

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging. Édition romande

Herausgeber: Urs Tillmanns

Band: 12 (2005)

Heft: 9

Artikel: L'avenir du film argentique vu par quatre fabricants de renom

Autor: Weber, Walter / Kipfer, Pierre / Stähli, Jacques

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980299>

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

9 septembre 2005 9

digital imaging

éditorial



Urs Tillmanns
Photographe, journaliste
spécialisé et éditeur de
Fotointern

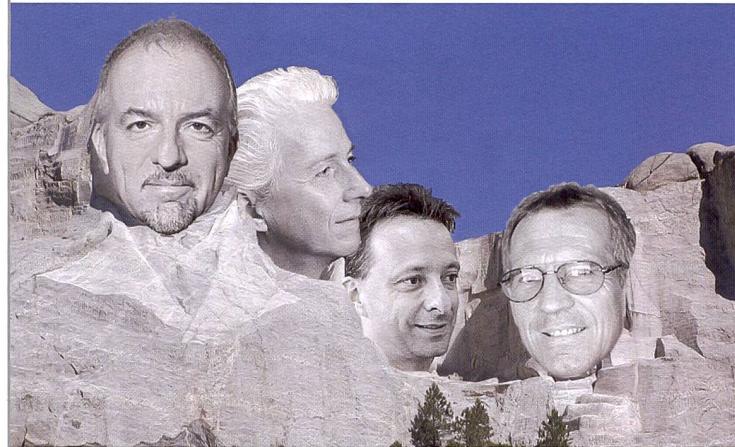
Le boom du numérique se poursuit même si l'on observe déjà une saturation du marché dans certains segments. Beaucoup de gens ont acheté un appareil numérique bon marché, font des photos occasionnellement et n'envisagent pas de racheter un nouvel appareil de sitôt. De plus, ils ont fait récemment l'acquisition d'un téléphone portable avec appareil photo intégré, qui avec 1,3 millions de pixels, réalise des photos somme toute pas trop mauvaises.

Les téléphones portables sont-ils une concurrence sérieuse pour la branche de la photographie? Je pense que non et une étude de l'IDC aux Etats-Unis confirme pour la première fois que de nombreux consommateurs sont décidés à racheter un «vrai» appareil photo pour des raisons de qualité. L'étude révèle que 30 pour cent des détenteurs d'un téléphone portable avec appareil photo intégré aux Etats-Unis achèteront prochainement un APN. Quatre milliards de photos ont été prises en 2004 avec des téléphones portables, un chiffre qui devrait passer à 7,5 milliards en 2005. Avec les «vrais» appareils photo, 28 milliards de photos ont été prises en 2004 et plus de 40 milliards seront faites cette année.

Urs Tillmanns

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

films **L'avenir du film argentique vu par quatre fabricants de renom**



Le raz-de-marée des appareils numériques a quasiment évincé les modèles analogiques du marché. Mais ceux-ci sont toujours demandés et sont surtout très nombreux à être utilisés. Le film reste donc indispensable. Pour combien de temps encore? Les avis d'Agfa, de Fujifilm, de Kodak et de Konica Minolta sur l'avenir du film.

Les films 135 n'ont jamais été aussi bon marché pour des raisons de surproduction. Quand les prix se stabiliseront-ils selon vous à un niveau rentable et quand les films deviendront-ils des produits chers et exclusifs?

Walter Weber, Agfa: en tant que fabricant, nous ne sommes pas tout à fait d'accord avec votre première affirmation. AgfaPhoto, et les autres fabricants sans doute aussi, ne produit plus depuis longtemps de films pour les

«stocker», mais travaille en flux tendu. Notre entrepôt central ne contient donc pas des millions de films qui attendent d'être vendus et dont nous n'arrivons à nous débarrasser qu'au moyen de réductions drastiques sur les prix. Mais il est vrai que nous avons, nous aussi, dû adapter notre capacité de production à la demande, autrement dit licencier du personnel dans la fabrication. D'une manière générale, nous ne constatons pas d'érosion dramatique des prix à court terme dans le commerce local. Certes, des stocks sont éliminés ça et là, mais globalement, le prix des films n'a pas chuté proportionnellement au repli de la demande. Les photographes amateurs ne vont pas se reconvertir au film argentique parce que leur prix a chuté subitement de moitié tout comme ils ne seront pas disposés à payer à nouveau un jour le double. Si le fabricant n'arrive plus à compenser la baisse de la demande, il doit adapter sa gamme de pro-

Suite à la page 3

sommaire

réparation

Chako à Delémont s'est spécialisée dans la vente et la réparation des produits Canon.

page 8

Explication des techniques numériques

canon

Canon entame la saison d'automne avec près de 40 nouveautés. Les principales à la

page 11

hasselblad

Modèle H2: multi-plateforme et concept totalement numérique H2d.

page 14

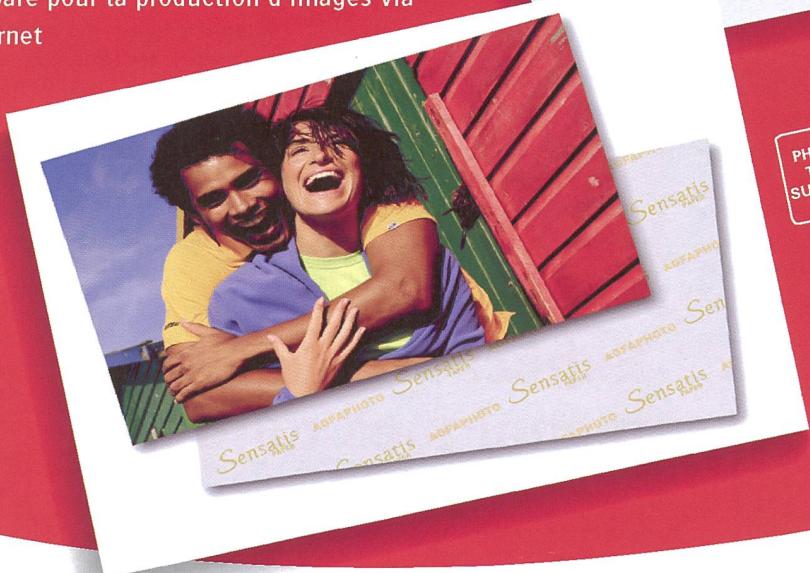
Prenez votre avenir en mains. Avec le nouveau d-lab.1s starter.

Dès
1900 CHF
de location mensuelle*

*en fonction de la configuration de l'appareil
et des conditions de leasing

Simplicité d'utilisation
conjugée à une qualité
d'image de premier ordre
et une diversité de produits.

- Encombrement réduit de 1,3 m²
- Images d' excellente qualité et taux de premier tirage réussi maximal grâce à la technologie d'amélioration d'image d-TFS
- Capacité modulable en fonction de la capacité d'impression future requise
- Traitement entièrement numérique y compris production automatique de CD à partir de films et de données
- Préparé pour la production d'images via Internet



Se lancer dans l'univers des appareils Agfa d-labs n'a jamais été aussi bon marché. Fixez encore aujourd'hui un rendez-vous avec votre conseiller spécialisé AgfaPhoto!

Tél. 044 823 72 24



AGFAPHOTO

Suite de la page 1

duits et éliminer ceux qui ne sont plus rentables.

Jacques Stähli, Fujifilm: le consommateur achète la marque qui lui inspire confiance et pas forcément



«Les consommateurs ne sont pas disposés à payer le double pour un film – d'un autre côté, les films bon marché ne les font pas revenir à la photographie argentique.»

Walter Weber, Agfaphoto

ment le produit le moins cher. Une guerre des prix ruineuse est néfaste pour tout le monde. Ceux qui vendent les meilleurs produits, qui sont les plus populaires auprès des consommateurs et qui ont – financièrement et techniquement parlant – les reins les plus solides, s'en tireront. Les films ne deviendront pas un bien exclusif et cher. Chaque entreprise doit atteindre un quota minimum de production. Le

un produit exclusif et cher serait de la pure spéculation.

Franz Rehmann, Konica

Minolta: nous ne pensons pas, chez Konica Minolta, que les prix vont évoluer fortement, car ils sont stables, dans notre marque tout du moins.

Nous ne devons pas oublier qu'il existe encore, dans le monde, des marchés en plein développement même si ceux-ci n'ignorent pas l'existence de la photographie



«Pour Kodak, le film conserve toute son importance en dépit du boom du numérique. Le film reste le moyen le plus simple et le plus économique pour photographier et il a la faveur des professionnels.»

Pierre Kipfer, Kodak

réel enjeu, ce n'est donc pas le prix, mais la vente. Si ce quota minimum n'est pas atteint, une entreprise est condamnée à fermer ses portes. Le consommateur se fixe aussi des limites au niveau du prix. Les petites productions seront certainement plus chères et se traduiront à moyen terme par des hausses de prix. Les consommateurs traditionnels seront les premiers à leur tourner le dos et à se convertir au numérique. Les usines qui survivront ne fabriqueront plus que les produits professionnels qui sont encore demandés.

Pierre Kipfer, Kodak: le prix d'un bien, et il en va de même pour les films, est en général déterminé par le rapport entre l'offre et la

numérique. Un marché comme le Brésil p.ex. présente toujours un très faible taux d'appareils photo par ménage.

Le film ne risque pas davantage de devenir un bien rare et cher que ne l'est le film super 8 de nos jours.

Les gammes de produits se resserrent progressivement. Quels types de films trouvera-t-on encore dans trois ans?

Weber, Agfa: compte tenu des besoins divergents des consommateurs à travers le monde, on peut partir du principe qu'il existera encore des film 135 dans trois ans pour toutes les applications (nég., diapo, N&B). Mais l'étendue des produits (sensibilité, longueur du film, variantes de

produits) aura certainement beaucoup diminué. L'éventail des films APS et des pellicules devrait également se réduire au strict minimum. Tous les fabricants ne produiront plus toutes les sortes de films et les assortiments proposés différeront selon les régions.

Stähli, Fujifilm: les films que

l'on peut encore produire et confectionner sans faire de pertes. Il ne faut pas oublier que la même machine peut traiter différentes émulsions. Il ne faudra pas forcément resserrer l'éventail des produits durant les trois prochaines années. Ce seront plutôt les coûts

présenté de nouvelles émulsions de films au printemps. Il ne nous est pas possible de dire, aujourd'hui, quels films nous proposerons sur le marché dans trois ans, ce serait également de la pure spéculation. En définitive, c'est le consommateur qui, par ses achats, décidera quels films resteront sur le marché.

Rehmann, Konica Minolta: un

film qui n'atteint plus les volumes de vente minimaux sera tôt ou tard retiré de la production. Par conséquent, les films négatifs avec 200 et 400 ISO devraient se maintenir le plus longtemps. Les films diapos, en revanche, ris-



«Le consommateur achète de la qualité et la marque qui lui inspire confiance – ce sont donc les meilleurs fournisseurs, technologiquement parlant, qui survivront et non les moins chers.»

Jacques Stähli, Fujifilm

de confection qui deviendront insupportables au niveau de la production.

Kipfer, Kodak: aucun fabricant ne retirera du marché un produit qui lui assure les ventes et les bénéfices escomptés. Si les volumes de vente diminuent, le fabricant doit, en tenant compte d'aspects économiques, opter pour le maintien ou la réduction de son assortiment voire même la cessation de ses activités. Pour le leader du marché Kodak, le segment

quent de disparaître un peu plus tôt, car leur traitement est onéreux. Par ailleurs, les films négatifs peuvent également être numérisés.

La photographie numérique a atteint un excellent niveau de qualité, quels avantages y a-t-il encore à prendre des photos avec un film argentique?

Weber, Agfa: nous voyons essentiellement trois facteurs qui plairont à l'avenir aussi pour l'utilisation des films:



«Aucun argument ne plaide plus en faveur du film au détriment du numérique – ce temps est révolu! Les films diapos disparaîtront les premiers car leur traitement est plus onéreux.»

Franz Rehmann, Konica Minolta Suisse

des films reste une priorité importante en dépit du boom du numérique. Nous constatons bien sûr que les ventes de films diminuent et que les consommateurs sont en train de modifier leurs habitudes. Notre portefeuille de films est néanmoins très vaste et intéressant, et nous avons même

a) des impératifs artistiques, c.-à-d. pour obtenir certains résultats ou effets simplement par la photographie.

b) des impératifs techniques lors de la prise de vues, p.ex. la disponibilité d'électricité pour alimen-

Suite à la page 5