

**Zeitschrift:** Fotointern : digital imaging. Édition romande  
**Band:** 14 (2007)  
**Heft:** 11

**Artikel:** Le plus grand salon photo de France a attiré plus de 48 000 visiteurs  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-980216>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 06.10.2024

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

# salon de la photo **Le plus grand salon photo de France a attiré plus de 48 000 visiteurs**

Tous les deux ans, en alternance avec la Photokina, se déroule le «Salon de la Photo» de Paris, le plus important de ce type en France. D'une durée de cinq jours, il s'adresse aussi bien aux professionnels qu'au grand public. Le Salon de la Photo est organisé à l'initiative du SIPEC (Syndicat des entreprises de l'Image, de la photo et en Communication), qui regroupe la quasi-totalité des entreprises du

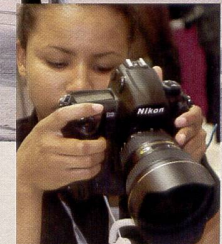
Nouvelle direction, nouveau concept – le «Salon de la Photo» de Paris n'a pas été qu'une vitrine de nouveautés pour un public enthousiaste. Les exposants – et pour la première fois les vendeurs – ont aussi été très satisfaits. Le salon a révélé la convergence croissante des intérêts des professionnels et des amateurs, surtout dans le domaine des produits numériques.

ment aiguisé l'intérêt des consommateurs pour la communication par les images d'une manière générale.

Le boom va persister puisque près d'un quart des consommateurs remplacent leur appareil photo numérique après deux années d'utilisation. Le parc français d'appareils photo numériques a été évalué pour l'année 2006 à 18 millions d'unités, auxquelles s'ajoutent 450



Le nettoyage gratuit des reflex numérique était un argument supplémentaire pour aller visiter le «Salon de la Photo».



monde de la capture, du traitement et de la retouche des images ainsi que de l'impression. Une palme doit être décernée aux organisateurs tant pour l'enregistrement via Internet, les informations sur le site que la gestion des entrées car tout s'est passé comme sur des roulettes, même aux heures de forte affluence du grand public.

Plus de 100 exposants et quelque 20 revues spécialisées ont été réunis pendant ces cinq jours dans le hall 4 de «Paris Expo» à la Porte de Versailles pour présenter leurs produits et nouveautés à plus de 48 000 visi-

teurs. Toutefois, «le Salon de la Photo ne doit pas être qu'une vitrine de nouveautés», a déclaré Boudouin Prové, président du SIPEC, «mais aussi un lieu de rencontres, d'échange et de partage entre fabricants et utilisateurs, amateurs et professionnels».

## Panorama de la branche de la photographie en France

Quelques chiffres et tendances intéressants concernant le marché français de l'image et de la photographie ont été dévoilés dans le cadre du Salon de la Photo sur la base des études réa-

lisées par l'institut GfK et le SIPEC. Celles-ci révèlent que 60 pour cent des foyers possèdent un appareil photo numérique, avec une estimation de 4,8 à 5 millions d'appareils photo commercialisés sur l'année 2007, soit 10% de plus qu'en 2006.

Selon GfK Marketing Services, le marché des appareils numériques représente 6 % du chiffre d'affaires du marché de l'électronique de loisirs (environ 20 milliards d'euros), soit plus de 1,2 milliard d'euros. Ces cinq dernières années, les appareils photo numériques ont connu un véritable boom, mais ont égale-

ment démontré que ces derniers n'ont pas eu jusqu'à présent d'impact sur la vente des appareils photo numériques haut de gamme.

Les reflex numériques enregistrent sans doute la croissance (en termes de chiffre d'affaires) la plus forte de l'année 2007. Alors que 255 000 unités ont été vendues en 2006, on estime que le parc des boîtiers reflex atteindra 700 000 unités en 2007, à un prix moyen de plus de 1000 euros par équipement. Par ailleurs, de nombreux consommateurs achèteront de nouveaux objectifs

(363 000 unités en 2006), des flashes (45 200 unités en 2006) ou d'autres accessoires. Enfin, plus de dix millions de cartes mémoire devraient être vendues cette année, soit une hausse de 25 pour cent.

Mais il ne faut pas non plus sous-estimer le marché des appareils compacts: alors que 3,88 millions de pièces ont été vendues en France en 2006, on table pour 2007 sur une croissance de 8% - les compacts numériques entre 5 et 7 millions de pixels représentant 80 % des ventes.

Dans l'ensemble, le SIPEC part du principe qu'en 2007, les ventes

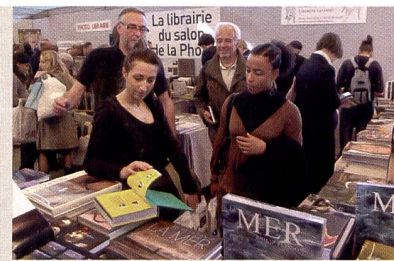
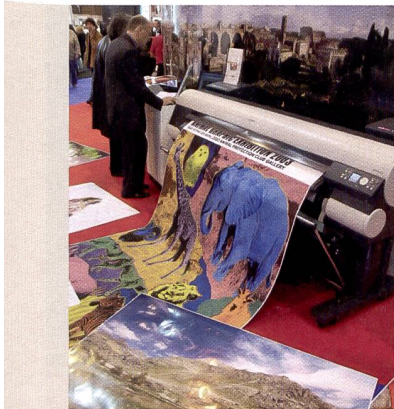
408 000 unités ont été vendues en 2006. Le marché français compte par ailleurs 3500 minilabs et 10 400 bornes d'impression en service, ces dernières enregistrant une croissance de 37 pour cent en 2007.

Les produits tendance tirent aussi leur épingle du jeu cette année, avec des ventes en hausse très nette: on estime en effet à plus de 500 000 le nombre de cadres numériques vendus en 2007 et à plus de 1 million en 2008. Idem pour les «livres photos» dont 1,5 million d'exemplaires ont été produits cette année dans les magasins de toute la France.

étant littéralement pris d'assaut par moments. Toutes les solutions d'impression - depuis l'impression à domicile en passant par l'industrie graphique jusqu'à l'impression grand format - ont attiré de nombreux visiteurs. En marge du salon, des présentations et des expositions ont été organisées par des maisons d'édition de revues et des organisations professionnelles. En France, les revues continuent d'occuper une place très importante en dépit de l'Internet. Les lecteurs s'informent non seulement sur les nouveautés, mais lisent aussi de A à Z les tests et critiques. Pas étonnant donc que

Son de la FNAC Odeon Digitale. «Il s'agit d'un concept entièrement nouveau qui est testé pour la première fois sur ce salon. Les clients sont vraiment enthousiastes et dans ces conditions, notre présence sur le salon se justifie aussi». Impossible en revanche de savoir si les prix pratiqués sur le salon étaient identiques à ceux proposés en magasin...

Par ailleurs, deux grandes librairies étaient également présentes (La Photo Librairie de Paris et Librairie Larcelet, Saint-Dizier) avec un assortiment très soigné d'ouvrages de référence et de livres illustrés.



Pour la première fois, des appareils photo, des accessoires et des livres ont été vendus directement aux consommateurs dans le «Village de vente». Ce concept totalement inédit a remporté un franc succès auprès des exposants, des commerçants et des clients.

de reflex numériques augmenteront en nombre de 51 pour cent, les objectifs complémentaires de 44 pour cent et les flashes de 19 pour cent. La demande d'appareils argentiques a reculé de 125 millions d'unités en 2001 à 25 millions d'unités et 18 millions de films en 2006.

On estime par ailleurs que cette année, en France, 2,4 milliards de tirages seront réalisés, dont 30 pour cent à domicile, 48 pour cent en magasin, 15 pour cent via Internet et seulement 7 pour cent à l'aide des bornes libre service. La vogue des imprimantes compactes se ressent très nettement,

#### Présentation «en direct» des nouveaux produits

Il est évident que les nouveautés, notamment dans le domaine des appareils photo, ne sont guère différentes de celles que nous connaissons déjà. Parmi les produits vedette, citons les nouveaux modèles de Canon, Nikon, Olympus, Panasonic, Pentax, Samsung et Sony, tandis que dans le segment professionnel, les nouveautés concernent surtout les accessoires et les consommables. Les démonstrations de nouveaux logiciels ont également été plus nombreuses, les stands d'Apple et d'Adobe

20 (!) maisons d'édition aient été présentes au Salon de la Photo.

#### Le Village de vente

Pour la première fois, chose à peine imaginable chez nous, cinq grandes chaînes de distribution (Camera/SAPC, Cirque Photo Vidéo, FNAC Digitale, La boutique Nikon et Photo Prony Canon) étaient réunies dans le même hall et vendaient aux visiteurs du salon toutes les nouveautés qu'ils avaient pu tester sur les stands des fabricants. «Le succès dépasse de loin nos espérances», a commenté Serge Touzet, chef de service Image et

#### Conclusion

Le Salon de la Photo «nouvelle formule» a été un véritable succès et les organisateurs se demandent déjà s'il ne devrait pas se tenir chaque année, plutôt qu'en alternance avec la Photokina.

«Rien n'est encore décidé», a déclaré Jean-Pierre Bourgeois, commissaire général du salon, «mais le cycle rapide des produits et l'évolution technique effrénée pourraient justifier la tenue annuelle du salon».

Quoi qu'il en soit, le nouveau Salon de la Photo est déjà plébiscité par le grand public...