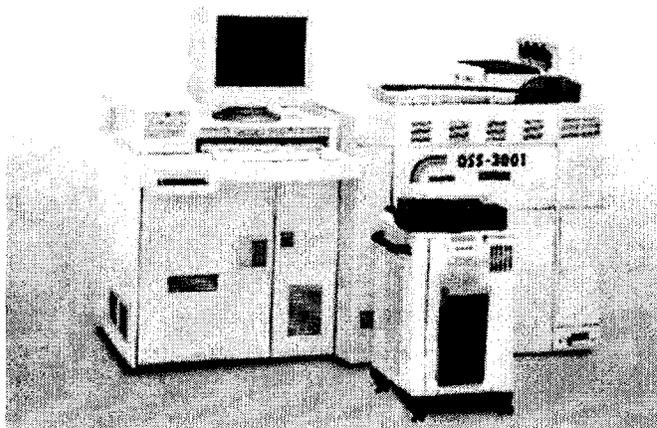


Annexe 2

Achat du minilab



L'Atelier de l'Image a réalisé en 2003 un CA de 725 000 euros réparti entre :

- travaux photo (argentique + numérique)	230000 €
- professionnel (événements famille + publicité + portraits)	250000 €
- vente de matériels et accessoires :	245000 €

Mr Bordes prévoit qu'en 2004 son CA travaux photo va au moins augmenter de 15% et comprendra 12 600 tirages argentiques et 9 700 tirages numériques pour l'ensemble de ses 3 magasins.

Caractéristiques techniques

	Noritsu QSS-3001	Noritsu QSS-3101
Productivité	1000 épreuves 10 x 15/h	Environ 2000 épreuves 10 x 15/h
Formats de films	135 et APS (110, 120 et diapo exploitables avec passe-vues optionnels)	
Entrées numériques	Lecteurs disquette, Zip, MO, DVD, SmartMedia, CompactFlash, PC Card. Lecteur/graveur CD. Interface réseau	
Format d'agrandissement maxi	203 x 356 mm	305 x 457 mm
Nombre de magasins papier en ligne	1 (2 en option)	2
Technologie d'exposition	Laser	
Résolution d'impression	320 ppp	
Définition d'image	Variable en fonction du format d'agrandissement. 2058 x 3104 à 2982 x 4497 pixels en 24 x 36, 1394 x 2093 à 2046 x 3596 pixels en APS, 4666 x 5617 en 6 x 7, 1397 x 2939 pixels pour les diapos sous cache	
Module de numérisation	Barreau Tri-CCD 5000 pixels	
Chimie	Kodak SM en standard	
Options	2° K7 papier en ligne	Accessoires pour chargement et ensachage automatique des films
Dimensions	Simple magasin : (P) 760 x (L) 1740 x (H) 1295 mm Double magasin : (P) 760 x (L) 2112 x (H) 1295 mm	(P) 1050 x (L) 1840 x (H) 1610 mm
Surface au sol	1,32 m ² (simple K7) à 1,6 m ² (double K7)	1,68 m ²
Originalités technologiques	Scanner film séparé, Système ICE (anti-poussières et rayures)	Système ICE (anti-poussières et rayures)
Prix	130000 €	N.C.

Prix de vente :

Tirage numérique (25 photos 10x15 en moyenne par CD Rom)

0.45 € TTC par photo + 3 € TTC pour la prise en charge du CD

Tirage argentique (24 poses 10x15 en moyenne par pellicule)

0.40 € TTC par photo + 4.50 € TTC pour la prise en charge du film

Charges fixes :

On considère que ce matériel, d'une valeur de 130 000 euros,

- sera amorti sur 5 ans en linéaire,
- sera totalement autofinancé par l'Atelier de l'Image.

Mr Bordes devra embaucher un technicien : 23 000 euros/an.

Il budgétise les autres frais fixes relatifs à cette activité à hauteur de 12 000 euros pour l'année.

Charges variables : produits minilab, papier

Celles-ci sont estimées à 0.08 € HT par photo tirée, que ce soit en argentique ou en numérique.

Répartition du CA annuel :

Le CA est très saisonnier et se répartit comme suit :

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
13,61%	3,61%	4,17%	4,72%	11,94%	9,17%	8,1%	13%	15,6%	5%	4,4%	6,68%

BTS PHOTOGRAPHIE		Session 2004
Organisation et gestion commerciale		PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures	Page : 12/18

Annexe 3

Conditions générales de vente en ligne

- Prix de vente TTC : 0,45 euro la photo 10 x 15
- Frais de port : 1 euro
- Délai de livraison : sous 48 heures
- Formats de fichiers acceptés : Jpeg, Tif, BMP
- Autres formats : 20 x 30, 40 x 60, 50 x 70, identité
- Papier : Fujicolor Crystal archive brillant
- Autres supports : T shirts, tasses, cartes de vœux, calendriers, tapis de souris....
- Transfert : HTML ou Applet
- Classement par albums thématiques, stockage

Marketing Un pro de la photo au service des amateurs

Accessible depuis le 15 octobre au grand public, Pixmania.com est une vraie caverne d'Ali Baba pour photographes amateurs.

Ce site est le premier mégastore photo on-line, riche, dès son lancement, de plus de 4 500 références de produits – des appareils classiques et numériques aux pellicules, en passant par les piles, les cartes à mémoire, et même les périphériques d'ordinateur tels que scanners et imprimantes. Le tout à des prix équivalant à ceux pratiqués par la grande distribution, et agrémenté des mêmes méthodes marketing (avant-premières, promotions...).

Des produits, mais surtout des services : numérisation de photos, développement sélectif ou retouche de clichés, classement par albums thématiques, stockage. Sont également proposés une multitude d'informations sur le secteur (tests comparatifs, dossiers mensuels) ainsi que des cours de formation ou l'accès à des photothèques comme celle de Gamma, jusqu'alors réservé aux professionnels. Il y a même des jeux.

Un savoir-faire familial

« L'attente des jeunes diffère fondamentalement de celle de leurs aînés. Habités à la gratuité, ils n'aiment pas payer, consomment peu

de photos papier. Ils trouvent en revanche de multiples applications pour les rares clichés qu'ils ont sélectionnés », constate Steve Rosenblum, l'homme qui pilote aujourd'hui le basculement du groupe familial Les Laboratoires de Paris (LLP) sur le Net.

Son ambition affichée est désormais de faire de Pixmania.com le numéro 1 européen de la photo on-line. Pari fou ? Pas forcément. Le jeune patron de LLP compte en effet de solides atouts dans son jeu. A commencer par le savoir-faire du groupe, créé en 1946 par son grand-père Joseph Rosenblum et qui, cinquante ans plus tard, emploie 940 salariés (dont 230 photographes), génère 500 millions de francs de chiffre d'affaires et près de 30 millions de francs de bénéfices, après s'être imposé comme le numéro 1 français de la photo scolaire et de la photo de bébés en maternité. Mais Steve Rosenblum dispose surtout d'une formidable force de frappe sur le terrain : 25 000 points de collecte de pellicules à développer en Europe, dont 15 000 en France grâce à l'accord signé en 1981 avec les NMPP. Le groupe a ainsi bénéficié



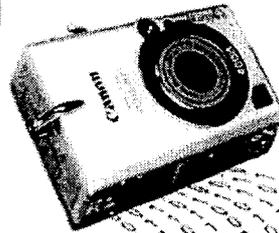
Steve Rosenblum. Le patron de LLP veut faire de Pixmania.com le numéro 1 en Europe.

ficié dans l'Hexagone du réseau des points de vente de la presse, ce qui a favorisé son essor sur le marché du développement hard discount. Une formule que le petit-fils du fondateur tente désormais d'acclimater sur le Net au moyen de Pixmania.com. S.H.-L.

BTS PHOTOGRAPHIE	Session 2004
Organisation et gestion commerciale	PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures
	Page : 13/18

Laboratoires de tirage photo sur Internet

Développements en ligne



Pour faire tirer vos photos numériques sur du vrai papier photo, passez par Internet. C'est beaucoup plus pratique que de se rendre dans une boutique, et pas forcément plus cher. Démonstration.

Le moins que l'on puisse dire, c'est que la photo numérique a le vent en poupe. En 2002, en France, les appareils numériques ont représenté 44 % des ventes en volume et 70 % du chiffre d'affaires du secteur. C'est le must de cette année 2003, le cadeau que tout le monde veut offrir... ou recevoir.

Il faut dire que le numérique a de nombreux atouts pour séduire les débutants, les amateurs et même les professionnels. On peut visualiser ses clichés immédiatement, les effacer s'ils sont ratés, et donc mitrailler sans complexe. Les photos peuvent être stockées par centaines – ou par milliers – sur un disque dur, et conservées sur quelques CD-Rom pendant des décennies, voire des siècles : même si le support se dégrade, il suffit de recopier les fichiers sur un support neuf. Enfin, la photo numérique permet toutes les manipulations imaginables, grâce à l'ordinateur et aux logiciels de retouche d'images.

Et puis, il y a le tirage. Il y a encore deux ou trois ans, le seul moyen pour un particulier de disposer de ses photos numériques sur papier était de les imprimer soi-même. Si le rapport qualité-

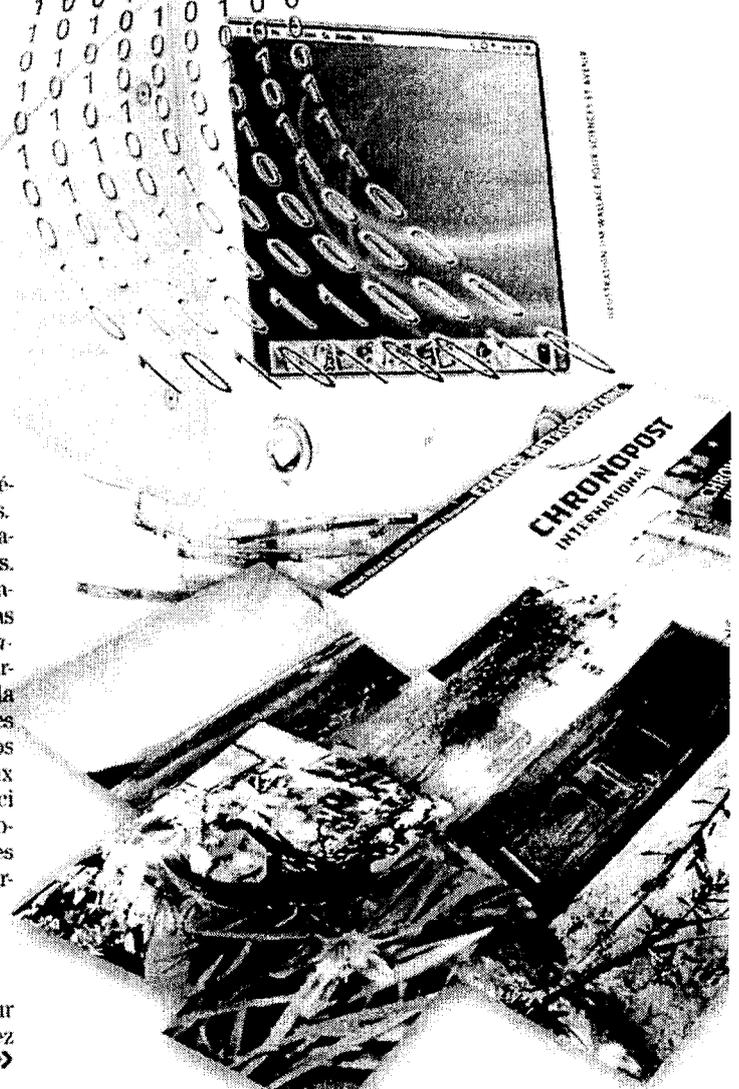
prix des imprimantes s'est nettement amélioré, des obstacles subsistent : le coût de l'encre et du papier, la fidélité des couleurs, la lenteur de l'impression, la complexité de certaines manipulations, la durée de vie des sorties imprimées...

C'est pourquoi la plupart des boutiques de photo proposent désormais des travaux numériques.

Quant aux sites Internet spécialisés, ils se comptent par dizaines. Nous avons testé les neuf plus importants, en en écartant certains pour diverses raisons (*lire l'encadré p. 72*). Les résultats sont parlants, tant du point de vue de la qualité et des prix que des services offerts. De la sélection des photos à leur réception dans la boîte aux lettres, nous vous présentons ici les diverses étapes du tirage photographique en ligne et les critères qui nous ont guidés, et vous permettront de faire votre choix.

Le choix et la préparation des photos

Une fois les clichés transférés sur l'ordinateur, vous sélectionnez ceux que vous voulez tirer et >>



BTS PHOTOGRAPHIE		Session 2004	
Organisation et gestion commerciale		PHOGCD	
Coefficient : 3	Durée : 4 heures	Page : 14/18	

» leur appliquez les corrections indispensables, à l'aide du programme livré avec votre appareil ou d'un autre logiciel de retouche. Il faut par exemple redresser les photos prises en mode portrait (avec l'appareil incliné à 90 °) ; vous pouvez aussi en recadrer certaines, ou en ajuster le contraste ou les couleurs.

L'inscription

L'étape suivante est l'inscription sur le site. Pour cela, vous devez lui communiquer votre nom et votre adresse, c'est la moindre des choses puisque les photos vous seront envoyées par la poste. Pendant cette étape, n'allez pas trop vite : prenez connaissance des conditions générales d'inscription ; lors de la saisie de vos données personnelles, ne vous sentez pas obligé de renseigner toutes les zones : certaines ne sont pas obligatoires (comme, en général, le numéro de téléphone) ; enfin, avant de cocher une case, lisez bien la phrase qui suit, du type « j'autorise le site à communiquer mes coordonnées à des partenaires » ou « je désire recevoir les offres promotionnelles ».

Le transfert des images

Vous pouvez alors expédier les images sélectionnées. Le temps de transfert est un élément important. Pour un fichier de 500 kilooctets, il faut compter environ une minute et demie avec une liaison Internet classique par modem RTC 56 K, et environ 10 à 15 secondes avec une liaison haut débit par câble ou ADSL. La durée du transfert dépend également de facteurs comme le jour et l'heure auxquels vous l'effectuez, le réseau étant plus ou moins encombré, et la qualité de la ligne téléphonique, qui influe sur le débit lorsque vous utilisez un modem classique. Dans ce dernier cas, n'oubliez pas de prendre en compte le coût des communications dans le calcul de la facture globale.

Pour que ce téléchargement ne serve pas qu'une seule fois, vous pouvez stocker les photos pour des utilisations ultérieures. Tous les sites vous proposent pour cela des « albums » virtuels, des pages Web sur lesquelles vous retrouverez vos photos pour commander d'autres tirages. Vous pourrez aussi communiquer les adresses Web de ces pages à vos proches, pour qu'ils puissent admirer vos œuvres. Un ou plusieurs albums sont

offerts gratuitement, sauf chez Fujifilmnet, mais tous les sites ne proposent pas la même capacité ni la même durée de stockage ; renseignez-vous sur les sites mêmes pour plus de précisions.

La commande

Une fois le transfert terminé, vous retrouvez vos photos affichées sous forme de vignettes ; vous pouvez alors les sélectionner et procéder à la commande, soit globalement, en choisissant un même format pour toutes, soit en spécifiant un format pour chaque image. Le choix est plus ou moins large selon les sites. Si tous proposent les trois formats de base (10 x 15, 13 x 19, 20 x 30 cm), et éventuellement un ou deux formats intermédiaires, seuls trois d'entre eux voient plus grand : PhotoReflex propose ainsi le 30 x 45, Colormailer et Photoways y ajoutent les formats « poster » 40 x 60 et 50 x 70, réservés bien sûr aux images très haute définition. On trouve aussi un format « identité » chez PhotoReflex et Photoways, et chez Colormailer un format « panorama » (25 x 75) pour les paysages en très grand angle assemblés à partir de plusieurs photos.

Ce n'est pas tout : plusieurs sites proposent d'imprimer les photos sur divers objets. Aux tee-shirts et tapis de souris de Colormailer, Fujifilmnet et Photoways ajoutent des calendriers, cartes de vœux, tasses, casquettes, blousons, »

» ours en peluche, bavoires ou encore puzzles ! Une idée originale de cadeaux personnalisés.

Les tarifs et la livraison

Pour notre test, nous avons commandé sur chacun des neuf sites trois tirages en 11 x 15 et un en 20 x 27, à partir de quatre clichés. Nous indiquons dans le tableau le coût total de la commande, ainsi que le tarif habituel (hors promotions) de ces deux formats et celui des frais de port, en choisissant la formule la moins chère. Les prix pour un tirage 11 x 15 varient de 25 (MyPixmania) à 40 centimes (Fujifilmnet) ; c'est un peu plus cher que les tirages argentiques les plus économiques, mais à moins de 0,30 € le 11 x 15, cela représente un bien meilleur rapport qualité/prix que le tirage à domicile avec une imprimante. Et cela

demande beaucoup moins de travail. Les délais de livraison, quant à eux, varient de deux à cinq jours, les plus longs étant ceux de Colormailer qui expédie les tirages depuis l'Allemagne.

La qualité des tirages

Pour juger la qualité des photos reçues, un jury composé de cinq membres de la rédaction de *Sciences et Avenir* a attribué une note sur dix à chacun des quatre tirages des neuf commandes, de manière impartiale (sans en connaître la provenance). Il s'agit d'un jugement subjectif, mais effectué par des personnes qui ont l'habitude d'analyser des images. Tous les aspects ont été pris en compte, de la présence de bandes blanches à la qualité du papier, de la netteté au rendu des couleurs. La note moyenne a été calculée en affectant une pondération double au tirage grand format (20 x 30).

Bellapix, dont les tirages allient réalisme des couleurs et contraste, est le grand vainqueur désigné par le jury, avec un point de plus que le second, Digibao. Photoways et Photoweb se classent respectivement troisième et quatrième. Derniers du classement, Colormailer et Photoreflex déçoivent par des tirages ternes et sans relief (à noter que Colormailer propose un service Pro, plus cher mais de bien meilleure qualité). Quant au labo Fujifilmnet, qui se classe sixième, il semble que depuis qu'il s'est associé avec la Fnac et Microsoft, il ait diminué ses délais de livraison, mais beaucoup perdu en qualité. Mais comme quoi le fait d'être un grand nom de la photo n'est pas une garantie.

Christophe Blanc

BTS PHOTOGRAPHIE	Session 2004
Organisation et gestion commerciale	PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures
	Page : 15/18