

l'information semblerait souligner que le partage des images avec des proches – par courrier électronique ou sur des sites personnels – constitue un facteur incitatif de son adoption: 41 % des utilisateurs de numériques considèrent la capacité à partager les images comme une fonction essentielle de la photographie.

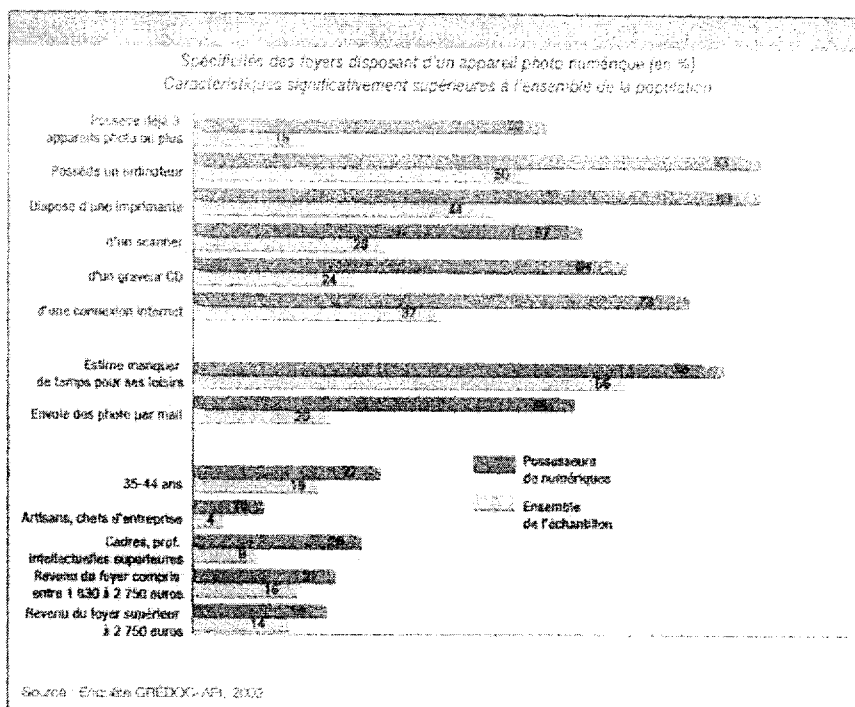
Enfin, l'enquête montre que les utilisateurs d'appareils numériques associent souvent l'usage de leur appareil sans pellicule à un sentiment de gratuité, puisqu'un cliché non satisfaisant sera purement écrasé de la mémoire de l'appareil. La capacité à shooter tous azimuts apparaîtrait alors comme un moyen de compenser le prix encore élevé de la majorité des appareils.

Des freins importants subsistent

Deux facteurs contribuent à modérer l'expansion des appareils numériques. Tout d'abord, l'arrivée du numérique s'inscrit dans un contexte de marché fortement encombré: 78 % des foyers sont déjà équipés d'au moins un appareil photo et un tiers des ménages dispose d'au moins deux types d'appareils, un reflex et un compact dans le cas le plus fréquent. De plus, l'adoption du numérique apparaît largement contrainte par l'équipement préalable des ménages en matériel informatique sophistiqué (scanner, imprimante couleurs...) car les consommateurs associent étroitement l'usage du numérique avec la possibilité de traiter les images sur ordinateur. Or, peu de foyers sont encore équipés de ces matériels.

Une diffusion limitée à des pionniers technophiles

La maîtrise des nouvelles technologies constitue actuellement un facteur essentiel de la diffusion du numérique: plus de huit utilisateurs d'appareils numériques sur dix disposent d'une imprimante et plus de sept sur dix d'une connexion Internet. Dans ce contexte, le profil des possesseurs actuels d'appareils numériques correspond logiquement à celui de jeunes ménages urbains familiers de l'univers informatique par leur activité professionnelle.



La pratique photographique reste centrée sur la famille et les voyages

Actuellement, les ressorts traditionnels de la pratique photographique ne semblent pas devoir être fondamentalement bouleversés par l'adoption du numérique. Pour la majorité des individus, les occasions de pratique photographique demeurent largement traditionnelles, tournées vers la famille et les voyages (respectivement 43 % et 44 %). Les motivations de pratique des adeptes du numérique apparaissent assez proches de celles exprimées par les utilisateurs d'appareils compacts (40 % et 58 %).

Des possibilités largement sous-exploitées

De plus, l'utilisation des photos se limite dans la majorité des cas (65 %) à un transfert de photos sur ordinateur et à un visionnage à l'écran. Les potentialités du numérique apparaissent largement sous-exploitées. Le recadrage, la retouche d'images, la conception de documents personnalisés demandent en effet une maîtrise des logiciels informatiques et constituent une activité fortement « chronophage » pour des utilisateurs qui, par ailleurs, déclarent à 80 % manquer de temps pour pratiquer leurs activités de loisirs.

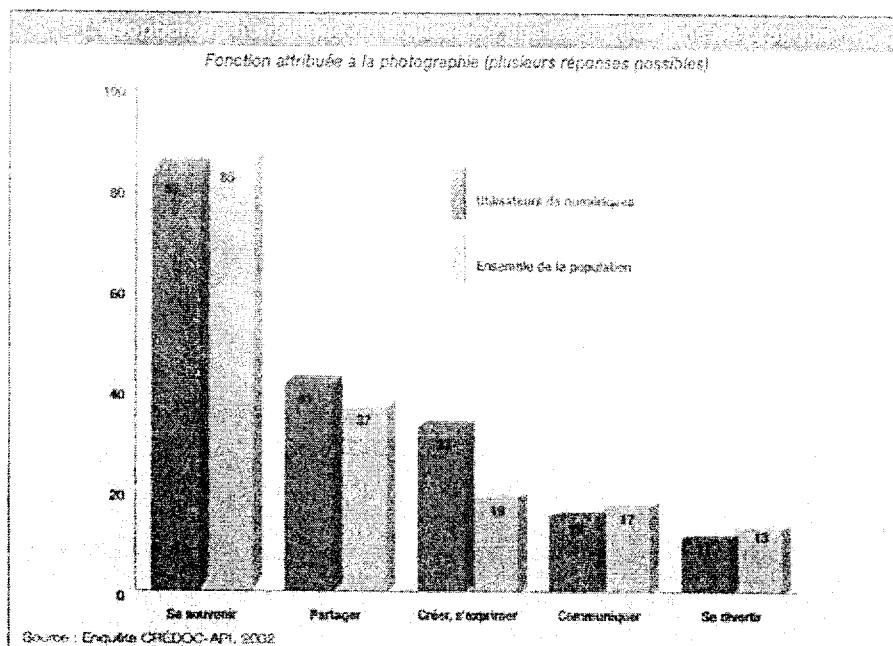
L'engouement des consommateurs français pour le jetable

En matière de consommation photographique, les Français se distinguent par une consommation d'appareils jetables, de « prêts à photographier » pour les initiés, largement supérieure à celle de leurs voisins européens. Avec près de 20 millions d'unités vendues chaque année, la France totalise plus de 40 % de la consommation européenne d'appareils jetables.

Dans la majorité des cas, le jetable constitue un complément de l'équipement photographique traditionnel du foyer. En effet, plus de 70 % des utilisateurs de jetables possèdent déjà au moins un appareil photographique. Cette option permet de proposer un substitut à l'appareil principal, notamment pour des raisons de sécurité ou de praticité.

Dans les autres cas, le jetable permet de pallier l'absence d'équipement et de favoriser une pratique occasionnelle. Le développement des ventes de jetables a ainsi certainement contribué à augmenter la diffusion de la pratique photographique notamment chez les enfants.

BTS photographie	Session 2005
Organisation et gestion commerciale - Droit	PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures
	Page : 11/17



Les passionnés sont peu sensibles aux arguments du numérique

Les passionnés de photographie demeurent très majoritairement des utilisateurs d'appareils de type reflex (70%). Ils se caractérisent également par une utilisation plus importante de supports variés (pellicules noir et blanc, diapositives...). Enfin, ils accordent une place toute particulière à la dimension artistique et évoquent le besoin de créer et de s'exprimer à travers cette pratique culturelle. Pour ces passionnés, la pratique photographique est un loisir qui se suffit à lui-même et qui ne s'accompagne pas nécessairement d'occasions particulières. Les sujets choisis sont ainsi extrêmement diversifiés : architecture, portraits, paysages, scènes de rue... Pour le moment, le passage de l'argentique au numérique dans le domaine du reflex concerne principalement les photographes professionnels, notamment en raison du coût élevé des boîtiers. Du côté des amateurs avertis, l'image du numérique apparaît encore contrastée. En effet, s'ils sont relativement bien informés des possibilités offertes par le numérique, ils se déclarent en revanche assez sceptiques quant aux performances techniques objectives des appareils utilisant cette nouvelle technologie. Une proportion nettement supérieure à la moyenne

(26 % des passionnés contre 9 %) juge que leurs dernières photos auraient été moins réussies avec un numérique. La pratique artistique adoptée par les passionnés semble ainsi traduire l'existence d'un décalage significatif avec les usages actuels du numérique qui se rapprochent plus nettement de ceux des appareils compacts. L'enquête évalue la part de ces passionnés à un peu moins de 5 % de l'ensemble des photographes. Toutefois, l'importance de leur poids économique et le positionnement haut de gamme de leurs attentes en font une clientèle que les professionnels veilleront à ne pas délaisser.

Le numérique redistribue les cartes

Les conséquences économiques de la diffusion du numérique sur le fonctionnement de la filière photographique sont importantes. En premier lieu, les

appareils numériques font appel à des cartes mémoire, ce qui supprime le recours aux films argentiques traditionnels.

De plus, la capacité de l'appareil numérique à afficher immédiatement le résultat de la prise de vue comporte un revers. L'image, par nature plus éphémère, est susceptible de perdre de son intérêt après un laps de temps suffisamment court pour inciter le photographe à l'écraser pour un nouvel usage. Et quand bien même les images survivent à ce premier filtre, leur conservation est ensuite majoritairement réalisée sur des supports informatiques (cédéroms, disques durs...). Enfin, la transformation des prises de vue en images tirées sur papier photo apparaît relativement faible : seule une minorité des utilisateurs a imprimé au moins quelques-uns des clichés conservés en mémoire. Ces impressions sont en outre généralement réalisées sur une imprimante personnelle. Les pratiques photographiques des possesseurs de numériques se traduisent donc par une sensible diminution du recours aux prestataires de services spécialisés.

Lieux d'achat : les spécialistes davantage concurrencés

L'acquisition d'un appareil numérique procède de comportements qui diffèrent assez sensiblement de ceux adoptés pour les appareils traditionnels. En premier lieu, les ventes de numériques échappent de plus en plus aux spécialistes photos qui représentent néanmoins un tiers des achats. Ainsi, plus de 40 % des numériques ont été achetés chez des généralistes de l'équipement du foyer. La forte imbrication du numérique avec l'équipement informatique et l'électronique explique pour l'essentiel ce glissement vers des distributeurs proposant une

Particularités induites de nouveaux canaux de distribution

Répartition des lieux d'achat selon le type d'appareil

	Numérique	Compact	Reflex	Jetable
Magasin spécialisé de chaîne (Phox, Camera...)	16	20	25	3
Autre magasin spécialisé photo	16	27	30	14
Hypermarché	6	16	8	34
Supermarché	3	12	10	38
Spécialiste équipement du foyer (Darty, Fnac...)	44	13	12	3
Internet	9	0	1	0

Source : Enquête CRÉDOC-API 2002

Sources d'informations consultées avant l'achat d'un appareil

	Numérique	Compact	Reflex	Jetable
Publicité	23	19	13	24
Conseils d'un proche	22	6	12	11
Info. complémentaire sur internet	16	6	1	0
Visite dans un magasin	13	27	22	29
Conseils de revues spécialisées	9	0	9	0
Conseils d'un spécialiste	6	2	2	0
Conseils du vendeur	3	15	8	2
Choix sur place	0	17	14	21
Catalogue de distributeur	0	5	4	0
Documentation du fabricant	0	1	5	0
Tests, bancs d'essai	0	1	1	0

Source : Enquête CREDOC AP1, 2002

offre d'équipements de loisirs plus diversifiée. Le commerce électronique concurrence également les circuits de distribution traditionnels et rassemble près de 10 % des ventes de numérique. Ce relatif succès du commerce en ligne dans ce domaine s'explique largement par le penchant technophile des pionniers de l'acquisition de ces appareils. L'arrivée du numérique contribue donc à un élargissement significatif du champ concurrentiel des lieux d'achat.

Une recherche intense d'informations et de conseils

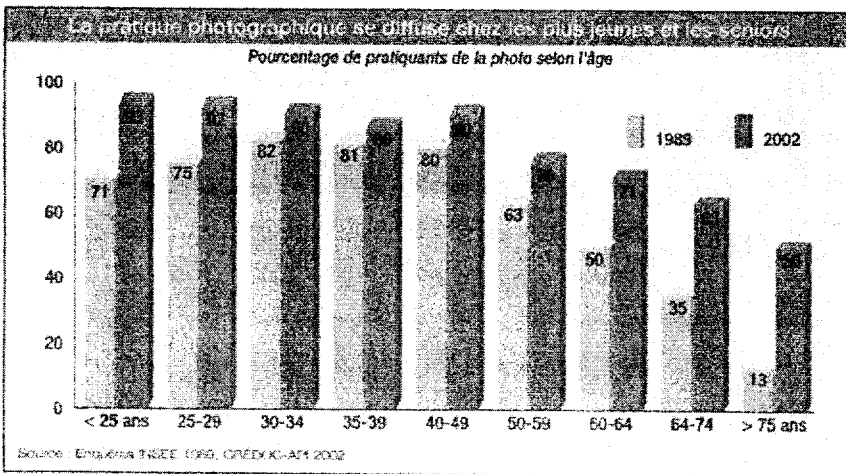
En dépit d'un certain niveau d'expertise technique, les primo acquéreurs d'appareils numériques manifestent un fort besoin d'être guidés, comme en témoigne le succès des revues, parfois extérieures au monde de la photo, ou des forums internet qui se consacrent à ce sujet. Cette importante soif d'informations s'explique largement par la variété et la complexité de l'offre, mais

aussi par le flux rapide de nouveautés toujours plus performantes. Les critères de choix des produits adoptés par les acquéreurs d'appareils numériques présentent donc des caractéristiques bien particulières. La recherche de conseils extérieurs apparaît plus intense, tant à destination des spécialistes que de façon plus informelle auprès de proches (22 % contre 10 % pour l'ensemble des acheteurs d'appareils photo). La publicité, de nature plutôt informative, et l'internet semblent également constituer des vecteurs efficaces de communication à destination des clients potentiels.

La diffusion du numérique va estomper progressivement ces spécificités

L'ère du numérique ne fait que commencer. Pour l'instant, les potentialités de cette technologie sont sous-exploitées tant dans les usages que dans la consommation. Pourtant, la pratique de la photogra-

phie numérique semble indiquer que sa diffusion devrait plutôt s'opérer à destination d'une clientèle recherchant la simplicité et la souplesse d'utilisation sans être pour autant rétive à la manipulation d'un équipement à forte connotation technologique. L'évolution actuelle de l'offre vers des produits qui assurent une grande convivialité dans l'interface entre le matériel et l'utilisateur devrait favoriser cette diffusion. Dans cette hypothèse, les critères de choix des appareils et les modalités de leur acquisition se rapprocheraient sensiblement des comportements affichés par les utilisateurs actuels d'appareils compacts. L'objet technologique se banaliserait progressivement et les consommateurs seraient davantage rassurés sur la compatibilité entre les possibilités offertes par l'appareil numérique et leurs pratiques photographiques habituelles. ☐



CREDOC
Consommation et Modes de Vie
®
Publication du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie
®
Directeur de la publication : Robert Rochefort
®
Rédacteur en chef : Yvon Rendu
®
Relations publiques : Brigitte Ezvan
Tél : 01 40 77 85 01
relat.presse@credoc.asso.fr
®
Diffusion par abonnement uniquement
30,49 euros par an
Environ 10 numéros
®
142, rue du Chevaleret, 75013 Paris
®
Commission paritaire n° 21503
ADNPO/FC
®
www.credoc.fr/cre

Évaluation de l'impact C 15 21 02 21

BTS photographie	Session 2005
Organisation et gestion commerciale - Droit	PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures
	Page : 13/17