

**Zeitschrift:** Fotointern : digital imaging. Édition romande  
**Herausgeber:** Urs Tillmanns  
**Band:** 13 (2006)  
**Heft:** 3

**Artikel:** Nous misons sur les pros et les commerçants photo  
**Autor:** Wahl, Matthias / Wahl, Andreas  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-980229>

### **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:** 17.03.2026

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

# fotointern

Edition romande

9 mars 2006

3

## digital imaging

Mensuel d'information pour les pros du numérique. Abonnement 12 numéros: 36 CHF

### éditorial



Urs Tillmanns  
Photographe, journaliste  
spécialisé et éditeur de  
Fotointern

Les nouveaux reflex numériques déferlent sur le marché. Ils sont proposés par les marques traditionnelles, mais aussi par des noms tels que Samsung, Panasonic et prochainement Sony. Les spécialistes de l'électronique grand public se ruent sur le segment des reflex numériques car le marché des compacts est saturé et les prix sont en chute libre.

Le marché des reflex numériques est-il réellement aussi important que tous semblent le croire? Bien sûr, il y a les utilisateurs que l'arrivée de ces nouveautés intéressantes incite à acquérir un appareil plus sophistiqué voire à se lancer dans «l'aventure» des reflex numériques. Mais le potentiel n'est pas illimité et le risque est grand que ce segment encore très lucratif subisse bientôt une énorme pression sur les prix. Ces produits haut de gamme seraient alors, à leur tour, bradés bien en deçà de leur valeur réelle. N'avons-nous rien retenu du passé? Ce marché est en tout cas une chance inespérée pour les commerçants photo car en proposant des prestations intéressantes, telles que des formations et des ateliers, ils pourront acquérir de nouveaux clients.

*Urs Tillmanns*

## wahl trading «Nous misons sur les pros et les commerçants photo»



L'encadrement du commerce photo par des distributeurs est en forte progression ces dernières années. Andreas et Matthias Wahl, les deux fils d'Andreas Wahl senior, créateur de Wahl Trading, estiment que la force de leur entreprise familiale réside dans ce créneau.

**Pour quelles raisons Wahl Trading SA est-elle située à Mauren, au Liechtenstein?**

**Matthias Wahl:** en mars, nous fêterons le dixième anniversaire du transfert de l'entreprise de Gams à Mauren. Nous sommes

très profondément ancrés au Liechtenstein, Andreas y habite et comme le pays est membre de l'EEE, nous bénéficions de certains avantages commerciaux.

**Andreas Wahl:** la fiscalité y est aussi plus modérée. Et en plus,

cela favorise bien sûr aussi nos relations avec l'UE.

**Alors, l'activité de l'entreprise est centrée sur l'import-export?**

**Matthias Wahl:** les temps du «négoce de conteneurs» sont aujourd'hui révolus, l'import-export ne constitue plus qu'une activité secondaire de l'entreprise, mais nous adorons écouter notre père parler du passé, notamment de l'époque où il importait des consoles de jeu de Chine. La société Wahl Trading SA repose sur quatre piliers: commerçants spécialisés, utilisateurs professionnels, revendeurs nationaux et dans une moindre mesure import-export.

**Andreas Wahl:** l'activité principale est incontestablement la distribution photo en Suisse. Nous misons sur un partenariat avec les importateurs et lorsque nous importons un appareil photo, alors il s'agit d'un modèle impossible à obtenir en Suisse et nous en discutons avec l'importateur.

Suite à la page 3

### sommaire

## Les nouveautés de la PMA d'Orlando

Page 6

### samsung

se lance sur le marché des reflex numériques avec deux catégories de prix.

Page 8

### accessoires

Les accessoires pour APN sont une source de recettes supplémentaires idéale.

Page 10

### panasonic

a présenté un réflex numérique de standard 4/3 et cinq nouveaux compacts à la PMA.

Page 11

# Opus est.



## Pro815 – zoom 15x, écran couleurs 8,9 cm

### Voir plus loin

le premier APN haut de gamme au monde offrant 8 mégapixels et un zoom optique 15x optique Schneider-Kreuznach avec deux lentilles asphériques et quatre verres traités ED possibilités de réglage manuel professionnelles flash intégré

### Voir plus clair

le plus grand écran couleurs TFT au monde avec une diagonale de 8,9 cm et 235 000 pixels le premier écran couleurs TFT au monde de 3,66 cm (115 000 pixels) sur le dessus pour photographier en toutes circonstances viseur TFT avec une diagonale de 1,12 cm et 235 000 pixels, et compensation dioptrique

### Voir plus longtemps

la plus grande réserve de puissance au monde Batteries Li-ion (1 900 mAh / 7,4 Volt) jusqu'à 500 prises de vues avec une charge

[www.samsungcameras.ch](http://www.samsungcameras.ch)

**SAMSUNG**

Suite de la page 1

**L'importation grise n'a plus la même importance pour vous?**

**Matthias Wahl:** on a assisté à un alignement des prix en Europe de la plupart des marques, comme p. ex. Canon et Sony dont nous sommes distributeur officiel. Via Internet, le client peut comparer les prix. Alors l'importation grise n'est plus profitable du tout. Mais ce que nous n'arrivons pas à comprendre, c'est comment les distributeurs des pays limitrophes, et surtout d'Italie, parviennent à proposer des films Kodak deux fois moins chers que l'importateur en Suisse auprès duquel nous sommes obligés de nous fournir. Mais le plus drôle, c'est que toute l'Europe commande ses films en Angleterre et se les fait livrer depuis la France. Le seul intérêt pour nous de la marque Kodak réside dans les utilisateurs professionnels.

**Vous avez évoqué votre père, intervient-il encore dans la destinée de l'entreprise?**

**Matthias Wahl:** il y a six mois, notre père s'est complètement retiré des affaires, mais il est toujours là lorsque nous avons besoin d'un conseil ou de son réseau de contacts. Mon frère et moi détenons chacun 50 % des parts de la société et sommes gérants à parité égale.

**Andreas Wahl:** la répartition des tâches n'est pas exactement définie, chacun de nous fait un peu de tout. Comme je viens du secteur bancaire, je me suis plutôt spécialisé dans les finances, tandis que Matthias est un expert du marketing.

**Qu'est-ce qui fait le gros de votre clientèle?**

**Matthias Wahl:** nos principaux clients sont les utilisateurs professionnels qui représentent 70 à 80 % de notre portefeuille, ensuite vient le groupe des commerçants photo. Nous ne vendons pas aux particuliers et contrôlons le statut de nos clients – les professionnels doivent mentionner leur employeur ou formation, présenter leur carte de presse ou une liste de publications de leurs œuvres.

**Andreas Wahl:** nous nous définissons comme des fournisseurs de spécialités et focalisons notre activité sur les petits et moyens acheteurs, à l'exception des détaillants bien entendu. Nous sommes une petite équipe très flexible d'une dizaine d'employés. Nous n'exigeons pas de supplément pour les commandes de petites quantités et les films peuvent être commandés à l'unité etc. tandis que nos concurrents proposent uniquement les gros conditionnements. Notre atout est de pouvoir livrer rapidement, et à tarif avantageux, les petits acheteurs et de proposer des articles que les autres ont rayé de leur gamme.



«Les cartes mémoires de Kingston occupent la première place. Nous en avons vendu plus de 100 000 en 2005»

Matthias Wahl, directeur de Wahl Trading

**Quelles sont les marques les plus importantes pour vous?**

**Matthias Wahl:** en première position figurent les cartes mémoires Kingston, suivies des produits Canon et Sony. Mais nous sommes toujours distributeur officiel de Polaroid, Fujifilm et Ilford, ce qui reste intéressant pour nous parce que seuls deux distributeurs proposent encore la marque Polaroid actuellement. Les marques que nous distribuons sont présentées sur notre site [www.wahl-trading.ch](http://www.wahl-trading.ch). Dans la catégorie des mémoires Flash, Kingston nous a réélu comme en 2004 «Distributor of the year» pour l'année 2005, ce qui illustre bien le volume de vente réalisé avec ces produits.

Nous travaillons bien aussi avec des marques comme Sigma, que nous achetons auprès du représentant général suisse, ou Epson, Energizer et Olympus. Olympus p. ex. propose de super produits qu'il faut simplement mieux faire connaître en mettant en avant l'image de boîtiers «moderne». **Les films ont-ils encore de l'importance pour vous?**

**Andreas Wahl:** c'est un segment important bien que sa part ait encore reculé en 2005, de 5 à 10 % pour Polaroid et Ilford et jusqu'à 30 % pour Kodak et Fujifilm.

**Quelles sont pour vous les répercussions de la disparition de Konica Minolta?**

**Matthias Wahl:** pour nous, le rachat des reflex par Sony est naturellement intéressant parce que Sony est une marque très importante pour nous depuis le

F828 et le R1. Pour Sony, nous sommes aussi un partenaire de distribution de premier plan pour les Memory Sticks car nous n'avons pas ce type de produit de Kingston dans notre catalogue et pouvons ainsi nous concentrer sur ceux de Sony.

**Quelle importance revêt l'Internet comme outil de commande?**

**Andreas Wahl:** comme nous sommes une petite équipe, Internet est très important pour ne pas avoir à mettre en place un



«Nous livrons aussi les petits clients sans supplément et proposons de nombreuses spécialités.»

Andreas Wahl, directeur de Wahl Trading

service téléphonique important. La plupart des commandes nous parviennent effectivement via notre site protégé, à l'exception de quelques demandes par téléphone et rarement par télécopie. Mais nous voulons rester au service des petits commerçants qui ne travaillent pas encore tous avec Internet (ou le refusent). **A vos yeux, qu'est-ce qui vous différencie d'autres distributeurs?**

**Matthias Wahl:** notre force – comme le démontre la ventilation de notre chiffre d'affaires, ce sont les photographes professionnels, c.-à-d. les photographes de presse, les studios, les utilisateurs professionnels dans l'industrie et les administrations publiques comme les services de police etc., tandis que d'autres distributeurs sont davantage focalisés sur le commerce photo. **Quelle importance revêtent les nouveaux produits?**

**Matthias Wahl:** depuis sept mois que nous représentons la marque Wacom, nous rencontrons un très grand succès auprès des professionnels. Mais la gamme ColorVision se vend bien elle aussi car l'étalonnage est devenu un thème important pour les photographes professionnels. Il y a aussi une demande pour les produits de Polaroid comme les cardiofréquences etc. que nous vendons surtout aux entreprises possédant des magasins pour leur personnel.

**Commercialisez-vous encore des consoles de jeu?**

**Andreas Wahl:** les affaires marchent en parallèle, en fonction de la demande de grands magasins qui nous connaissent de longue date.

**Comment envisagez-vous l'avenir de Wahl Trading?**

**Matthias Wahl:** nous allons bien en dépit de la conjoncture et des bouleversements sur le marché photo. Le secret réside dans notre assortiment équilibré de marques et de produits. A ceci vient s'ajouter une très bonne structure clientèle avec de très nombreux petits acheteurs. L'évolution du marché devrait être positive car la demande de bonnes photos progressera à nouveau.