

Noritsu doit être davantage connu des consommateurs

Autor(en): **Fujimoto, Michio**

Objektyp: **Article**

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

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

Heft 9

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980343>

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

10 septembre 2008 9

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

Au moment où ces lignes sont écrites, l'Association Marchands-Photo Suisse attendait avec impatience un événement majeur, à savoir la fête qui a eu lieu le 7 septembre au château de Lenzburg pour son centième anniversaire. Ces cent années ont été marquées par les efforts incessants déployés par son comité directeur dynamique pour améliorer les conditions, renforcer la solidarité et lutter contre les nouveaux concurrents et les importations directes. Les problèmes auxquels le commerce photo a été confronté au cours de son histoire sont toujours restés les mêmes.

A ce propos, la Suisse romande était bien représentée au sein de l'AMS pendant la plupart de ces années et la direction a toujours tenu à ce que chaque région ait sa place au sein du comité directeur. L'AMS a d'ailleurs été présidée à l'origine par un Genevois du nom de Louis Stalder. Pour son centième anniversaire, l'AMS reçoit une nouvelle section en guise de cadeau: l'Association Romande pour le commerce de l'image qui a été fondée il y a quelques jours à Vevey. Bienvenue chers Romands! Nous nous réjouissons à l'idée d'un avenir commun couronné de succès au sein d'une association plus forte.

Urs Tillmanns

minilab: «Noritsu doit être davantage connu des consommateurs»



Quelles tendances se dessinent sur le marché des images? Fotointern a discuté en exclusivité avec Michio Fujimoto, directeur pour l'Europe chez Noritsu, et Peter Wagen, représentant général de Noritsu en Suisse.

Monsieur Fujimoto, le marché des tirages photo recule dramatiquement depuis la percée de la photographie numérique. Quelle est la situation aujourd'hui?

Michio Fujimoto: votre remarque est juste. Le recul est d'environ

20 pour cent par an et l'année en cours ne dérogera pas à cette règle. La courbe devrait s'aplatir à nouveau en 2009 et nous partons du principe qu'en 2013, le marché atteindra à nouveau le volume de 2001, mais livres photos inclus.

Ces prévisions ne sont pas très optimistes pour l'avenir proche.

Pas à première vue, mais vous ne devez pas oublier que le marché des appareils photo numériques a doublé ces deux dernières années pour atteindre 400 millions de compacts et 70 millions de reflex dans le monde. Il y a donc actuellement plus de personnes qui photographient qu'à l'époque argentique et cela génère un potentiel plus important pour le marché des images.

Quelle est la situation en Suisse Monsieur Wagen?

Peter Wagen: le marché suisse est encore relativement sain par rapport à celui de nos voisins, les marges et les prix des photos sont plus élevés p.ex. Cela explique en partie le succès de Noritsu ces deux dernières années de même que la plupart des nouvelles installations que nous avons réalisées.

Les photophones inondent également le marché. Quelle

Suite à la page 3

sommaire

panasonic

présente une moisson de compacts attrayants dont le modèle phare, le LX3 à grand capteur.

Page 8

photokina à Cologne les premières nouveautés

Page 6

photophone

Le photophone dernier cri 5 mégapixels versus un Contax vieux de cinq ans. Inéquitable?

Page 10

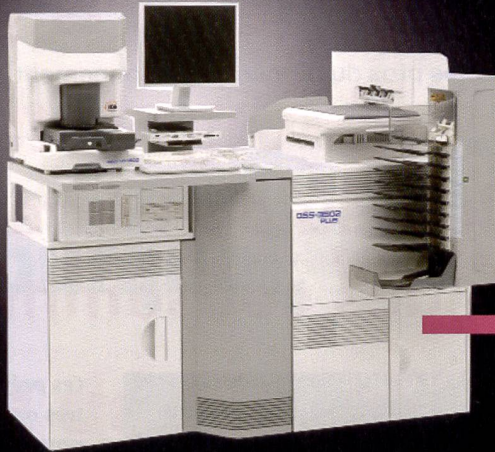
photokina

Le plus grand salon de la photographie se déroulera du 23 au 28 septembre à Cologne.

Page 14

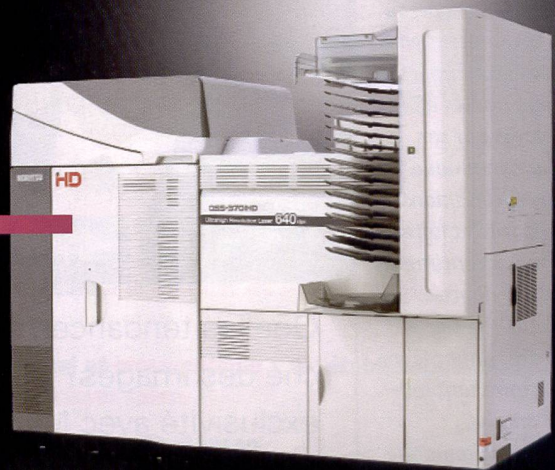
Optez pour les originaux Noritsu!

wpmc



QSS-35Plus Series
Efficacité et flexibilité

QSS-37HD Series
Qualité, rapidité
et polyvalence



NEW
HD Laser
640 dpi

D701 -
Nouveau minilab jet
d'encre haute capacité



Distributeur Noritsu pour la Suisse

wmpc sàrl
route de Pra de Plan 18 - 1618 Châtel-St-Denis
tél +41 (0) 21 948 07 50 - fax +41 (0) 21 948 07 51
info@wmpc.ch - www.wmpc.ch

Suite de la page 1

part du marché des images représentent-ils?

Fujimoto: moins de cinq pour cent. Cela tient à la résolution qui n'était pas suffisante jusqu'à présent pour des tirages de bonne qualité, mais aussi aux habitudes de consommation spécifiques des utilisateurs de téléphones portables. Ce qui les intéresse le plus c'est de prendre des clichés et de les transmettre, mais l'archivage, sans parler de l'impression des images, sont trop compliqués pour bon nombre d'entre eux. **C'est un gros manque à gagner. Que faites-vous pour y remédier?**

Nous lançons prochainement de nouveaux produits spécialement destinés aux utilisateurs de téléphones portables, p.ex. un livre photo bon marché pour les petites photos de 75 x 55 mm qui pourra être fabriqué sur tous les minilabs ou terminaux photo Noritsu.

Comment le marché décroissant des images se répartit-il?

Les tirages dans le commerce de détail d'après des supports argentiques ou numériques représentent respectivement quelque 40 pour cent du marché global. S'y ajoutent 20 pour cent de tirages réalisés sur des imprimantes domestiques. Plus de 80 pour cent des tirages numériques produits dans le monde sont commandés dans des magasins photo, avec une part respective de 85 pour cent pour les minilabs et de 15 pour cent pour les terminaux photos.

Les 20 pour cent de tirages à domicile sont-ils un problème?

Pas vraiment car les tirages – si l'on compte le temps passé, le matériel et l'encre – sont trop chers et leur qualité n'est pas comparable à celle d'un vrai papier photo. C'est une bonne solution pour les tirages individuels dont on souhaite disposer de suite, mais si vous voulez faire cent tirages de vos dernières vacances, vous vous rendrez très vite dans le prochain magasin spécialisé.

Noritsu propose des tirages photochimiques, à jet d'encre et par sublimation thermique.

Quel procédé faut-il conseiller?

Tout d'abord, le meilleur procédé est celui dont la productivité est la plus élevée. C'est le cas du procédé photochimique qui allie des matériaux aux prix avantageux à une qualité imbattable. Pour des volumes moins importants et des coûts d'investisse-



«Notre nouvelle stratégie est d'augmenter la notoriété de la marque 'Noritsu' également auprès des consommateurs finaux.»

Michio Fujimoto, Managing Director of Noritsu Europe

ments plus bas, un drylab, autrement dit le procédé à jet d'encre, entre en ligne de compte. Il a l'avantage de pouvoir se passer de produits chimiques et d'eau. Par ailleurs, l'appareil est très simple à utiliser. Mais le drylab est trop lent pour les gros volumes. Pour les tirages occasionnels en petits formats, une imprimante à sublimation thermique fait très bien l'affaire, mais la qualité sera moins bonne et le prix des matériaux relativement élevé.

Monsieur Wagen, quelles sont les tendances technologiques en Suisse?

Wagen: notre marché présente deux particularités: premièrement, nous avons beaucoup de minilabs parce que les clients suisses attachent beaucoup d'importance à la qualité des photos, le prix ne joue qu'un rôle secondaire. Deuxièmement, et c'est très typique de la Suisse, nous avons toujours eu une part très importante de mailings directs. Beaucoup de commandes continuent d'être envoyées au laboratoire industriel à l'aide de pochettes ou via Internet, une tendance qui devrait se maintenir à court terme.

Que fait Noritsu pour rendre le marché des images plus attrayant?

Fujimoto: nous allons changer notre stratégie de marque dans les prochaines années et faire en sorte que le label Noritsu jouisse d'une plus grande notoriété

auprès des consommateurs. Nous voulons lancer de nouveaux produits et faire prendre conscience aux consommateurs que tel album photo, tel calendrier et tel article fun est un produit Noritsu car il a été réalisé sur un appareil Noritsu avec notre technologie.

Un objectif très ambitieux...

Oui, mais une nécessité absolue

et une grande chance pour nos clients de tirer davantage profit de leur investissement. Cette année, p.ex., les plus-values réalisées en Europe sur les livres photos devraient s'établir à 88 pour cent, sur les calendriers à 68 pour cent et sur les produits «fun» à 30 pour cent. Noritsu doit être présent car avec nos appareils, nous offrons de bonnes chances aux commerçants de profiter de cette tendance. C'est pourquoi nous ne présenterons pas seulement ce nouveau concept de marketing lors de la Photokina, mais aussi toute une série de produits correspondants.



«En deux ans, nous avons battu le record en Suisse des nouvelles installations de minilabs.»

Peter Wagen, importateur général de Noritsu en Suisse

A-t-il déjà été testé?

Oui, au Japon. Nous avons présenté notre concept 'Refocus' lors de la 'Photo ImagingExpo' (l'ancienne 'Lab System Show' à Tokyo) avec divers produits et aides à la vente qui ciblent tout spécialement les consommateurs finaux. Le public et les commerçants ont réagi très positivement car ce nouveau message et le label Noritsu – nouveau pour de nombreux consommateurs – promet-

tent de nouvelles perspectives commerciales. C'est exactement ce que nous visons...

La nouvelle stratégie concerne-t-elle aussi les appareils et doit-on s'attendre à des évolutions majeures dans ce domaine?

Oui, tout à fait. Nous présenterons le Minilab QSS 37HD lors de la Photokina. HD est l'abréviation de 'High Definition', avec une nouvelle unité laser de 640 dpi – soit deux fois plus que n'importe quel autre modèle. Les photos sont beaucoup plus nettes et nuancées. L'appareil convient idéalement pour les nouveaux produits comme les livres photos p.ex. **Monsieur Wagen, quand verrons-nous le premier QSS 37HD en Suisse?**

Wagen: j'espère encore avant la Photokina car nous menons des entretiens depuis quelque temps déjà avec des clients intéressés. Pour ma part, je suis impressionné par le fait qu'il ait encore été possible de doubler la qualité de la résolution sur un Minilab.

Monsieur Fujimoto, vous nous avez expliqué les trois technologies d'impression. Laquelle l'aura emporté dans dix ans?

Fujimoto: je pense que le procédé à jet d'encre a le plus grand potentiel de développement à long terme. Le procédé est simple, très écologique et sera

encore grandement amélioré prochainement en termes de qualité et de productivité. Le jet d'encre a donc de très bonnes chances de succès à long terme. Cela ne signifie pas qu'il n'y aura plus de minilabs photochimiques. Noritsu continuera de développer des minilabs photochimiques et pour procédé d'impression à sec pour pouvoir continuer à couvrir les besoins du marché international.