

Chacun compte à nos yeux et bénéficie de notre soutien

Autor(en): **Morgenegg, Hansruedi**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging. Édition romande**

Band (Jahr): **15 (2008)**

Heft 4

PDF erstellt am: **15.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980322>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

fotointern

Edition romande

5 avril 2008 4

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 photophones font aujourd'hui «partie du décor» de nos villes. A chaque coin de rue, des personnes prennent des photos voire même filment des vidéos au point que les photophones semblent supplanter en nombre les appareils photo.

Il faut avouer qu'ils se sont nettement améliorés. Ils proposent désormais une résolution qui peut atteindre cinq mégapixels, un objectif zoom, un flash, une correction des yeux rouges, une retouche simple des images, etc....

La CeBit a présenté un florilège de nouveaux modèles encore plus rapides, plus beaux - et plus chers. Et les fabricants d'imprimantes se sont fait un plaisir de démontrer avec quelle facilité déconcertante les images sont éditées: il suffit du Bluetooth et le tour est joué. La bonne formule consiste à concilier les deux. Le photophone - qui n'est certes plus aussi petit qu'on le souhaiterait - est idéal pour avoir toujours sur soi une sélection de photos, mais il ne remplace en aucun cas un appareil photo de qualité. Les revendeurs photo devraient peut-être saisir cette opportunité et se lancer sur ce segment de marché car de plus en plus de personnes achètent un téléphone portable sans conclure d'abonnement.

Urs Tillmanns

ams «Chacun compte à nos yeux et bénéficie de notre soutien»



Hansruedi Morgenegg a été élu président de l'Association Marchands-Photo Suisse (AMS). Quels sont ses objectifs et quel avenir prédit-il au commerce photo compte tenu de la concurrence d'Internet et des grands distributeurs?

Vous venez d'accepter votre élection en tant que président alors que vous aviez retiré votre candidature il y a trois ans. Que s'est-il passé entretemps?
Hansruedi Morgenegg: les raisons pour lesquelles j'avais re-

fusé l'élection à l'époque, à Soleure, étaient tout d'abord d'ordre privé et d'autre part les choses se sont beaucoup stabilisées professionnellement pour moi depuis. J'ai ouvert mon nouveau magasin et avec mes deux filles

Fabienne et Corinne, ma suppléance et ma relève sont également réglées en toute clarté désormais. Bref, j'ai plus de temps, ce qui me permet aujourd'hui d'accepter la charge exigeante de président de l'association.

Mais vous êtes aussi président de la section de Zurich. N'est-ce pas un peu trop et ne craignez-vous pas les conflits d'intérêts?

Je ne vois guère de conflits d'intérêts car les sections et le comité central doivent en définitive poursuivre les mêmes objectifs. Le seul problème qui pourrait se poser est effectivement celui du temps. C'est pourquoi j'ai dit clairement que je ne resterais président de la section que jusqu'à la nomination de mon successeur.

La structure actuelle avec un comité central et des sections n'est-elle pas obsolète?

Je me suis souvent demandé si des sections et un comité central étaient nécessaires. Et il est clair pour moi que les deux sont indis-

Suite à la page 3

sommaire

Nouveautés PMA Imprimantes et logiciels

Page 6

eos 450 / d60

Canon et Nikon ont présenté des DSLR d'entrée de gamme. Premières impressions.

lumix TZ5

Nous avons testé le Lumix DMC-TZ5 dans le désert du Nevada. Que vaut son objectif Leica?

olympus e-420

Le successeur de l'E-410 affiche la mise au point directement dans la fonction Liveview.

Page 8

Page 14

Page 18

FUJIFILM

The true color of nature: deep, beautiful.



Genesis of Nature Photography Digital Camera.

FINEPIX S100

 SUPER CCD VIII HR RP Processor III

- FUJIFILM's distinctive extended Dynamic Range of 400%.
- Innovative, easy-to-use Film Simulation mode and bracketing functions: Velvia, PROVIA, SOFT, and Portrait mode.
- Newly developed ultrahigh precision Fujinon lens: Wide angle 28mm - telephoto 400mm super zoom (35mm equivalent).

www.fujifilm.ch

Suite de la page 1

pensables car les tâches respectives sont très différentes. Les sections s'occupent plutôt, en toute logique, de questions régionales tandis que le comité central est l'interlocuteur privilégié pour les contacts avec les autorités et pour des thèmes nationaux. Il a aussi, à ce titre, plus de poids et de potentiel de négociation. Ce système a notamment fait ses preuves lors des négociations avec le DFJP concernant le passeport biométrique et s'impose à nouveau actuellement avec le fonds de formation professionnelle.

Nous y reviendrons sûrement.

Quels sont vos principaux objectifs?

La solidarité entre les membres est importante à mes yeux. Ensemble, nous sommes forts et nous pouvons faire beaucoup plus de choses que chacun dans son coin. Les temps sont devenus plus durs pour nous tous – grands et petits magasins. Mais se plaindre ou se résigner n'avance à rien et surtout n'amène pas d'argent dans les caisses.

Quel genre d'actions communes envisagez-vous?

Imaginez par exemple le potentiel publicitaire énorme que représentent les vitrines de tous les magasins photo en Suisse. C'est bien plus que les surfaces d'exposition des grands magasins. Ou le bénéfice que nous pourrions tous tirer d'une image commune voire même simplement d'un logo commun. Le label pour les photos d'identité a prouvé qu'un tel symbole avait un impact puissant auprès du public. Nous pourrions par exemple organiser une campagne d'affichage de Genève à Kreuzlingen – chacun de nous en profiterait. Par ailleurs, nous ne sommes pas les seuls à rencontrer des problèmes, nos fournisseurs en ont aussi. Or les problèmes des uns et des autres sont très semblables. Pourquoi n'essayons-nous pas de les résoudre ensemble pour le plus grand profit de tous? La formation de base et continue est indispensable. La technologie progresse à pas de géant et nous de-

vons veiller en tant que professionnels compétents à mettre sans cesse nos connaissances à jour.

Le profil commercial du revendeur photo a changé. Qu'est-ce qui caractérise selon vous les revendeurs capables de survivre par les temps qui courent? L'époque où le revendeur se con-



«Ensemble nous sommes forts et nous pouvons bouger beaucoup plus de choses que chacun dans son coin.»

Hansruedi Morgeneegg, président de l'AMS

tentait de remettre à ses clients les tirages réalisés au laboratoire et de vendre des appareils photo est définitivement révolue. La seule chose qui compte vraiment aujourd'hui c'est la compétence dans le domaine des images. Le revendeur doit faire des photos, pas seulement d'identité, mais aussi des reportages et des clichés industriels. Il doit savoir vendre non seulement des produits techniques, mais aussi ses propres compétences. Et il doit fournir des prestations, c'est-à-dire retoucher des images, numériser d'anciens films et clichés et produire des tirages grand format. Avec un bon mix de tout cela, on peut bien gagner sa vie et jouir d'une certaine exclusivité. J'étais moi aussi trop «branché» sur les appareils autrefois mais j'ai dû me rendre à l'évidence que l'image en tant que telle occupe une place bien plus importante.

Cela suppose bien sûr aussi une bonne relève professionnelle.

Quels sont vos objectifs en matière de formation de base et continue?

Le fonds pour la formation professionnelle imposé par la Confédération nous sera d'un grand secours en la matière. Plus vite nous proposerons une solution spécifique à notre branche plus nous pourrons décider en toute autonomie et nous acquitter efficacement de ce mandat. Ce qui est équitable dans ce système,

c'est que ceux qui s'investissent activement dans la formation touchent quelque chose en retour et que ceux qui ne forment pas de jeunes doivent verser une contribution financière. Pour nous en tant qu'association professionnelle, le fonds de formation professionnelle est une grande chance de rendre l'image de la

forte et puissante. C'est paradoxal.

Comment se portera le commerce photo dans cinq ans?

Je devrais être prophète pour le savoir. Mais je pense que le pire est passé.

Quand?

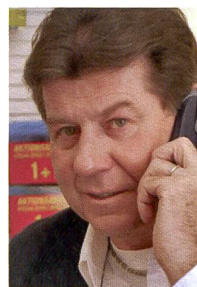
Il y a deux ans je dirais. Depuis, les choses n'ont cessé d'évoluer dans le bon sens malgré les fortes fluctuations économiques d'un mois à l'autre. Mais la tendance à la hausse se confirme de plus en plus nettement à mesure que le temps passe même si les banques perdent actuellement la «boule». **Que pensez-vous des nouvelles formes de distribution comme les ventes sur Internet par exemple?**

Les modèles commerciaux ont évolué. Nous nous étions à peine habitués aux grands magasins spécialisés comme Media Markt et Cie. que nous avons été rattrapés par le commerce en ligne qui est un nouveau défi pour les commerçants spécialisés. Certes, l'Internet est une surface de vente gigantesque, mais elle est si impersonnelle pour de nombreux consommateurs que le prix reste le seul argument. Or la vente suppose aussi un contact personnel et le plaisir de choisir. L'Internet n'a rien à offrir à cet égard. Bref,

formation et de la profession plus attrayante.

La Suisse compte 600 commerçants photo et l'AMS a environ 270 membres. N'est-ce pas un peu «maigre»?

Oui, ce n'est pas un bon chiffre. C'est pourquoi, l'acquisition de nouveaux membres sera une de mes priorités. J'ai décidé de rendre visite aux revendeurs, dans le Valais comme dans l'Engadine. Chaque revendeur compte à nos yeux et peut bénéficier de notre soutien. Mais il ne s'agit pas seulement de gagner de nou-



«Pour nous en tant qu'association professionnelle, le fonds de formation professionnelle est une grande chance.»

Hansruedi Morgeneegg, président de l'AMS

veaux membres. Nous devons aussi veiller à ce que l'association conserve tout son attrait et ait quelque chose à proposer à ses membres. Je précise à ce sujet que mon prédécesseur a attiré de nombreux nouveaux membres grâce au passeport biométrique. Ensuite, toutes les associations ont des problèmes pour assurer leur relève. Lorsque les gens se portent bien, ils ont le sentiment de pouvoir se passer d'une association et lorsqu'ils vont mal, l'association devrait subitement être

je pense que le commerce en ligne est un problème, mais que nous le maîtrisons.

Je suis convaincu que les revendeurs photo qui tiennent compte de la nouvelle donne continueront de bien se porter à l'avenir aussi. Plusieurs jeunes entrepreneurs de notre branche nous le prouvent. Ce qui est sûr, c'est que la photographie et les prestations connexes auront la priorité ces prochaines années au détriment de la vente pure et simple des appareils photo.