

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging. Édition romande
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 14 (2007)
Heft: 8

Artikel: Nous avons des clients que nous ne verrions pas normalement
Autor: Föhr, Elmar / Mossner, Christian
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980200>

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: 17.01.2026

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

fotointern

Edition romande

9 août 2007 8

digital imaging

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

éditorial



Urs Tillmanns
Photographe, journaliste
spécialisé et éditeur de
Fotintern

La photographie n'est pas le seul domaine en pleine mutation, la formation l'est aussi. Pour la dernière fois cette année, des «employés spécialisés en photographie» ont été formés - l'année prochaine les diplômés de la procédure de qualification (autrefois: examen de fin d'apprentissage) porteront le titre de «spécialiste en photographie».

Le nouveau règlement commence à déployer ses effets et les experts ainsi que les formateurs qui ont participé à son élaboration peuvent être fiers de leur œuvre. Le profil professionnel a été modernisé grâce aux trois filières proposées qui offrent aux jeunes diplômés d'excellentes perspectives d'avvenir dans une profession attrayante et en vogue.

La procédure de qualification de cette année confirme la mutation qui touche la photographie. Selon les rapports des experts, les candidats ont quasiment tous travaillé en mode numérique - la photographie argentique semble définitivement reléguée dans le passé. L'équipe de Fotintern félicite les jeunes photographes pour la réussite de leur examen et leur souhaite beaucoup de satisfaction et de succès dans un métier passionnant et moderne.

Urs Tillmanns

peyer «Nous avons des clients que nous ne verrions pas normalement»



Depuis deux ans, Foto Peyer à Höngg imprime des posters et des affiches sur une imprimante grand format Canon. Ce magasin a été l'un des premiers «XL Poster Stores» en Suisse. Nous avons voulu en savoir plus avec Elmar Föhr (Foto Peyer) et Christian Mossner (Canon).

Monsieur Föhr, depuis deux ans vous proposez des tirages grand format à vos clients. Etes-vous satisfait?

Elmar Föhr: j'étais très sceptique au début. Il me semblait qu'un appareil de plus dans notre magasin exigu serait de trop.

J'ai toutefois réalisé qu'en faisant passer clairement le «message», je pouvais attirer une nouvelle clientèle grâce à cette prestation.

Et quel est ce message?

Que nous sommes capables d'imprimer des posters et des af-

fiches en un temps très court dans notre magasin. Une fois que les gens ont compris cela, de toutes nouvelles possibilités s'ouvrent. J'ai été le premier surpris. Et puis un client du quartier m'a demandé une affiche pour la vitrine de son magasin, un autre voulait des posters pour ses locaux commerciaux. Nous avons pu leur donner satisfaction dans un délai très rapide.

Comment faites-vous connaître cette nouvelle prestation?

Nous avons apposé une grande étiquette «Canon XL Poster Store» et avons exposé plusieurs posters en vitrine. Par ailleurs, nous parlons de cette prestation à nos clients lorsque nous discutons avec eux. Nous organisons également des ateliers de travail, p.ex. au sein de notre association professionnelle, à l'occasion desquels nous parlons, avec le soutien de Canon, de stratégies publicitaires efficaces. Il faut maintenir sans cesse le dialogue, mais le jeu en vaut la chandelle.

Suite à la page 3

sommaire

look nostalgie

Des appareils au look classique: Canon Powershot G7 et Nikon Coolpix P5000.

Page 9

Fin d'apprentissage: d'excellents travaux

Page 6

canon mark III

Le reflex numérique le plus rapide ne dévoile pas ses atouts que dans le sport.

Page 12

lumix dmc-fz18

Super zoom en vogue: Lumix lance un appareil équipé d'un zoom 18x.

Page 15



VANGUARD®

exclusively distributed by
FUJIFILM (Switzerland) SA



Sacs et valises

VANGUARD développe des sacs et des valises de toutes tailles, pour toutes sortes d'équipements et pour les exigences les plus diverses d'utilisateurs satisfaits dans le monde entier. Qu'il s'agisse de la série robuste Buenos, de la série universelle Evia pour APN et lecteurs MP3 ou du sac en cuir exclusif Quito, les sacs VANGUARD offrent une protection optimale à vos précieux appareils. Durable. Sûr. Convaincant.

Trépieds

VANGUARD est le meilleur choix pour les professionnels et les photographes amateurs exigeants qui recherchent une stabilité maximale, un design compact et des fonctionnalités parfaites. VANGUARD propose un vaste éventail de produits telles que les séries professionnelles Tracker et Elite, les trépieds de voyage ultra compacts de la série Digi ou le monopied et le trépied de table qui dépannent en toutes situations.

Jumelles et monoculaires

VANGUARD fabrique des jumelles et des monoculaires destinés à une utilisation quotidienne, mais aussi à l'observation de la nature pendant les loisirs. Un boîtier en aluminium garantit une précision mécanique maximale, une optique lumineuse ultra moderne procure un grand confort de visée et le gainage en caoutchouc antidérapant indestructible offre une excellente prise en main associée à un design attrayant.

in your life

FUJIFILM
8157 Dielsdorf, 044 855 50 50, www.fujifilm.ch

suite de la page 1

Monsieur Mossner, on s'attendrait plutôt à voir une imprimante grand format dans un copyshop. Qu'apporte le «XL Poster Store» au revendeur?

Christian Mossner: beaucoup de personnes pensent que les posters doivent être imprimés en mode offset et qu'ils sont, de ce fait, très chers. Ils hésitent donc à commander un poster. Le commerce photo traite traditionnellement des photos, il semble donc logique qu'il propose aussi des images grand format et qu'il les produise lui-même. Il est vrai que les copy-center sont en principe de très bons clients de Canon. Les magasins photo concurrencent donc d'une certaine manière les copy-center et les petits ateliers. Mais c'est la loi du marché.

Comment le revendeur photo doit-il se positionner et comment doit-il faire connaître sa prestation à ses clients?

Il est essentiel que l'appareil ne soit pas caché à l'arrière du magasin. Lorsque l'imprimante grand format est installée et utilisée dans le magasin, l'intérêt des gens pour les images grand format est rapidement éveillé. Un autre avantage pour le client réside dans la production des images sur place, sans envoi de négatif ou de données à un labo. Le commerçant est donc plus rapide et réalise une meilleure marge.

Combien faut-il investir pour se lancer dans le marché des posters grand format?

Nous proposons des imprimantes grand format à partir de 4000 francs. L'infrastructure nécessaire est généralement déjà disponible dans de nombreux magasins. Je recommanderais un appareil capable d'imprimer des supports de 60 cm de largeur au minimum.

Les imprimantes de plus grande taille offrent bien sûr une palette de possibilités plus vaste, notamment en ce qui concerne les supports imprimables. Le lin a par exemple la cote, mais le papier de cuve est également très prisé.

Quelle infrastructure est nécessaire?

Le revendeur a besoin d'un PC ou d'un ordinateur portable spécialement configurés. Notre paquet global comprend le logiciel, l'installation, l'autocollant pour la vitrine, la formation et l'assistance en plus de l'imprimante elle-même. Canon soutient le commerce photo au niveau de la publicité. Nous sommes convaincus - et nos expériences



«L'appareil marche comme sur des roulettes. J'ai fait appel une seule fois au technicien qui est venu de suite. Le support de Canon est vraiment excellent.»

Elmar Föhr, propriétaire de Foto Peyer, Höngg

nous le confirment - qu'il est important de mettre des annonces dans la presse locale.

Comment est née l'idée du XL Poster Store?

Le concept du XL Poster Store a été mis au point par Canon - il n'existe ni en Europe ni même au Japon. Nous utilisons une Mini Cooper avec un Poster Store monté dans une remorque lors des manifestations. Forts de notre slogan «Driving Mini - Printing Large», nous imprimons des images sur place et les remettons de suite aux visiteurs. C'est à cette occasion que nous avons constaté à quel point les tirages grand format sont prisés. Nous voulons satisfaire cette demande énorme par l'intermédiaire du commerce spécialisé. Cela me semble très important. Nous répondons à une demande, nous travaillons sur des émotions. Nous ne devons pas nous définir par l'intermédiaire de la technologie, mais d'un bon concept. Le contact avec nos clients revêt à cet égard une importance primordiale.

Cela signifie-t-il Monsieur Föhr que vous n'imprimerez désormais plus que sur l'imprimante grand format de Canon?

Elmar Föhr: non, en aucun cas. Nous utilisons notre minilab SMI jusqu'au format 20 x 30 cm. Je reste d'ailleurs convaincu qu'un tirage en laboratoire est ce qu'on peut faire de mieux d'une photo.

Si le client souhaite un format plus grand, nous le conseillons et cherchons la meilleure solution. Le grand avantage de notre imprimante Canon, c'est qu'elle permet de tirer des épreuves que le client peut évaluer très rapidement sur place. Le contrôle de la qualité se fait donc directement chez nous et le conseil est le b.a.-ba de la vente.

Mais le fait de proposer cette prestation a eu d'autres conséquences. On nous demande p. ex. non seulement d'imprimer des affiches, mais aussi de les concevoir. Nous sommes capables de retoucher une image, d'y intégrer du texte, de faire des mises en page complètes et de finalement imprimer le tout. Nous n'étions pas familiarisés avec ce type de prestations autrefois.

Et comment marche l'imprimante? Demande-t-elle beaucoup d'entretien ?

L'appareil marche comme sur des roulettes. J'ai fait appel au technicien une seule fois et il est venu de suite. Je dois avouer que le support technique de Canon est vraiment excellent.

Monsieur Mossner, comment ce segment se développe-t-il chez Canon?

Christian Mossner: très bien. Monsieur Föhr vient d'ailleurs de nous faire un beau compliment. Nous attachons effectivement une grande importance à soutenir nos clients et nous nous sommes forgés une solide réputation grâce à la qualité de notre



«Nous ne devons pas nous vendre par l'intermédiaire de la technologie, mais de notre concept. Le contact avec le commerce est essentiel pour ce faire.»

Christian Mossner, Marketing Director Canon CBS

que les tirages durent moins longtemps que ceux faits en laboratoire. Mais dans les deux cas, les images exposées à la lumière doivent bénéficier d'une meilleure protection contre les ultraviolets que celles qui sont collées dans des albums photo. Il ne faut pas se faire d'illusions. Mais là aussi, il est essentiel de bien conseiller le client.

Vous avez évoqué le fait que le XL Poster Store vous a permis d'acquérir de nouveaux clients.

Cela se ressent-il aussi au niveau de votre chiffre d'affaires? Je ne peux vous donner de chiffres précis, mais je dirais que nous avons en tout cas enregistré une hausse de plus de 10 pour cent.

service. Je précise, non sans fierté, que nous avons installé 1000 appareils à ce jour et que nous occuperons la 2ème place sur le marché d'ici fin 2007 compte tenu de notre croissance. Le marché se développe à la vitesse grand V et nous continuerons de nous améliorer. Il ne faut pas oublier non plus que la présence de Canon avec les XL Poster Store a aussi un impact positif sur d'autres segments d'activité. Ainsi, un client satisfait des services du Poster Store envisagera plus facilement l'achat d'un appareil photo Canon. C'est aussi pour cela que notre relation avec le commerce spécialisé est capitale.