, nous sommes très liés au commerce spécialisé
Autor: Geuking, Christian / Bechter, Thomas / Rosenfelder, Marco
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980295>

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

11 août 2005 8

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

Il paraît que l'économie mondiale est relancée, mais la réalité dit tout le contraire. Kodak ne licencie pas 15'000, mais 25'000 collaborateurs, chez Sanyo, les postes supprimés sont au nombre de 11'500. Chez IBM, ce sont plus de 10 000 et chez Hewlett-Packard, 14'500 personnes qui doivent chercher un nouvel emploi.

Le boom du numérique fait aujourd'hui de nombreuses victimes. Même si la branche de la photographie et de l'image a été épargnée par la récession il y a cinq ans, les premiers signes de la saturation du marché mondial commencent à se faire sentir. Par ailleurs, les concurrents se sont livrés une telle guerre des prix que leurs marges ont fondu comme neige au soleil. Pourtant, les APN restent très prisés et les consommateurs seraient prêts à y mettre le prix. Les APN bon marché seront vraisemblablement remplacés dans les temps à venir par les téléphones portables avec fonction photo. Il faut également espérer que les distributeurs auront la sagesse de stabiliser leurs prix – et partant leurs marges – à un niveau élevé pour pouvoir investir dans le développement de nouveaux produits. Cela demande toutefois de voir plus loin que par le petit bout de la lorgnette.

U. Tillmanns

nikon «Par tradition, nous sommes très liés au commerce spécialisé»



Hideo Ebihara retourne au quartier général de Nikon au Japon. Christian Geuking lui succède à la direction et aux activités opérationnelles de Nikon en Suisse. L'occasion d'un entretien avec lui ainsi que le chef des ventes Thomas Bechter et le chef du marketing Marco Rosenfelder sur la position de Nikon en Suisse.

Nikon a lancé récemment deux nouveaux reflex numériques pour amateurs avertis, quelle importance revêt ce marché?

Christian Geuking: L'institut IHA-GfK estime que plus de 31 000 reflex numériques seront vendus

en Suisse cette année. Ce marché est donc en pleine croissance, tant sur le plan quantitatif que qualitatif. A titre comparatif, 717 000 compacts numériques devraient être écoulés cette année, soit une croissance supplémentaire, en

nombre d'exemplaires, de 20 pour cent, mais qui ne se verra pas sur le chiffre d'affaires. Les marges des reflex numériques sont meilleures, surtout en combinaison avec des accessoires tels que des objectifs et des flashes, si bien que les reflex numériques représenteront cette année une importante part du bénéfice de l'entreprise. **Pourquoi les prix des reflex numériques sont-ils plus stables selon vous?**

Geuking: la pression concurrentielle est moins forte puisque nous ne sommes, au total, que six fournisseurs sur le marché suisse; par ailleurs, les gammes de produits sont plus limitées et les produits ont un cycle de vie beaucoup plus long. Les clients sont également prêts à déboursier plus pour un reflex numérique, notamment au niveau des accessoires. Les compacts continuent de faire l'objet d'une guerre des prix ruineuse qui se solde par des pertes tant pour les fabricants que pour leurs représentations nationales.

Suite à la page 3

sommaire

Appareils étanches au sable et à l'eau

page 6

cfc

Les examens de fin d'apprentissage ont été couronnés de succès. Bilan.

page 8

tamron

Nouveaux objectifs complémentaires 10-18 mm et 18-200 mm pour appareils numériques

page 10

panasonic

Présentation de trois nouveaux modèles dont un doté d'un zoom 12x stabilisé

page 14

MarKo Line

Minilabs numériques

Innovative Digital
Product Award Winner



MK 10

1000* i/h en 10x15 cm
Format maxi: 30x45 cm
Encombrement: 1,3 m²

MK 6

650* i/h en 10x15 cm
Format maxi: 20x30 cm
Encombrement: 0,97 m²

MK 4

400* i/h en 10x15 cm
Format maxi: 20x30 cm
Encombrement: 0,95 m²

* Capacité maximale, garantie pour des processus identiques

La solution idéale

- **Interface utilisateur extrêmement simple et formation rapide des opérateurs**
Commande intuitive de l'interface utilisateur à l'aide de symboles clairs, qui garantissent la simplicité d'utilisation et des explications minimales.
- **Qualité d'image exceptionnelle avec toutes les marques de papier**
Photos de première qualité grâce au savoir-faire suisse mondialement reconnu dans la gestion des couleurs, testée sur des millions de photos dans de grands laboratoires de renom.
- **Technologie LCD/LED innovante avec une maintenance réduite**
Technologie d'exposition suisse LCD/LED très robuste et fiable;
pas de remplacement de modules d'exposition ou de maintenance régulière coûteuse.
- **Coûts d'investissement plus bas**
Composants facilement échangeables sur tous les modèles pour atteindre une efficacité maximale associée à des coûts minimes.

Pour d'autres informations, veuillez prendre contact avec Madame I. Kappeler,
tél. 079-6118347, e-mail isabelle.kappeler@smi-grp.com



San Marco Imaging S.p.A.
Via Pontebbana, 28 . 33080 Fiume Veneto (PN) Italy
Tel. +39 0434 950 111 . Fax +39 0434 950 206

Swiss Imaging Technologies AG
Riedthofstrasse 214 . 8105 Regensdorf Switzerland
Tel. +41 1 842 71 71 . Fax +41 1 842 24 69

Suite de la page 1

L'érosion des prix faiblit néanmoins, un «prix équilibré» sera atteint et maintenu à l'avenir car la technologie est quasiment à son point culminant et il ne faut plus s'attendre à des nouveautés spectaculaires. Par ailleurs, la phase de croissance dont de nombreux nouveaux fournisseurs ont voulu profiter est terminée. Trop de fournisseurs sont présents sur le marché ce qui durcit la concurrence. A l'issue de ce processus, seuls quelques grands fabricants subsisteront. Nikon vise clairement la position de leader du marché et au niveau des prix. **Où les gens achètent-ils leurs appareils photo?**

Geuking: pour les reflex numériques, les commerçants spécialisés sont sans nul doute notre principal partenaire, par tradition, mais aussi parce que le conseil est primordial pour les accessoires. Le Nikon D50 s'adresse aux personnes désireuses de changer de type d'appareil et aux nouveaux clients dans ce segment. Une vraie manne pour le commerce spécialisé. **Marco Rosenfelder:** certains acteurs du commerce spécialisé ont clairement saisi la tendance actuelle et font du très bon boulot. C'est pourquoi certains s'agrandissent et d'autres disparaissent.

Quelle place occupe l'Internet en tant que canal de distribution?

Thomas Bechter: chaque canal mérite notre attention, mais la plupart des commerçants spécialisés savent aujourd'hui bien se vendre car nous observons des taux de croissance à deux chiffres alors que d'autres canaux stagnent. Nos promotions sur les accessoires sont utilisées en priorité par le commerce spécialisé.

Quel rôle joue le marché gris?

Rosenfelder: le marché gris ne pose pas un gros problème actuellement. Le cours bas du dollar incite certains clients à acheter à l'étranger, mais nous ne le ressentons pas. Le problème avec les produits numériques importés directement d'Asie ou des Etats-Unis, c'est que Nikon n'accorde que des garanties continues.

Quel pourcentage représentent les utilisateurs professionnels de reflex numériques sur le chiffre d'affaires global?

Geuking: les utilisateurs professionnels, c.-à-d. les photographes, mais aussi les clients indus-



«Nous voulons une entreprise allégée et agile, capable de réagir rapidement aux changements, et de rester forte et puissante indépendamment des conditions qui prévalent sur le marché.»

Christian Geuking, General Manager Nikon Suisse

triels, représentent 8 à 10 pour cent, le reste est vendu par l'intermédiaire du commerce spécialisé.

Rosenfelder: l'aspect émotionnel joue un rôle plus important chez les pros car bon nombre de gens s'identifient à eux. Si on voit un pro avec un appareil Nikon, l'impact publicitaire que nous en retirons est très puissant.

Quels sont les délais de livraison des nouveautés et produits pros?

Bechter: les modèles compacts Coolpix sont quasiment tous livrables, le Nikon D50 a été lancé avec grand succès en juin 2005 et toutes les commandes en suspens du D2X pourront être livrées dès le mois d'août.

Vous avez informé le commerce spécialisé de nouvelles formes de distribution. Lesquelles sont-elles?

Geuking: désormais, nous assurerons le suivi du commerce spécialisé en collaboration avec des distributeurs compétents, à savoir d'une part GMC Trading SA, avec lequel nous avons déjà travaillé avec succès par le passé dans le domaine Sport Optics. Par ailleurs, nous renforcerons aussi notre coopération avec FEGO SA et Tech Data (Suisse) Sàrl ainsi que Expert Schweiz / Tetora SA, cette dernière pour les branches TI et ED. Le client ne verra aucune différence d'autant plus que nous continuerons d'assurer le service après-vente.

Quelles en sont les conséquences sur le plan du personnel?

Bechter: elles sont positives puisque nous passons de trois colla-

borateurs externes, que nous continuerons d'employer, à six avec l'équipe de GMC, si bien que nous pouvons à présent nous occuper davantage de commerçants que nous n'avons pas eu l'occasion de voir ces dernières années.

Plus les distributeurs sont nombreux, plus les marges sont réduites, qui assume ces coûts?

Bechter: Nikon prend ces coûts en charge, c.-à-d. que notre marge diminue. Mais nous compenserons ce manque à gagner par la hausse du chiffre d'affaires que nous escomptons grâce au suivi exhaustif des clients.

Tous les clients bénéficient-ils des mêmes conditions?

Bechter: il est évident que nous accordons des conditions différentes à nos partenaires commerciaux en fonction du canal de



«La collaboration avec des distributeurs nous permet d'assurer un suivi optimal de tous les commerçants, les coûts supplémentaires sont largement compensés par les hausses du chiffre d'affaires.»

Thomas Bechter, chef des ventes Nikon Suisse

sateurs professionnels auxquels nous souhaitons apporter un suivi optimal. Les commerçants sont mieux à même d'assurer les activités opérationnelles, mais notre assistance technique est plus rapide. Nous visons une approche duale.

Après six années en Suisse, Hideo Ebihara a réintégré mi-juillet le siège principal de Nikon au Japon. Cela a-t-il des conséquences sur la filiale suisse?

Geuking: j'ai repris la direction opérationnelle de la filiale suisse. La Suisse devient ainsi le premier pays dont la filiale Nikon n'est pas dirigée par un Japonais. C'est une grande marque de confiance, mais aussi une grosse responsabilité car le résultat se répartira sur d'autres pays du monde. Nous regrettons le départ de M. Ebihara, nous l'avons beaucoup apprécié en tant que président et il a fait d'importantes réalisations comme p.ex. la construction du nouveau bâtiment à Egg ZH. Son départ n'a pas d'autres conséquences sur le plan du personnel, les tâches sont seulement réparties quelque peu différemment.

Dans quelle mesure ce change-

ment influe-t-il sur les restructurations internes?

Geuking: Hideo Ebihara a lancé la restructuration de l'organisation suisse il y a un an déjà, la mise en œuvre sera le point final de son travail. Le regroupement des pays européens en quatre régions permettra de mieux exploiter les synergies. Nikon SA conserve son indépendance et restera l'interlocuteur du commerce photo spécialisé en Suisse. Nous voulons une entreprise allégée et agile, capable de réagir rapidement aux changements et de rester forte et puissante indépendamment des conditions du marché.