

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

Artikel: Nouveaux caméscopes : ont-ils leur raison d'être dans le commerce photo?
Autor: Hermle, Christian / Vognstrup, Leo / Brauchbar, Nanette
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980309>

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: 07.01.2026

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

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

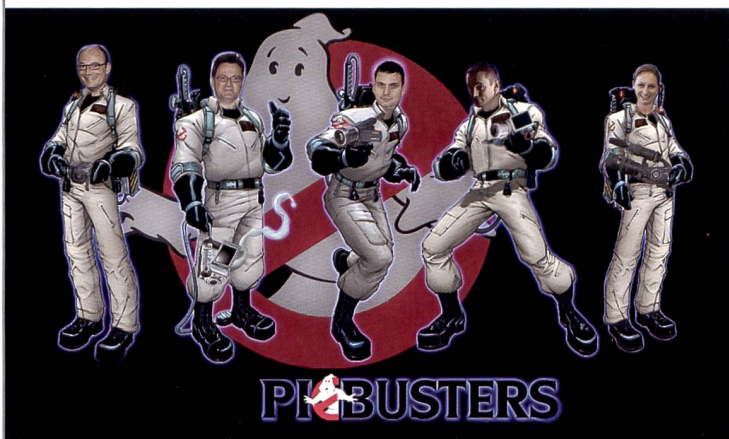


Urs Tillmanns
Photographe, journaliste
spécialisé et éditeur de
Fotointern

L'année 2005 entrera sans nul doute dans les annales de la photographie – sans gloire toutefois. La nouvelle la plus importante a été la liquidation d'AgfaPhoto qui sonne le glas de l'une des entreprises photo les plus traditionnelles. Mais Agfa n'est pas un cas unique. Il y a six mois à peine, Kyocera-Yashica mettait fin à ses activités photo. Et depuis qu'Idereal n'existe plus, les photographes à la recherche de spécialités pour la photo en noir et blanc et la photographie d'art sont bien mal lotis. Ces exemples sont bien plus que des cas isolés. Ils nous font réaliser que ce qui était autrefois à la pointe du progrès et avait de la valeur sur le marché est en perte de vitesse: de grandes marques ont disparu, des matériaux sont introuvables, un savoir-faire se perd parce qu'il n'est apparemment plus demandé. Mais le savoir-faire est la somme d'une foule de connaissances et le savoir équivaut à de la culture. Rien ni personne ne disparaît sans laisser un vide... La photographie est en pleine mutation et les conséquences sont indicibles. La révolution numérique nous fascine tous, mais elle met un terme à beaucoup de choses que nous regretterons peut-être un jour!

U. Tillmanns

vidéo Nouveaux caméscopes – ont-ils leur raison d'être dans le commerce photo?



L'érosion des prix et la distribution via d'autres canaux privent quelque peu le commerce photo de la vente des caméscopes. Les nouvelles technologies comme la haute définition offrent-elles de nouvelles chances? Nous avons discuté avec les représentants des principales marques – Canon, JVC, Panasonic, Samsung et Sony.

Le 8mm et le Super8 étaient les domaines de prédilection du commerce photo. Pourquoi les caméscopes se vendent-ils mieux via d'autres canaux?
Nanette Brauchbar, Canon: la

clientèle s'est élargie suite à la forte érosion des prix et à la simplicité d'utilisation des caméscopes, ce qui a du même coup ouvert les portes de ce marché aux grands distributeurs et aux maga-

sins de discount qui vendent actuellement les 3/4 de leurs caméscopes à moins de 1000 francs. Seuls les caméscopes semi-professionnels et professionnels plus onéreux, qui exigent un conseil exhaustif, se vendent par l'intermédiaire du commerce spécialisé.

Christian Hermle, Panasonic: Si l'on en croit les chiffres de l'institut IHA-GfK, 12 à 15 pour cent des caméscopes – en termes de volume et de chiffre d'affaires – ont été vendus par l'intermédiaire du commerce spécialisé entre 2000 et 2004. Il n'y a donc pas eu de transfert au détriment de ce dernier. De juin à septembre 2005, la part des divers canaux s'est présentée comme suit:

15 pour cent pour le commerce photo, 24 pour cent pour le commerce de l'électronique des loisirs, 46 pour cent pour les grandes surfaces spécialisées (Interdiscount, MediaMarkt, etc.) et 14 pour cent pour les mass merchandisers (Coop, Migros, grands ma-

Suite à la page 3

sommaire

Vidéo: technologies qui stimulent le marché

Page 7

infos agfa

Informations de dernière minute au sujet de la liquidation d'AgfaPhoto.

Page 5

format 6x9

Les petits appareils professionnels au format 6x9 cm continuent pour le numérique.

Page 10

nikon d200

Premières informations sur le successeur tant attendu du D100 aux 10,8 mégapixels.

Page 14

L'observatoire de poche.



 LUMIX

Avec le nouvel appareil photo numérique DMC-FZ30, même une oursonne qui se balade au loin devient une Grande Ourse. Grâce à une constellation unique en son genre alliant une résolution de 8 mégapixels, un zoom manuel x12, un objectif LEICA DC VARIO-ELMARIT et un stabilisateur optique permettant d'éviter les images bougées. Mais ce n'est pas tout. Car le DMC-FZ30 est une vraie star qui se déclenche en seulement 0,01 seconde pour immortaliser les étoiles filantes. Dans n'importe quelle position, grâce à un écran LCD à angle libre. Pour tout savoir sur cet appareil que même les pros considèrent comme une bénédiction du ciel, rendez-vous sur www.panasonic.ch

Panasonic
ideas for life

Suite de la page 1

gasins, etc.). Ce marché partiel étant l'un des plus stables de l'électronique des loisirs, aucun changement important ne se produira dans un proche avenir.

Leo Vognstrup, Samsung: le commerce photo devra se profiler à l'avenir avec des produits nécessitant un conseil approfondi tandis que les produits de masse se vendront plutôt via le canal de la grande distribution.

Kurt Hofmann, Sony: la plupart des revendeurs photo ont sous-estimé le potentiel des caméscopes et abandonné ce marché aux magasins spécialisés dans l'électronique de loisirs, aux chaînes et aux grandes surfaces. La tendance en faveur des modèles de plus en plus bon marché fait encore davantage la part belle à ces canaux de distribution. Près de la moitié des caméscopes se vend aujourd'hui dans les grandes surfaces et les chaînes. Un caméscope sur cinq est acheté chez un commerçant spécialisé dans l'électronique de loisirs et les 30 pour cent restants se répartissent entre les grands magasins et les commerçants photo. La tendance en faveur des caméscopes DVD, des modèles HDV et à disque dur fera sans doute évoluer les habitudes des consommateurs dans les temps à venir. Les commerçants spécialisés pourraient augmenter leur part de marché s'ils suivaient davantage les tendances du marché et s'ils étaient capables de présenter correctement les nouvelles technologies à leurs clients.

Le boom de la vidéo semble être retombé. Connaîtra-t-il un regain grâce aux appareils combinant la vidéo et la photo?

Brauchbar: il existe aujourd'hui des appareils photo qui permettent de filmer des séquences vidéo dans une qualité acceptable tout comme des caméscopes dotés d'une résolution de plus en plus élevée également adaptée à la photographie. Il n'est pas impossible que la convergence de ces deux mondes redonne un nouveau souffle au marché de la vidéo

Heinz Häner, JVC: le caméscope 2en1 comme p.ex. le GZ-MC500 de

JVC doté d'un disque dur et de la technologie 3CCD est très intéressant pour la photo et la vidéo en raison de sa qualité photo de 5 Mpix, ce qui explique son succès. Les modèles haut de gamme de ce type sont voués à un bel avenir car ces appareils à disques dur – support de sauvegarde idéal – offrent des avantages décisifs aux consommateurs.

Hermle: en termes de volume, ce marché est toujours très actif. En 2000, 62 000 caméscopes ont été vendus contre un peu moins de 61 000 en 2004. En termes de valeur, la situation est toute autre. Durant cette même période, ce marché est passé de 115 à 66,5 mio. de CHF. C'est une mauvaise chose pour les fabricants et les revendeurs, mais un avantage pour les

transition. Le MiniDV a dominé le marché pendant des années et reste le support d'enregistrement le moins cher. D'un point de vue technologique, il est un peu dépassé. Les mini-DVD sont plus chers que les bandes MiniDV, mais elles peuvent être lues directement dans les lecteurs DVD. Les caméscopes à disque dur ont un potentiel de croissance important de même que la mémoire Flash, même si ces deux variantes sont les plus chères actuellement. Les prix des mémoires Flash chuteront sans doute de manière drastique ces prochaines années ce qui ouvrira de nouvelles possibilités aux fabricants de caméscopes.

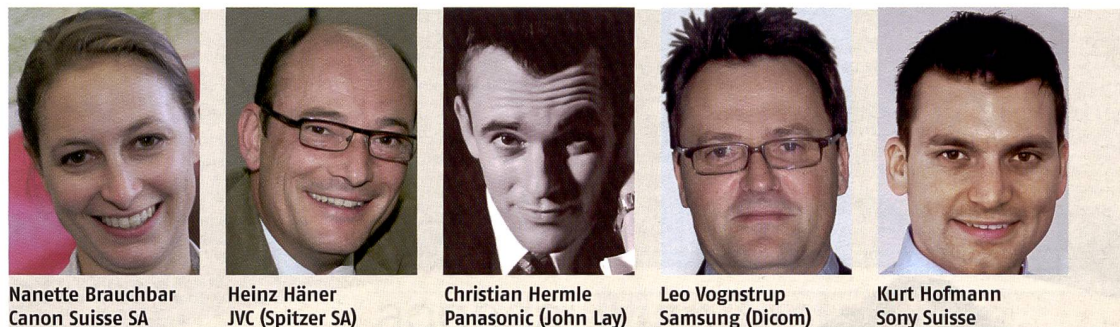
Häner: les nouveaux modèles à disque dur progressent indubita-

mateurs sont enthousiasmés par le format disque dur. Toutefois, celui-ci n'étant intéressant qu'en combinaison avec un ordinateur, ce groupe cible reste relativement restreint.

Que doit signaler un commerçant photo tout particulièrement lors d'un conseil?

Brauchbar: chaque consommateur a des critères et des exigences différentes lors de l'achat d'un caméscope. Le budget, le support de sauvegarde, le zoom et le design jouent un rôle important tout comme la taille et le poids. Les consommateurs ont intérêt à s'adresser à un commerçant spécialisé surtout lors de l'achat d'un appareil coûteux.

Hermle: actuellement, les caméscopes DVC et DVD sont à pri-



Nanette Brauchbar
Canon Suisse SA

Heinz Häner
JVC (Spitzer SA)

Christian Hermle
Panasonic (John Lay)

Leo Vognstrup
Samsung (Dicom)

Kurt Hofmann
Sony Suisse

consommateurs qui obtiennent un niveau de technologie et de performance plus élevé en dépensant moins.

Vognstrup: les enregistrements vidéo ont fortement évolué ces dernières années. Les vidéos familiales («diaporamas animés») sont toujours très prisées par les parents; les plus jeunes veulent avant tout documenter des actions. Les exigences à l'égard de la qualité divergent également, du caméscope HD aux appareils combinés JPEG/MPEG jusqu'aux téléphones portables.

Hofmann: la demande n'a cessé d'augmenter ces dernières années du fait de la chute des prix. Nous misons sur un nouveau boom avec le lancement de la technologie DVD, la part de ces modèles étant passée ces derniers mois à plus de 17 pour cent.

Quels supports d'enregistrement ont le plus d'avenir pour votre marque?

Brauchbar: nous sommes actuellement dans une phase de

blement comme le prouvent nos modèles GZ-MC500 et les modèles G de la série Everio offrant 20 respectivement 30 Go.

Hermle: à l'avenir, les supports sans composants mécaniques s'imposeront compte tenu de leur compacité et de leur robustesse. Les mémoires Flash et les cartes SD Memory Card auront le vent en poupe dès que les capacités de mémoire égaleront celles des autres supports. A moyen terme, le DVD jouera un certain rôle, mais à long terme les mémoires Flash et à partir de 2008 même les Blu-ray Disc Camcorder devraient gagner la faveur des consommateurs.

Hofmann: il est évident que la bande MiniDV sera remplacée dans les années à venir par le système DVD compatible et simple à utiliser. Les cartes mémoire ne devraient connaître un certain succès que lorsqu'elles proposeront dix fois plus de capacité de mémoire et qu'elles seront cinq fois moins chères. En attendant, un certain nombre de consom-

vilégier. Les modèles à disque dur peuvent présenter certains problèmes dans l'utilisation courante et sont davantage sujets aux réparations que les supports de données interchangeables comme les futures mémoires Flash. Une optique parfaite est le critère essentiel tout comme pour les appareils photo. Panasonic p.ex. se porte garant à cet égard grâce à sa coopération avec Leica.

Hofmann: les clients exigent la qualité et la simplicité d'utilisation. Ils ont le choix aujourd'hui entre une qualité haute définition d'avenir ou le format DVD très simple à utiliser puisque les impressions visuelles peuvent être partagées de suite sur un lecteur DVD. On peut passer directement aux séquences les plus intéressantes et occulter ainsi les passages plus «ennuyeux» tout en profitant par ailleurs, avec le son surround 5.1 Dolby digital Surround Sound, de la meilleure qualité sonore qui soit.