

## Annexe 1

### 2002 : le marché photo face à de nouvelles perspectives de croissance par l'Observatoire des professions de l'image

Après 163 années d'existence officielle, la photographie entre dans une nouvelle phase de son histoire. L'avènement du numérique bouscule les comportements du grand public après avoir conduit les professionnels à modifier leurs méthodes de travail. Une nouvelle économie est en train de percer, née de l'exploitation numérique des images. Celle-ci s'appuie sur les fondamentaux culturels et économiques de la photo traditionnelle en ouvrant des perspectives de développement inégalées.

[...]

#### Source de dynamisme économique

L'Insee, dans son bulletin de conjoncture sur la consommation des ménages, note que les appareils numériques et les DVD ont contribué au dynamisme du marché des loisirs en 2002. Plus encore qu'en 2001, l'appareil photo numérique est devenu pour le grand public un objet de convoitise, symbole de modernité pour les besoins de la famille. La croissance du marché des prêts-à-photographier prouve dans le même temps que les consommateurs n'excluent pas la photo argentique de leur préoccupation. Dès juillet 2002, les chercheurs du Crédoc confirmaient dans l'étude commanditée par l'Association pour la promotion de l'image (API) l'attraction des Français pour le multi-usage en photographie : selon les situations, l'amateur choisit l'appareil de prise de vue qui lui semble le plus approprié (compact ou reflex argentique, prêt-à-photo-

graphier ou appareil photo numérique). Le multi-équipement favorise cette souplesse pour les appareils traditionnels, tandis que les prêts-à-photographier constituent une alternative rassurante aux autres solutions proposées. Selon le Crédoc, ces derniers ont contribué largement à étendre vers de nouveaux publics la pratique photographique (19 % d'utilisateurs supplémentaires entre 1989 et 2002), « particulièrement auprès des jeunes qui ne sont pas encore autonomes en matière d'équipements et chez les plus âgés qui répugnent à renouveler leurs vieux appareils. »

[...]

#### Technologies complémentaires

Un siècle de proximité avec la photographie traditionnelle n'est pas remis en cause par l'arrivée des produits d'acquisition numériques. Le poids dominant des acteurs historiques de la photo sur ce nouveau marché de l'image atteste des savoir-faire que ces entreprises ont su utiliser pour développer de nouvelles lignes d'appareils. La complémentarité argentique-numérique se traduit au quotidien par le tirage sur papier argentique des fichiers numériques issus des appareils photo numériques ou des cartes mémoire. Cette garantie de qualité, la pérennité des images, la productivité et le faible prix de revient plaident en faveur de cette complémentarité.

[...]

#### L'information par l'image comme levier de croissance

Historiquement déployée sur les fonctions mémoire et création, la photographie s'ouvre, grâce au numérique, aux fonctions divertissement et information. Cette dernière est l'une des plus prometteuses de croissance. Si elle reste aujourd'hui réservée aux usagers professionnels et au B to B, elle s'étendra au B to C très rapidement grâce à la convergence numérique. Ainsi, par exemple, c'est grâce à un message en image que le consommateur pourra voir s'afficher sur l'écran de son mobile toutes les promotions qui lui sont réservées dès qu'il franchira le seuil de son magasin. Les solutions de photographie qui seront déployées pour alimenter ces nouveaux canaux de communication portent déjà une partie de la croissance du secteur dans l'univers professionnel. En devenant transversaux à toutes les activités humaines, la production et le partage des images constituent une réserve de valeur inédite pour l'économie du secteur pour de nombreuses années.

BTS PHOTOGRAPHIE		Session 2004	
Organisation et gestion commerciale		PHOGCD	
Coefficient : 3	Durée : 4 heures	Page : 5/18	

# L'appareil photo numérique, objet de l'année 2002

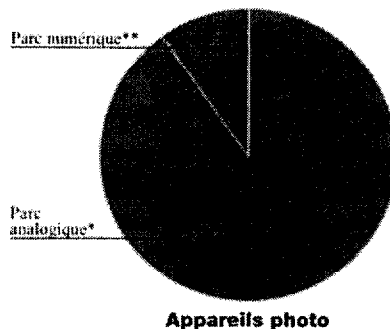
- Plus d'un million d'appareils numériques vendus en 2002.
- 9 % des foyers français possèdent un appareil numérique.
- Le marché des appareils photo affiche une croissance de 27 % en valeur.
- Les prêts-à-photographier restent bien orientés à + 7,5 %.
- Les ventes d'appareils argentiques marquent le pas.

Le marché des appareils photo termine l'année en forte croissance (+ 27 % en valeur, + 5 % en volume) grâce au spectaculaire succès des appareils photo numériques (+ 87 % en volume selon Sipec). Comme en 2001, mais avec une dynamique renforcée, le grand public a plébiscité cette nouvelle technologie de prise de vue qui associe les bénéfices de l'instantanéité invitant au contrôle immédiat des images sur écran et la gratuité de l'acquisition des images. Ce mouvement vers le numérique est renforcé par l'innovation qui favorise la qualité d'image et la simplicité à un prix toujours plus bas.

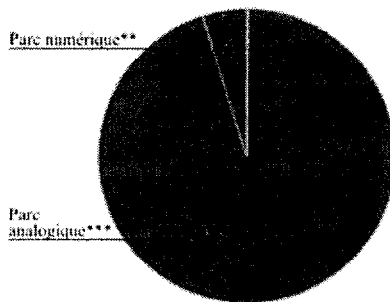
**+ 71 %**  
c'est le chiffre de croissance du marché des appareils numériques en valeurs en 2002 selon le Sipec.

En 2002, la course à la résolution n'est plus l'enjeu majeur, les appareils trois millions de pixels s'imposant comme le cœur de l'offre chez tous les fabricants. Il est plutôt d'ordre industriel face à une demande mondiale en très forte progression et une concurrence exacerbée qui imposent une réactivité des fabricants et des distributeurs toujours plus élevée. L'explosion de l'offre en compacts numériques et l'arrivée de reflex destinés aux amateurs experts resteront les points notables de l'année. Les progressions record enregistrées sur le cœur de gamme (+ 138 % sur le segment 300-750 euros) et les reflex numériques (+ 164 % sur le segment des appareils de plus de 1 500 euros) attestent de la pertinence des stratégies mises en œuvre. Désormais le grand public accède à la

## Le parc actif\* des appareils photo en France en millions d'appareils



En France, le parc d'appareils actifs reste constitué à 90 % de modèles argentiques. La vulgarisation de la technologie numérique bat son plein avec la multiplication d'une offre d'appareils photo aussi qualitative qu'innovante. La conversion d'une partie du public au numérique ne conduit pourtant pas à la substitution d'une technologie par l'autre, la consommation d'appareils prêts-à-photographier poursuivant sa progression.

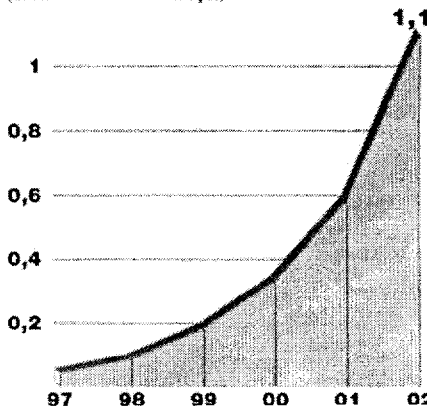


Avec 22,8 millions d'appareils prêts-à-photographier commercialisés en 2002, le grand public plébiscite une nouvelle fois la solution de prise de vue la plus simple. La prise en compte de ces appareils photo à part entière dans le calcul du parc actif montre que l'argentique reste la technologie de prise de vue dominante en France.

\* Ensemble des appareils photographiques utilisés au moins une fois par an.  
\*\* Cumul des ventes d'appareils numériques sur les quatre dernières années.  
\*\*\* 22,8 millions d'appareils prêts-à-photographier ont été vendus en France en 2002.

## Les appareils numériques de 1997 à 2002

Évolution 2002 : + 87 % en volume  
(En millions d'unités - Source Sipec)



Plus de 1,1 million d'appareils photo numériques auront été commercialisés au cours de l'année 2002. L'intérêt exercé par ces appareils photo sur le grand public reste intact six ans après leur avènement. Les solutions de tirage sans ordinateur (imprimantes à lecteur de carte mémoire et bornes de déchargement en magasin) ont permis d'ouvrir ce marché aux foyers ne disposant pas d'ordinateur (encore 66 % des foyers en 2002).

BTS PHOTOGRAPHIE		Session 2004
Organisation et gestion commerciale		PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures	Page : 6/18

## Annexe I (Suite)

qualité utile en photo souvenir pour moins de 450 euros tandis que les amateurs experts peuvent accéder aux appareils reflex à objectifs interchangeableables qui, par leurs prix élevés, restaient réservés aux professionnels.

### Une innovation renforcée

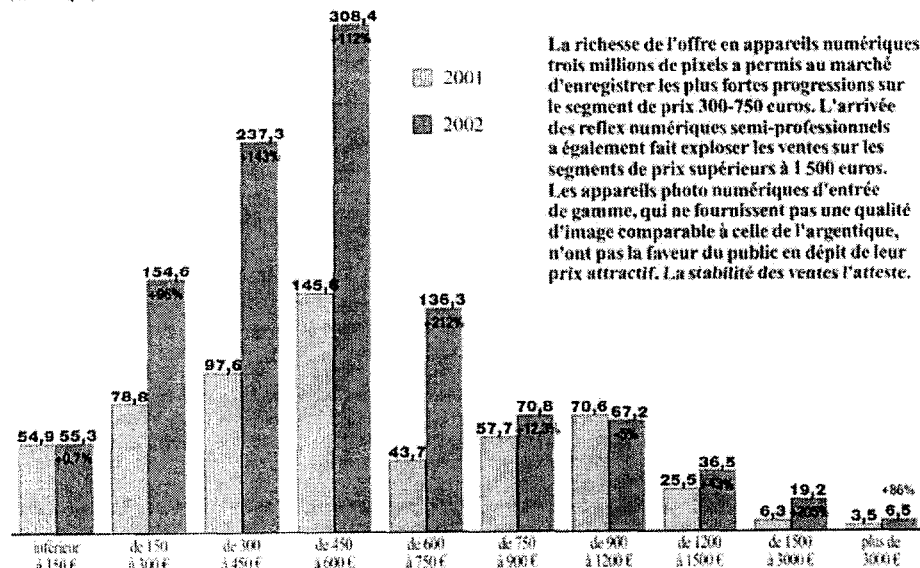
Très convoité, le marché des appareils photo numériques reste dominé par les acteurs historiques de la photographie. Sur ce marché

encore neuf, la pression exercée par les nouveaux entrants de l'électronique grand public et de l'informatique est extrême. Dans un tel contexte, l'innovation reste l'arme privilégiée des fabricants : augmentation de la qualité des capteurs et de l'autonomie, miniaturisation, amélioration de la lisibilité des écrans, de leur convivialité et ajout de fonctionnalités inédites. Cette nécessaire innovation, qui favorise le maintien du prix moyen des appareils, est également un facteur favorable pour l'avenir du marché. En augmentant le taux de renouvellement des appareils photo grand public, le numérique fait entrer durablement le secteur des appareils photo dans une nouvelle dynamique, profitable à tous les acteurs de ce marché. En témoigne l'intérêt du public pour la capture vidéo proposée sur la plupart des appareils photo numériques. Au rendez-vous de la convergence, les acteurs du marché photo détiennent donc des atouts déterminants.

### Les ventes d'appareils numériques selon leur niveau de prix en 2001 et 2002

Ventes totales : 1 062 100 appareils. Prix moyen marché : 544 euros.

(Source Sipee)



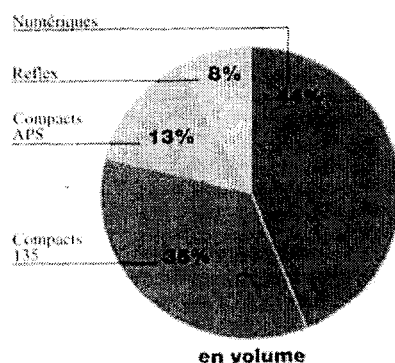
### Deux systèmes de prise de vue, une valeur doublée

En 2002, le prix public moyen d'un appareil photo numérique atteint 544 euros (en recul de 26 % par rapport à 2001 selon l'institut GfK Marketing Services). Cette valeur maintenue à haut niveau par l'innovation

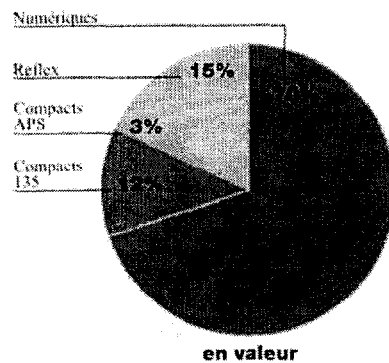
### Structure du marché des appareils photo en 2002

Croissance 2002 : + 5 % en volume, + 27 % en valeur

(Source Sipee)



Les ventes d'appareils argentiques dépassent en 2002 celles des appareils numériques. Nous sommes pourtant à un tournant historique puisque l'année 2003 verra cette proportion inversée. Cette nouvelle structure du marché ne condamne pourtant pas à court terme la prise de vue argentique compte tenu de l'inertie du parc actif (durée de vie des appareils très longue) et du multiéquipement (usage d'appareils de technologies différentes selon les situations).



Les chiffres en valeur traduisent avec force la mutation à laquelle les réseaux de distribution ont du faire face et leur capacité d'adaptation. Aujourd'hui, le segment des appareils photo numériques est largement dominant car il génère 70 % de la valeur des ventes du poste appareil photo (hors PAP). Les 30 % de chiffre d'affaires restants se partagent à parts égales entre compacts et reflex argentiques.

### Les Français adeptes du multiéquipement

En France, 16 % des foyers disposent déjà de trois appareils ou plus. L'appareil numérique vient compléter ce parc familial, les français adoptant selon les situations la solution de prise de vue avec laquelle il se trouve le plus à l'aise (compact ou reflex argentique, "jetable" ou appareil numérique). Autre découverte des chercheurs du Crédoc, l'adoption du numérique ne bouleverse pas les motivations de pratique. Ainsi 80 % des sondés continuent à faire de la photo pour conserver des souvenirs. Viennent ensuite les motivations secondaires : partager (40 %), créer/s'exprimer (30 %), communiquer (15 %) ou encore se divertir (10 %).

D'APRÈS ÉTUDE CRÉDOC/API - JUILLET 2002

BTS PHOTOGRAPHIE	Session 2004
Organisation et gestion commerciale	PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures
	Page : 7/18

## Annexe 1 (Suite)

La déviation des fabricants explique le poids élevé du marché du numérique : 608 millions d'euros TTC contre deux fois moins pour les appareils argentiques (310 millions d'euros TTC). La chaîne de valeurs des deux systèmes de prise de vue coexistants doit toutefois prendre en compte les consommables : 55 millions d'euros TTC supplémentaires sur le marché des cartes mémoire destinées aux appareils numériques et 496 millions d'euros TTC pour les films destinés aux appareils argentiques (auxquels s'ajoutent 99 millions d'euros TTC d'objectifs interchangeable). Au global, les deux systèmes de prise de vue se retrouvent dos à dos en générant des chiffres d'affaires proches : 806 millions d'euros TTC pour l'argentique (hors PAP) contre 663 millions pour le numérique. Cette différence se creuse de 183 millions d'euros TTC en faveur de l'argentique si l'on prend en compte les prêts-à-photographier. En quelques années, l'avènement du numérique a permis de doubler le chiffre d'affaires de la prise de vue photo en dépit du repli récent des ventes d'appareils argentiques. Reste la création de valeurs après-prise de vue : en argentique, le tirage revêt un caractère obligatoire assurant au secteur un chiffre d'affaires additionnel conséquent (voir page 10 « Les services »), alors que celui-ci reste conditionné à la maturité du grand public en numérique.

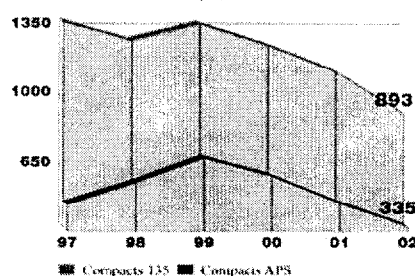
### Le recul attendu de l'argentique

Le recentrage des fabricants sur les gammes de compacts 24 x 36 a pénalisé les appareils au format APS qui affichent un repli (- 33 % en volume) alors que la consommation film également en repli (- 6,8 % sur les cassettes APS) reste élevée (5 films/appareil/an). Ce format créé en 1996 aura permis durant six années de soutenir l'activité de prise de vue amateur en introduisant l'idée de changement chez les usagers : film en cassette, index-photo, trois formats au choix. Les appareils argentiques 24 x 36 enregistrent également cette année 2002 un net repli : - 23 % pour les compacts et - 12 % pour les reflex. Pour ces derniers, le tassement des ventes poursuit une évolution amorcée en 1999. Le volume total des appareils argentiques commercialisés en 2002 reste toutefois toujours supérieur à celui des appareils numériques (respectivement 66 % contre 44 %) même si, en valeur, les appareils photo numériques prennent le dessus en générant 70 % du chiffre d'affaires total du marché des appareils photo (hors PAP).

### Les appareils compacts de 1997 à 2002

Évolution 2002 : - 23 %

(En milliers d'unités - Source Sipeec)

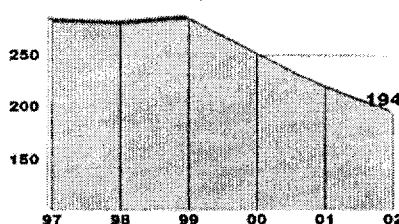


Les appareils compacts sont les premiers touchés par le succès des appareils numériques. Les compacts APS poursuivent leur recul à - 33 % (après une année 2001 en repli de - 27 %). Cette situation s'explique par la raréfaction de l'offre, de nombreux fabricants ayant choisi, à partir de 2001, de se repositionner sur le format 135 et surtout de concentrer leur énergie sur le numérique.

### Les reflex de 1997 à 2002

Évolution 2002 : - 12 %

(En milliers d'unités - Source Sipeec)

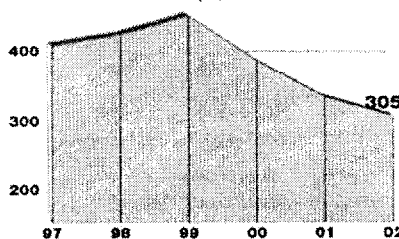


Le recul du marché des reflex s'établit à - 12 % pour 2002. Ce chiffre est constant depuis trois ans. Le poids des reflex dans les ventes d'appareils argentiques reste également stable à 12 % des ventes. En valeur, le recul atteint - 16 % selon GfK. Le manque d'innovations pénalise ce marché.

### Les objectifs interchangeables de 1997 à 2002

Évolution 2002 : - 9 %

(En milliers d'unités - Source Sipeec)

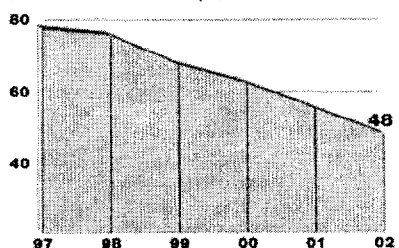


Sur un marché reflex déprimé, le recul de - 9 % des objectifs peut être jugé comme une performance honorable. Le recours aux multipacks très attractifs pour les consommateurs mais également les formules optiques inédites ont stimulé la consommation. La montée des ventes de reflex numériques est un facteur favorable de maintien de ce segment de marché dans les années à venir.

### Les flashes de 1997 à 2002

Évolution 2002 : - 13 %

(En milliers d'unités - Source Sipeec)

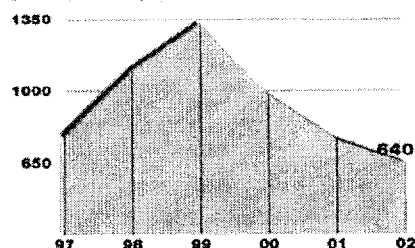


Seul un acheteur de reflex sur quatre fait l'acquisition d'un flash complémentaire pour améliorer la qualité de ses images. La présence d'un flash accessoire sur la plupart des reflex explique cette situation de marché qui suit strictement celui des reflex.

### Les moyens-formats de 1997 à 2002

Évolution 2002 : - 17 %

(En unités - Source Sipeec)



Les ventes de moyens-formats suivent les plans d'investissement des grands studios de prise de vue, eux-mêmes dépendants du marché de la publicité et de la mode. L'incertitude économique liée à la guerre en Irak a différé les investissements prévus en 2002. Leur compatibilité avec les systèmes de prise de vue numériques (dos d'acquisition) plaide en faveur de ces équipements indispensables aux photographes professionnels.

BTS PHOTOGRAPHIE	Session 2004
Organisation et gestion commerciale	PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures
	Page : 8/18