Zeitschrift: Fotointern : digital imaging. Édition romande
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 13 (2006)
Heft: 7

Artikel: L' 100 sonne l'avènement d'une nouvelle ère pour Sony
Autor: Emmerich, Olaf
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-980244

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: 13.07.2025

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

Edition romande

10 juillet 2006 7

fotointern digital imaging

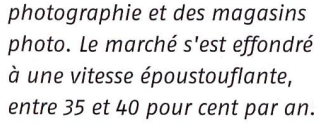
Mensuel d'information pour les pros du numérique. Abonnement 12 numéros: 36 CHF

éditorial

Urs Tillmanns
Photographe, journaliste spécialisé et éditeur de Fotointern

Les laboratoires de développement suisses traversent une crise sans précédent: le transfert des activités de Migros à CeWe, les licenciements chez Pro Ciné, la fermeture du laboratoire Kodak, la reprise de Photolaboclub par Photocolor Kreuzlingen avec la fermeture du laboratoire de Montpreveyres et la fermeture récente de Fujilabor à Dielsdorf! Les détails étaient publiés le jour même sur www.fotointern.ch et vous sont aussi proposés à la page 14 de cette édition. Toute cette évolution a entraîné plusieurs centaines de licenciements, sans parler du fait qu'à une certaine époque, le marché des images était le pilier de l'industrie de la photographie et des magasins photo. Le marché s'est effondré à une vitesse époustouflante, entre 35 et 40 pour cent par an. Et la fin de cette hécatombe n'est pas en vue...

Pauvre photographie – elle perd de plus en plus de sa substance. Car chaque photo non imprimée sera tôt ou tard effacée ou illisible. Le 21e siècle qui vient de commencer risque d'être chichement documenté malgré le boom du numérique. «Qu'avez-vous fait de toutes les photos?» nous demanderont nos enfants un jour. Il ne nous reste plus qu'à chercher la réponse dès aujourd'hui...



sony «L'α 100 sonne l'avènement d'une nouvelle ère pour Sony»

«Lorsque Sony développe un produit, il ne fait pas les choses à moitié», estime Olaf Emmerich, Product Manager Digital Still Cameras chez Sony Suisse. Il nous explique notamment le professionnalisme avec lequel le nouveau reflex numérique α 100 a été mis au point.

Lorsqu'un nouveau produit est lancé, il semble absurde de parler déjà des modèles suivants. Cependant, une question nous brûle les lèvres: Sony a-t-il l'intention de développer encore davantage la gamme reflex?

Olaf Emmerich: pour l'instant, nous ne savons rien de précis sur un élargissement futur de la série. Mais si l'on considère la gamme des objectifs que Sony commercialisera d'ici fin 2006 (pas moins de 19 objectifs et deux convertisseurs), on peut sans aucun doute en conclure que d'autres modèles sont en préparation.

A quel groupe cible s'adresse le modèle Alpha?

Son capteur de 10 millions de pixels, son Super SteadyShot intégré et la fonction anti poussière le prédisposent aussi bien pour les non initiés que pour les photographes amateurs ambitieux. Sony vise aussi tous les photographes qui utilisent du matériel Konica Minolta car leurs objectifs sont compatibles avec le α100. De même que les clients possédant un Cyber-shot qui veulent se lancer dans la photographie avec un reflex et qui souhaitent développer leurs compétences photographiques tout en restant fidèles à Sony.

Que retrouve-t-on de «Konica Minolta» dans l'Alpha?

L'α100 associe les technologies héritées de Konica Minolta comme par exemple la mécanique de l'obturateur et du miroir aux

Suite à la page 3

sommaire

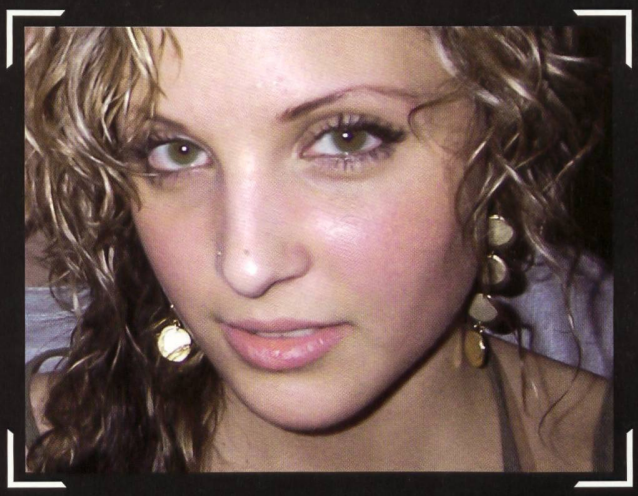
Guide d'achat des appareils photo Page 6

modul r leica
Le dos numérique Leica est enfin en vente sur le marché. Nous l'avons testé pour vous.
Page 10

fin de fujilabor
Nous avons interrogé Jürg Barth, CEO, sur les raisons de la fermeture de Fujicolor Labor.
Page 14

nikon d2xs
Encore plus rapide, le successeur du D2x est également équipé d'un meilleur viseur.
Page 15

www.trio.ch



BRAVO MISS SUISSE ROMANDE 2006!

Backstage by KODAK félicite **Chloé Devinaz** élue Miss Suisse romande 2006 ainsi que **Laura Carando** élue Miss Photogénie.

Grâce au nouveau **KODAK EasyShare V570**, le seul appareil photo numérique grand angle à double objectif, les douze candidates ont partagé avec le public les photos de leur préparation à cette élection. Des photos exclusives que vous pouvez découvrir sur **www.backstage06.ch**

Découvrez toute la gamme des produits photo numériques KODAK EasyShare sur **www.kodak.ch**

BACK STAGE by Kodak

Kodak EasyShare

Suite de la page 1

atouts de Sony dans le domaine de la photographie numérique. Avec près de 60 pour cent de part de marché, Sony est le principal producteur de capteurs au monde. Il a développé un nouveau capteur CCD APS-C de 10 millions de pixels et un processeur ultra performant baptisé Bionz pour l'α100.

Sony a même été jusqu'à améliorer le stabilisateur d'image Antishake de Konica Minolta. Outre le fait que le stabilisateur est intégré directement au capteur dans le boîtier et assure ainsi la stabilisation des images pour tous les objectifs, Sony l'utilise aussi pour la nouvelle fonction antipoussière. Lors de l'extinction du boîtier, la poussière est éliminée par la mise en vibration haute fréquence du capteur.

Quelles sont les principales innovations sur les objectifs, quels produits de Minolta ont été conservés?

Chez Sony, les objectifs se répartissent en trois groupes. Le haut de gamme comprend trois nouveaux objectifs Carl Zeiss, qui seront en vente cet automne. Le segment moyen englobe les objectifs APO de Konica Minolta et a été rebaptisé série G par Sony. Pour l'entrée de gamme, Sony a choisi et remanié les principaux modèles de la vaste gamme des objectifs Konica Minolta, notamment les objectifs prisés 135 mm Softfokus et le 500 mm Reflex.

Qu'en est-il des accessoires?

Il faut souligner un point très important: en effet, l'α100 dispose non seulement de la monture à baïonnette pour les objectifs Konica Minolta, mais aussi du sabot si bien que les clients pourront continuer à utiliser leurs flashes. Sony proposera dès la commercialisation de l'appareil un vaste assortiment d'accessoires et le développera en continu.

Visez-vous également les professionnels avec l'Alpha?

L'α100 est un appareil haut de gamme pour les photographes qui se lancent dans la photographie au reflex et marque aussi l'entrée de Sony dans le segment des reflex. Sony poursuivra le développement de la gamme de produits. Si Sony devait lancer des appareils professionnels, nous proposerons aussi un programme correspondant.

Sony a pour objectif de proposer à chaque client la solution la plus adaptée pour réaliser des photos numériques. Comme le montre le lancement du premier portable Cyber-shot K800i de SonyEricsson, les téléphones portables s'approprient de plus en plus le marché des images instantanées «prises sur le vif». Pour les exigences plus élevées, Sony mise sur les compacts Cyber-shot qui disposent de plus grands convertisseurs d'images, de zooms plus importants, de stabilisateurs d'images et d'écrans plus généreux. La série «a» doit satisfaire les exigences les plus élevées et offrir de nouvelles possibilités créatives aux clients.

«Les magasins photo spécialisés sont notre principal partenaire, nous avons beaucoup à apprendre de ces spécialistes chevronnés.»

Olaf Emmerich, Product Manager, Sony Suisse

La demande est-elle toujours importante en Suisse?

Plus de la moitié des Suisses possède déjà un compact numérique, mais seuls 3,5% des ménages ont un reflex numérique. Le potentiel est donc énorme et le taux de croissance des DSLR est estimé à 40 pour cent en 2006. Avec 20 pour cent de part de marché en Suisse dans le domaine des DSLR, Konica Minolta était le numéro 1 en comparaison européenne si bien que les conditions pour se lancer sur le marché, grâce à la compatibilité notamment, sont excellentes.

Un capteur plein format est-il prévu?

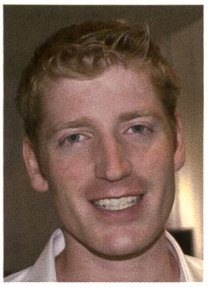
Nous ne disposons pas actuellement d'informations sur un capteur de ce type. Mais compte tenu des objectifs existants, un tel capteur serait sans doute souhaitable dans un modèle haut de gamme car certains appareils conviennent tout à fait pour un capteur plein format.

Où les objectifs pour le modèle Alpha sont-ils fabriqués?

Nous avons plusieurs sites de production – certains objectifs d'entrée de gamme sont produits en Chine, mais la plupart sont fabriqués au japon.

Ce qui frappe aussi chez l'Alpha, c'est la fente pour carte mémoire Compact Flash – vous détournez-vous du Memory Stick?

Non, le Memory Stick occupe une place très importante chez Sony. Nous remettons un adaptateur pour l'α100 aux clients disposant de Memory Sticks, qui permet l'utilisation du Memory Stick Duo. Mais le groupe cible des photographes utilisant un DSLR s'est déjà habitué en grande majorité au Compact Flash, d'où l'utilité de ce slot.



«L'α 100 sera disponible en Suisse à partir de la mi-juillet et nous livrerons en priorité les commerçants photo.»

Olaf Emmerich, Product Manager, Sony Suisse

Par quels canaux l'α 100 sera-t-il commercialisé?

Notre principal partenaire pour le lancement de la série α est le commerce photo spécialisé. 75 % du chiffre d'affaires des DSLR sont réalisés en Suisse par l'intermédiaire de ce canal. Nous avons beaucoup à apprendre des commerçants spécialisés et la compétence en matière de conseil est indispensable pour le lancement de la série α. Konica Minolta avait des contacts très étroits avec les magasins photo et nous avons discuté avec les anciens collaborateurs de Konica Minolta en Suisse pour pouvoir proposer un suivi optimal aux clients.

... comme avec Fotospiegel?

Exactement, nous avons repris la revue «Fotospiegel» de la même manière à Konica Minolta. Avec 6200 abonnés et 2000 exemplaires pour les commerçants, photographes et journalistes, cette revue est un outil de communication idéal.

Les cours photo de Konica Minolta étaient aussi très prisés, Sony compte-il les poursuivre?

Nous soutenons l'ancien responsable de formation de Konica Minolta Markus A. Bissig, qui s'est mis à son compte et propose toujours son programme de formation. Monsieur Bissig a formé plus de 20'000 personnes ces dernières années et continuera de proposer ses cours dans Fotospiegel. Il est possible que ces cours se déroulent aussi directement chez Sony à Schlieren.

Quand l'Alpha 100 sera-t-il disponible?

La demande est énorme dans le monde entier. Dès la mi-juillet, nous disposerons de premiers stocks notables en Suisse qui sont réservés en priorité aux magasins photo spécialisés. Nous nous réjouissons de l'arrivée de ce produit, la photographie est un loisir important pour de nombreuses personnes et il nous tient à cœur de soutenir les clients. Le α n'est pas sans raison la première lettre de l'alphabet grec – pour Sony aussi, cet appareil photo est synonyme d'un départ important.