

Bilan et Analyses de l'année 2003

Le succès spectaculaire du numérique se poursuit et l'argentique accuse le coup

Avec plus de 3.600.000 appareils photo vendus en 2003, on constate une progression record de 44% par rapport à 2002.

Les appareils photo numérique ont représenté en valeur 87% et en quantité 74% des ventes d'appareils photo en 2003.

Le parc d'appareils photo progresse de plus de 16% en France avec plus de 25.000.000 d'unités répartis pour 80% en argentique et 20% en numérique.

Philippe MAUMY – Président du Sipec

2003, mieux que 2002, ...

Voilà maintenant trois ans que j'ai le plaisir d'introduire ces huit pages consacrées à l'évolution de notre marché, et de constater sa croissance à deux chiffres. Même si certains segments de notre marché souffrent, d'autres les compensent largement confirmant cette croissance exceptionnelle.

Trois évolutions marquantes soulignent l'année 2003 :

- 1) Une nette accélération de la chute de l'argentique, contenue jusqu'alors, bien que dans le détail certains segments résistent bien.
- 2) Avec près de 2,7 millions d'unités mises sur le marché, le numérique dynamise notre secteur, en progression de 145% en un an.
- 3) Avec près de 20% de taux de pénétration des foyers français, l'appareil photo numérique (APN) a acquis en 2003 le statut de produit grand public, avec des spécificités de qualité de mieux en mieux définies le crédibilisant vis-à-vis du consommateur.

Alors en 2004, 4 ou 5 millions d'APN ? Une prévision réaliste !

Avec en plus une donnée nouvelle; la forte progression prévisible des « photophones » qui va accélérer la consommation d'images numériques. Notre profession devra en tenir compte en renforçant les spécificités des produits APN vis-à-vis de ces nouveaux concepts transverses.

Sommaire :	Répartition des ventes des Appareils Photo en 2003	page 2
	Marché des Appareils Photo Numérique & Saisonnalité Photo	page 3
	Marché des Appareils Photo Reflex & Compacts	page 4
	Marché des Jumelles	page 5
	Marché des Minilabs	page 5
	Les chiffres de Ventes de 1998 à 2003	pages 6-7
	Adhérents, Contact, Organisation	page 8

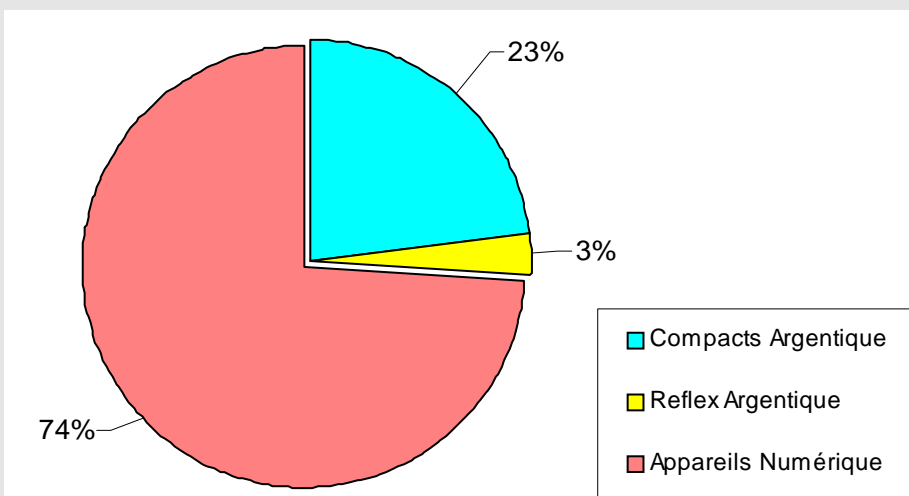


Répartition en « quantité » des Ventes des Appareils Photo en 2003

Avec près de 3.620.000 Appareils Photo vendus en 2003, la passion du consommateur pour la photo bat un nouveau record.

Les progressions sont étonnantes avec +44% pour le total Appareils Photo (sans les PAP, appelés aussi jetables*).

Les Appareils Photo Argentique accusent un recul de 34% avec tout de même près de 950.000 reflex et compacts vendus. Ce retrait est dû principalement au format APS abandonné par la plupart des fabricants et à la baisse significative des ventes de reflex.



Les Appareils Photo Numérique (APN) pulvérisent le record attendu avec près de 2.700.000 appareils vendus en progression de +145% par rapport à 2002.

La maturité du « numérique » est dorénavant acquise pour la Photo. Ceci augure encore de très beaux résultats à venir confirmant petit à petit le renouvellement du parc d'appareils photo existant en France et estimé à près de 25.000.000.

Pour compléter l'analyse située en dehors de cette statistique, 24.700.000 PAP (« prêt à photographier » ou « jetables ») se situant entre le compact et le film photo, ont été vendus en 2003, représentant une progression de plus de 7%, en une année.

Les deux technologies Argentique et Numérique ont bien cohabité jusqu'à présent, amenant malgré tout la profession à s'adapter rapidement pour maîtriser les opportunités de développement de la Photo Numérique, sous toutes ses formes.

L'arrivée d'une nouvelle génération de reflex numérique grand public apportera un renouveau des ventes de produits à forte valeur ajoutée générant des ventes nouvelles d'objectifs, de logiciels et de périphériques à la photo.

Répartition en « valeur » des Ventes des Appareils Photo en 2003

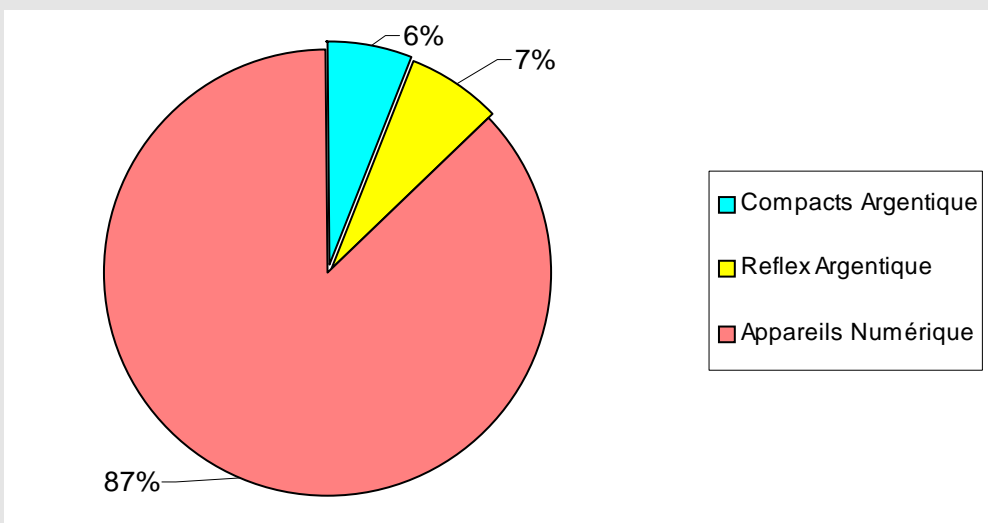
Une progression de +48% du chiffre d'affaires, générée par les ventes d'Appareils Photo en 2003, démontre la bonne santé actuelle de notre profession.

Les Appareils Photo Numérique font à eux seuls +85% de progression en 2003, compensant le recul des résultats « Argentique ».

Le poids des Appareils Photo Numérique est de 87% du chiffre d'affaires total des Appareils Photo vendus en France en 2003.

Les Appareils Photo Argentique se répartissent les 13% restant, pour moitié environ entre Reflex et Compacts.

L'importance de la représentativité du « numérique » s'est considérablement accentuée en un an passant de 70% en 2002 à 87% en 2003.



Marché des Appareils Photo Numérique, par tranche de prix

Depuis leur arrivée en 1996 les ventes d'Appareils Photo Numérique doublent chaque année. En 2003, le record est pulvérisé avec une progression de +145% en quantité, avec près de 2.700.000 pièces vendues.

Le chiffre d'affaires a progressé dans le même temps de +85% signifiant un PVM (prix de vente moyen) en baisse.

Par contre le renouvellement de gamme reste important et fréquent apportant aux nouveautés plus de performances, sans changement de prix significatif.

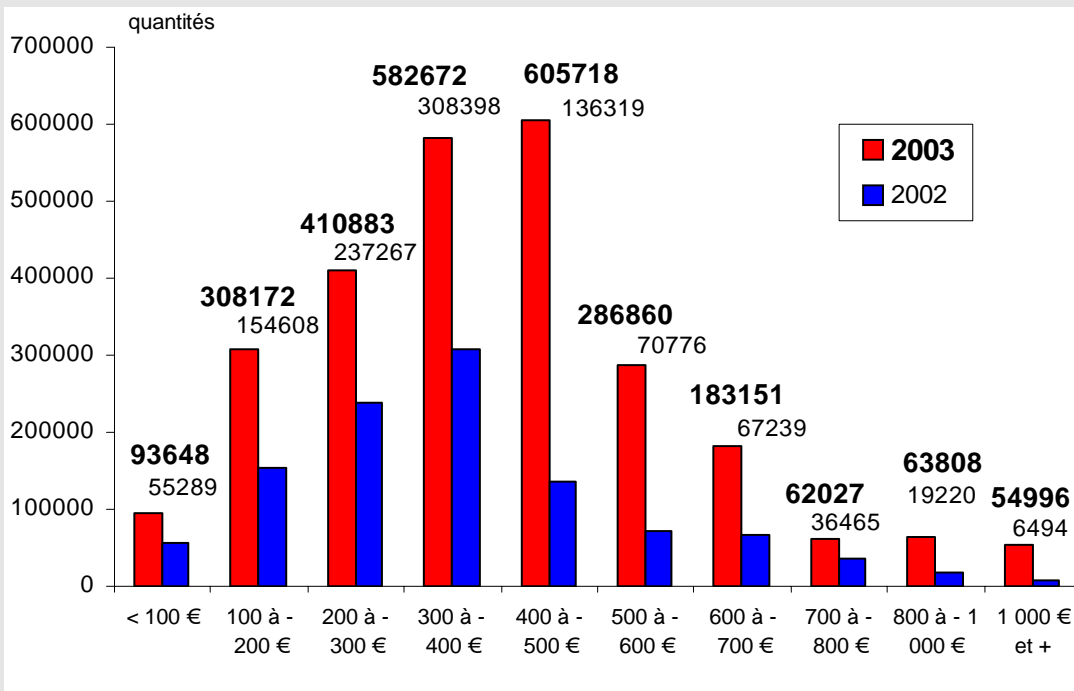
L'appareil «cœur des ventes (près de 50% du marché) possède « 3.000.000 de pixels »

et se vend entre 400 et 500 euros, soit une chute des prix de 15 à 25% par rapport l'année dernière.

Le marché appartient en grande partie aux fabricants d'Appareils Photo Argentique et une marque de l'électronique.

L'évolution rapide des Nouvelles Technologies liées à l'Image devrait voir apparaître des nouveaux produits interconnectables avec ceux des Télécommunications. Le téléphone portable préfigurent aussi une nouvelle génération d'appareils multifonctions.

De plus, on peut noter que le « Reflex Numérique » devient plus abordable, tant pour les photographes professionnels que pour les industriels, avec des qualités d'image en forte progression. Les offres «Reflex Numérique» déjà développées en 2003, seront plus nombreuses en 2004 .

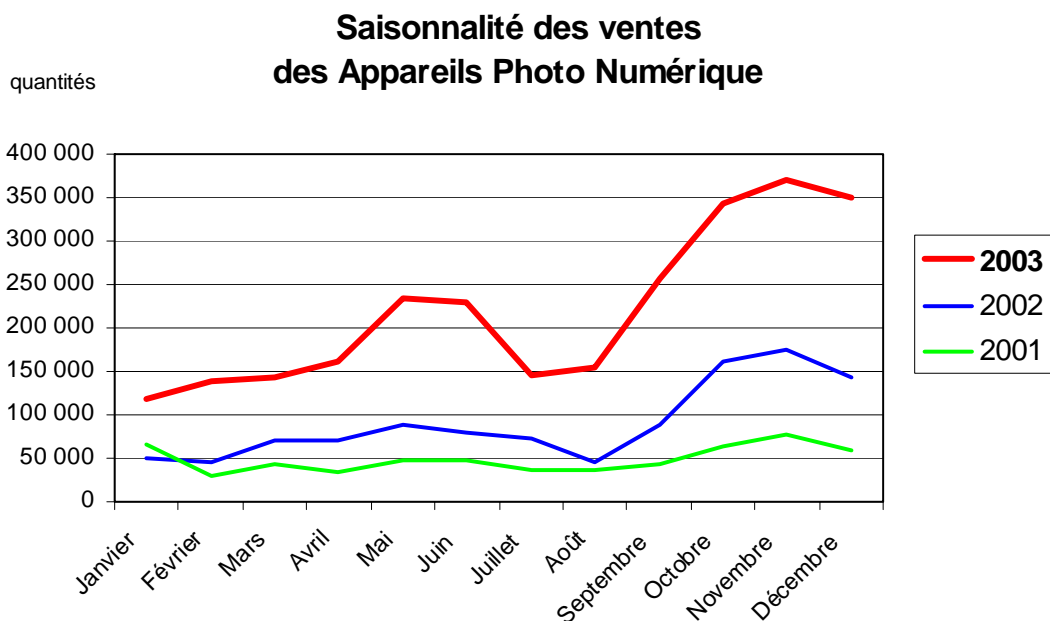


Saisonnalité des ventes des Appareils Photo Numérique en 2003

Ce graphique présente la saisonnalité des ventes d'Appareils Numérique similaire à celle de l'Argentique (marquée traditionnellement en mai-juin et en octobre-novembre).

En fin d'année 2003, les ventes se sont accélérées pour les Appareils Photo Numérique, créant une situation pénurique dans l'approvisionnement des marques, liée au succès de la demande consommateur.

L'année 2004 devrait voir confirmer cette situation.



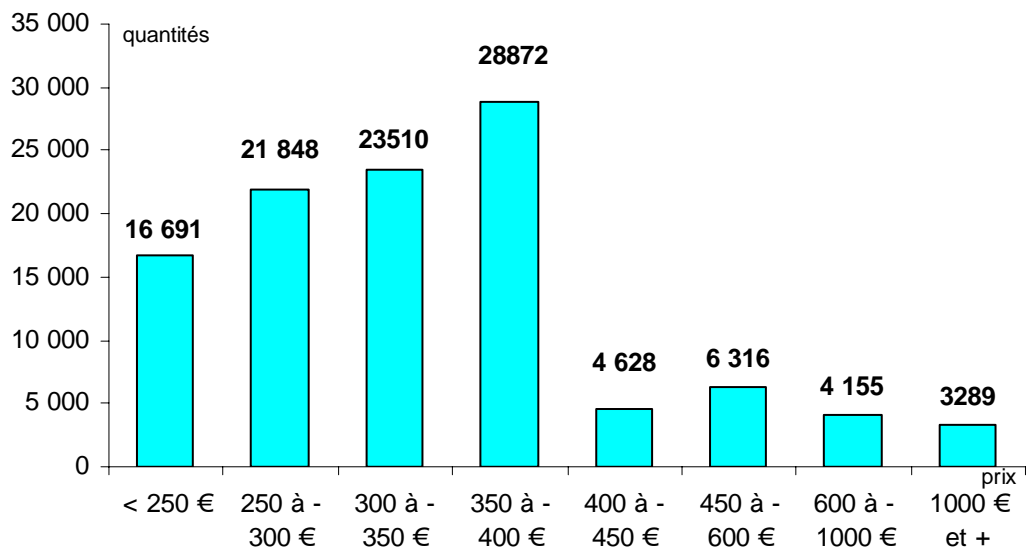
Marché des «Reflex Argentique» en 2003, par tranche de prix

Malgré une baisse sensible des ventes en 2003, les «amateurs avertis» ont été nombreux à acquérir un Reflex Argentique n'ayant pas encore le choix et l'accessibilité prix pour son équivalent Numérique.

Les 110.000 Reflex vendus en 2003 le prouvent avec plus de 83% des ventes se situant dans les tranches de prix inférieurs à 400 euros.

Les résultats obtenus avec les ventes de KITS

« Reflex + 2 Objectifs », ainsi que celles des Flashes (30% des ventes de Reflex) confortent le C.A. de cette famille de produits pour l'ensemble des marques.



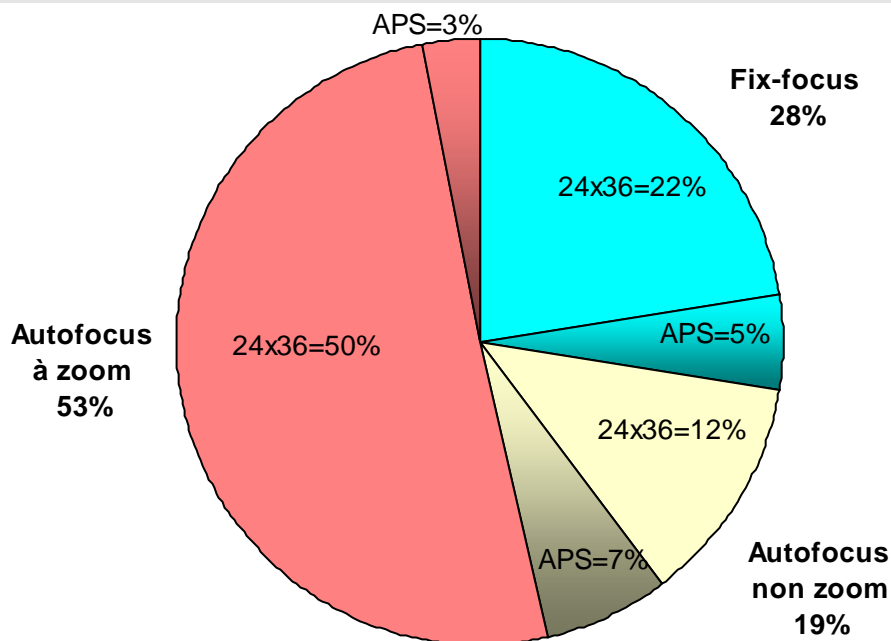
Marché des appareils photos «Compact Argentique» en 2003

Avec 835.000 unités en 2003 et malgré une baisse des ventes de 32% en quantité, les Compacts « Argentique » représentent 23% des ventes d'appareils photo en France .

L'attrait pour le numérique a fait se désengager certaines marques vis-à-vis de la commercialisation de compacts au format « APS » et restreindre la gamme de produits offerte en 24x36.

En résumé le format 24x36 a représenté 85% des ventes des compacts argentique en 2003.

Pas de changement significatif dans la répartition des compacts « fixfocus », « autofocus » et « autofocus à zoom » par rapport à 2002.



Plus de la moitié des ventes de compacts ont été vendus avec un zoom et la fonction autofocus (53%).

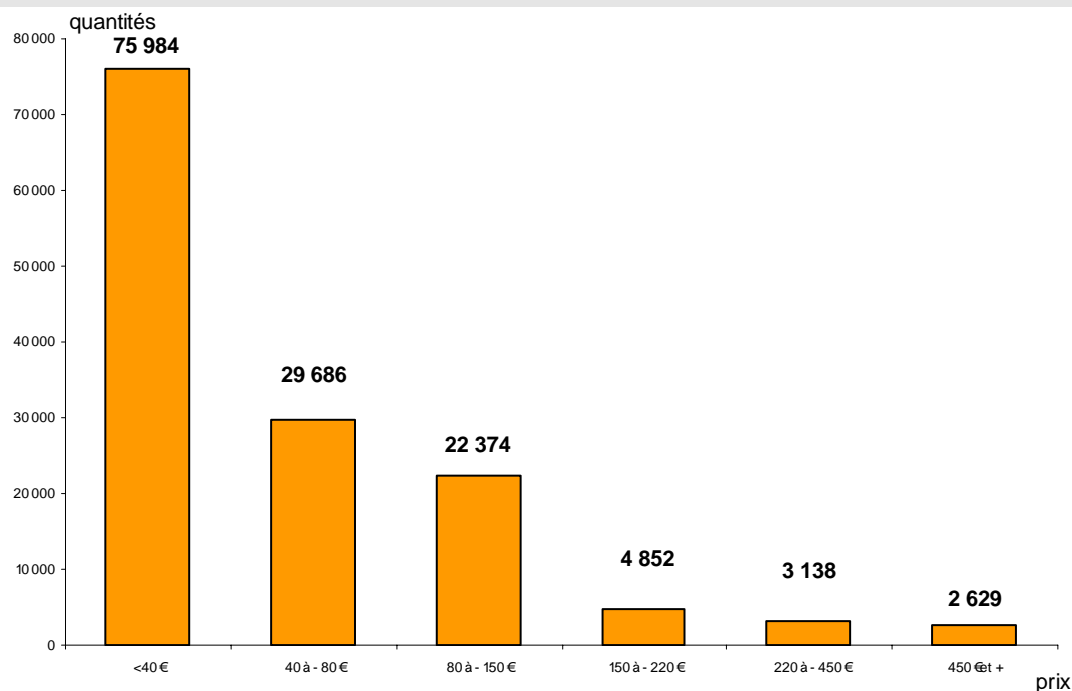
Loin d'être concurrent de la technologie numérique, le Compact Argentique conserve l'attrait des consommateurs pour une utilisation familiale de la photographie.

Ce type d'appareil offre le meilleur rapport qualité-prix à l'achat, reste pratique à l'utilisation et permet d'obtenir des résultats «photo» remarquables et peu coûteux.

Marché des Jumelles de Marques en 2003, par tranche de prix

Avec près de 140.000 paires de « Jumelles de Marques » vendues en 2003, ces produits toujours très présents chez les photographes et les opticiens s'adaptent à toutes les situations de l'observation humaine.

Le marché se partage entre les produits de base vendus à moins de 40 € et ceux plus sophistiqués, possédant une particularité technologique (stabilisateurs optiques, ...).



Marché des Minilabs en 2003

Des résultats en expansion

Près de 700 minilabs (+3 % en quantité) ont été installés au cours de l'année assurant le renouvellement de plus de 14% du parc machines en France.

En 2003, l'estimation *SIPEC* est d'environ 5.100 tireuses en exploitation en France.

En quatre ans, le parc a été renouvelé pour plus du tiers par des minilabs numérique.

Un saut technologique qui stimule le marché

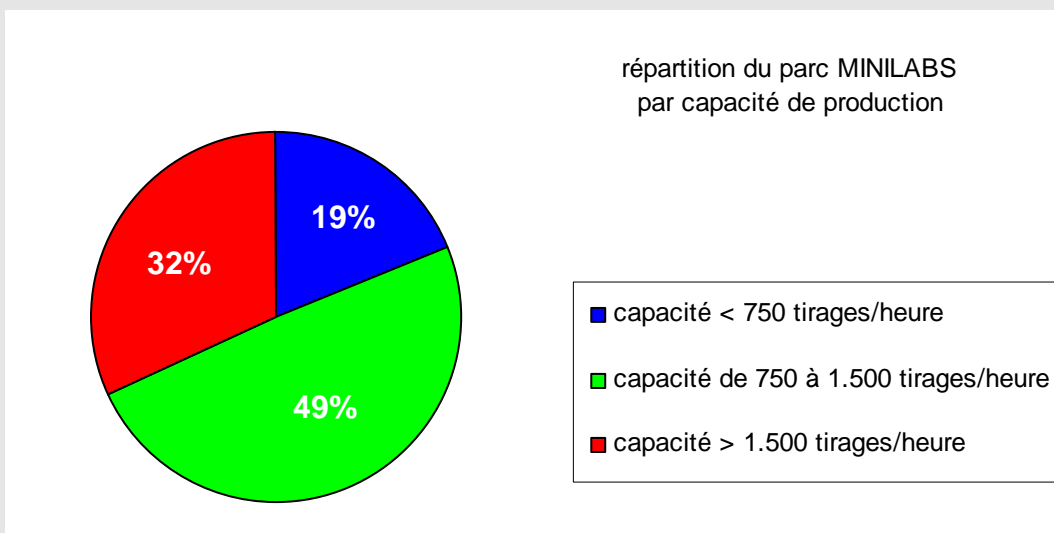
L'activité du traitement photo par les minilabs continue de progresser et pèse en France plus du 1/3 du marché en volume. Le chiffre d'affaires global généré par l'activité travaux photo en France est évalué à près de deux milliards d'euros.

Les nouvelles technologies numériques, liées à ces produits, offrent un potentiel inédit de services (tirages de carte mémoire, gravure de

CD-Rom, intégration de textes, composition d'images, retouches, tirages diapositives et noir & blanc, ...). De plus l'excellence des résultats obtenus donne entière satisfaction à une clientèle toujours très exigeante en terme de qualité.

La polyvalence apportée par ces solutions encourage les exploitants de ces équipements à s'ouvrir au marché en pleine expansion de la « photographie numérique grand public ».

Les salons biannuels « **MinilabShow** » organisés par le *SIPEC* participent à l'information et à la promotion des nouvelles techniques d'impression numérique proposées par les fabricants à la distribution.



APPAREILS PHOTO « numérique »

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
PHOTO NUMÉRIQUE	88 000	179 000	332 000	584 000	1 092 000	2 675 000	+145%

Le produit phare 2003 des « produits électroniques de loisirs » est bien l'Appareil Photo Numérique (APN).

Extraordinaire progression prouvant la maturité acquise sur sa technologie et sa simplicité d'utilisation.

La barrière « ordinateur informatique » n'est plus un frein par son accessibilité, sa multitude de possibilités d'exploitation après la prise de vue et son attrait à devenir un nouveau partenaire de son quotidien.

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
dont COMPACTS	88 000	179 000	332 000	584 000	1 092 000	2 652 470	+143%
dont REFLEX	-	-	-	-	ns	22 630	ns

L'arrivée du reflex numérique abordable économiquement parlant (+/-1000 euros) est un fait marquant de cette année.

La qualité et les performances du reflex argentique se retrouvent avec des offres de « pixellisation » records.

APPAREILS REFLEX « argentique »

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
REFLEX	279 000	285 000	252 000	219 000	194 000	109 000	-44%

L'absence de nouveautés argentiques significatives justifie le recul des ventes reflex en 2003.

De plus l'arrivée annoncée des reflex numérique destinés aux amateurs avertis expliquent l'attentisme du consommateur vis-à-vis du reflex argentique.

APPAREILS COMPACTS « argentique »

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
COMPACTS	1 900 000	2 151 000	1 921 000	1 600 000	1 228 000	835 000	-32%
dont 24x36	1263 000	1 345 000	1 239 000	1 100 000	893 000	709 000	-21%

Le format 24x36 (135) résiste bien à la déferlante numérique avec des produits aux prix attractifs et à la technologie simple et performante. De plus la compacité et le design des compacts argentique ont acquis une crédibilité reconnue.

Ce constat est encouragé par des offres « tirage photo argentique » simples, économiques et traditionnelles rassurantes face à celles du numérique plus onéreuses et relativement plus compliquées à décoder pour le consommateur.

Le côté « rassurant et qualitatif » de l'argentique augure encore de belles années pour cette technologie.

OBJECTIFS

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
OBJECTIFS	426 000	452 000	388 000	334 000	305 000	182 000	-40%

Malgré la baisse constatée, le ratio ventes «Objectifs/Reflex» progresse en 2003 (1,67).

Les kits « Reflex + 2 Objectifs » s'imposent comme solution globale économique.

De plus, de nombreuses offres permettent aux consommateurs de compléter leur équipement d'origine.

FLASH

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
FLASH	76 000	68 000	62 000	55 500	48 000	33 000	-32%

Les résultats sont liés à ceux des Reflex. La représentativité progresse avec 30% des ventes des Reflex.

Ceci reste très positif compte tenu du succès des ventes de Kits « Reflex + 2 Objectifs », incluant un flash d'appoint incorporé au boîtier.

JUMELLES de Marques

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
JUMELLES	204 000	237 000	190 000	164 000	147 000	139 000	-6%

Toujours une « Niche Idée Cadeau » importante et pertinente qui complète la gamme des produits « image » actuelle.

APPAREILS MOYENS-FORMATS

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
MOYENS-FORMATS	1 100	1 320	980	770	670	610	-9%

Des ventes contenues en 2003 pour les sept fabricants de ce secteur commercialisant des appareils photo de « qualité professionnelle » avec maîtrise du « numérique haut de gamme ».

Afin de mieux faire connaître ces produits, diverses actions ont été menées en 2003, dont le premier « FORUM des MOYENS FORMATS » organisé par la profession en juin et ayant intéressé près de 800 visiteurs.

Organisation

et contact

SIPEC

Gérard BERG

Secrétaire Général

25-27, rue d'Astorg

75008 PARIS

tel. : +33 (0)1.44.51.14.60

fax : +33 (0)1.42.65.39.49

courriel : g.berg@ficime.fr

Syndicat affili   à la FICIME

*Fédération des Entreprises Internationales
de la Mécanique et de l'électronique*

Vous pouvez retrouver le SIPEC sur
les sites internet

<http://www.sipec.org>

et

<http://www.ficime.fr>

Le SIPEC réunit les fabricants d'appareils photo, de périphériques et de logiciels ainsi que les fabricants d'équipement pour le développement, le tirage et l'impression des photos. Il est composé de 29 sociétés membres et dirigé par un Comité de Direction.

Le Comité de Direction fixe les objectifs du syndicat et engage la profession sur les dossiers concernant les activités du monde de l'image.

En 2003, il a été composé de :

Président : **Philippe MAUMY**

Directeur Division Photo OLYMPUS France

Vice-Président: **Guy BOURREAU**

Directeur Marketing CANON Communication & Image

Trésorier : **Christine FILDIER**

Directeur Division Photo KODAK-PATHE

Administrateurs : **Michel ELLERT**

Directeur LEICA Camera

Philippe FARRENG

Directeur Ventes et Marketing PENTAX France

Gérard LECLUSE

Directeur Exécutif Adjoint FUJIFILM France

Alain LOCQUENEUX

Directeur Division Photo MINOLTA France

Les SOCIÉTÉS membres du SIPEC au 1er janvier 2004

ADOBE Systems France

AGFA-GEVAERT

CANON Communication & Image France

CONCORD Camera France

EPSON France

FUJIFILM France

HAMA

HASSELBLAD France

HP France

ILFORD Imaging France

KIS

KODAK-PATHE

KONICA MINOLTA Imaging France

KOTOW

KYOCERA YASHICA France

LAB Distribution

LEICA Camera

NIKON France

NORITSU France

OLYMPUS France

PENTAX France

PIKTUS

POLAROID France

ROLLEI Diffusion France

SAMSUNG France

SIGMA France

SONY France

TECHNI-CINE-PHOT

VIVITAR France