



## Bilan et Analyses de l'année 2000

# Le numérique dope la PHOTO grand public et professionnelle

L'année 2000 aura globalement été une bonne année pour le Monde de la Photo, avec deux remarques majeures :

- L'Argentique reste "la" référence en appareils photo, malgré des chiffres en recul par rapport à 1999, mais stables ou en progression par rapport à 1998. Près de 2 200 000 appareils ont été vendus. D'autre part, l'APS poursuit son ascension avec 36% des ventes de Compacts.
- Le Numérique réalise des progressions importantes (+ 85% en quantité et + 99% en valeur), en adéquation avec l'informatisation des ménages et l'attrait pour les Nouvelles Technologies, soit 331 000 appareils vendus.

*Rappelons qu'en France, le parc d'appareils photo argentique est estimé à près de 20 000 000 et celui des appareils photo numérique à 600 000, soit 97% argentique et 3% numérique.*

### Michel DEVELAY – Président du SIPEC

*« Les Nouvelles Technologies rajeunissent notre métier et confirment la Photo comme un véhicule majeur d'information, de formation et de culture dans le monde de l'Image .*

*La complémentarité des deux supports photographiques argentique et numérique existe pour le meilleur de notre profession. Les résultats 2000 l'attestent.*

*Le dynamisme de notre profession démontre sa capacité à se remettre en cause et à marier les évolutions technologiques, avec la tradition et la maîtrise des acquis de la Photographie ».*

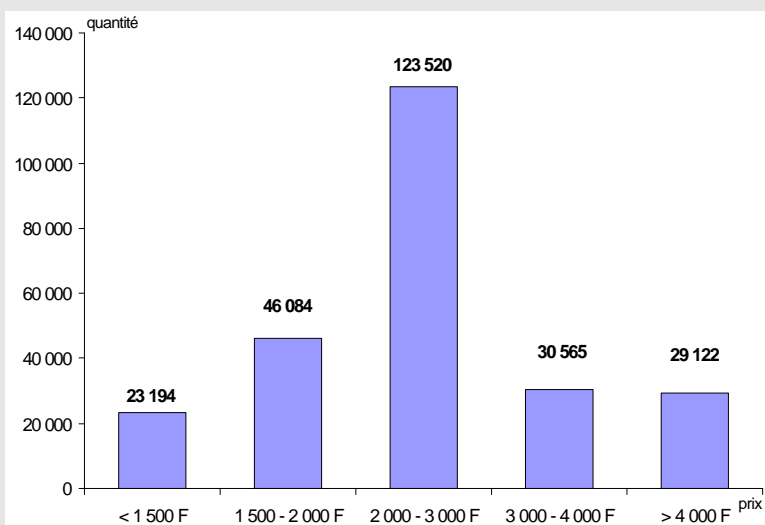
Sommaire :	Marché des appareils Photo Reflex & Compacts	Page 2
	Marché des Jumelles	Page 3
	Marché des Minilabs	Page 3
	Marché & saisonnalité des Appareils Photo Numérique	Page 4
	Répartition & saisonnalité des ventes des Appareils Photo	Page 5
	Les chiffres de Ventes de 1995 à 2000	Page 6-7
	Organisation, Adhérents, Coordonnées	Page 8

## Marché des Reflex 24x36 et APS en 2000, par tranche de prix

Avec 252 485 ventes en 2000, les reflex 24x36 et APS sont en recul par rapport à 1999. Ceci est dû à une arrivée de nouveautés globalement moins significatives qu'en 1999 et à l'affirmation du « numérique » dans la zone de prix correspondante.

Le Chiffre d'Affaires, réalisé en 2000 dans cette famille, retrouve malgré tout les niveaux de 1998.

Les résultats obtenus avec les ventes de KITS « Reflex + 2 Objectifs », ainsi que celles des flashes (25% des ventes de reflex) confortent le C.A. de cette famille de produits pour l'ensemble des marques.



## Marché des Compacts 24x36 et APS en 2000

Avec 1 921 017 unités en 2000, les compacts « argentique » représentent 77% des ventes d'appareils photos en France .

Globalement on peut noter une évolution positive des ventes de compacts disposant d'un objectif zoom (46% du marché) ainsi que des appareils fix-focus (34% du marché). Les compacts autofocus représentent néanmoins 20% du marché global.

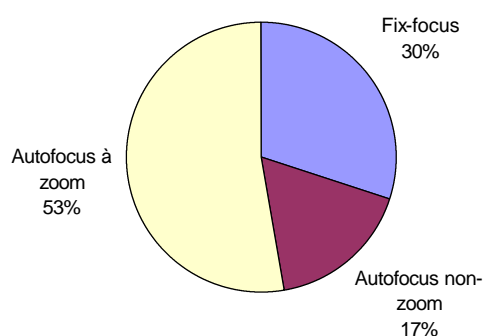
Plus d'un compact sur trois vendu (36%) aura été un compact APS confirmant ainsi la pertinence de ce standard apprécié pour le choix de 3 formats possibles et un chargement du film sécurisé, entre autres.

De plus la miniaturisation et l'esthétique des appareils photo APS argumentent en leur faveur.

Concernant les périodes d'approvisionnement des magasins, la saisonnalité reste forte aux mois d'avril/mai ainsi qu'en octobre/novembre restant des mois « phares » pour l'implantation en magasin.

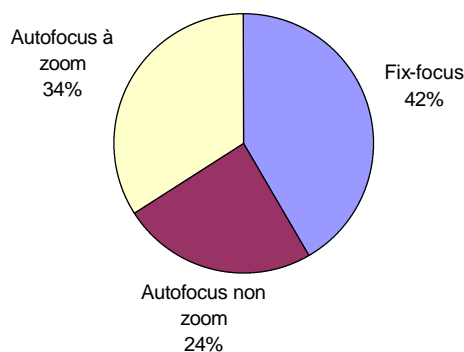
Loin d'être concurrent de la technologie numérique, l'appareil photo compact, 24x36 ou APS, reste l'achat préféré des consommateurs pour une utilisation familiale de la photographie.

### Ventes d'appareils photos compact 24x36 Année 2000



Total : 1 239 017

### Ventes d'appareils photos compact APS Année 2000



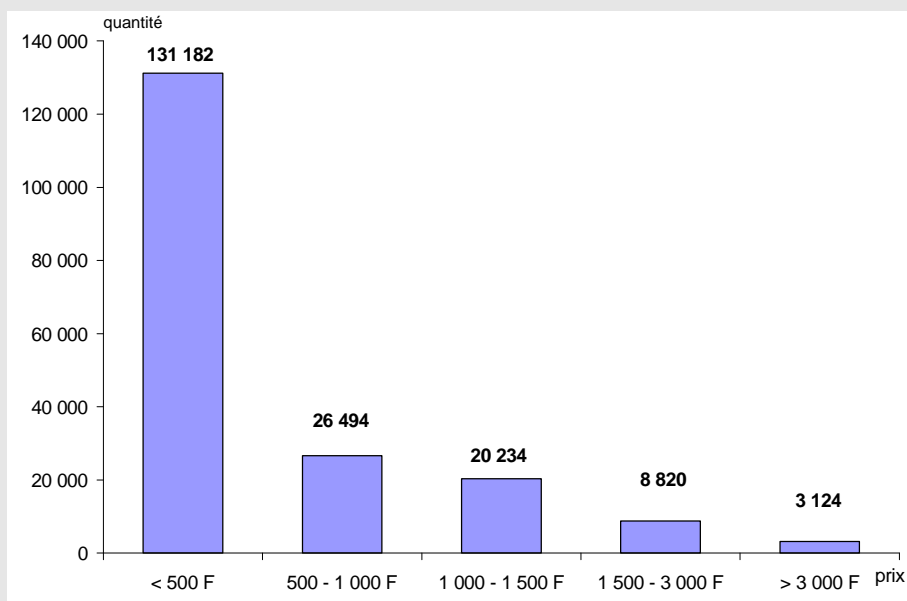
Total : 682 000

## Marché des Jumelles en 2000, par tranche de prix

Marché et succès toujours présents chez les photographes et les opticiens.

Avec 190 000 paires de « Jumelles de Marques » vendues en 2000, ces produits s'adaptent à toutes les situations de l'observation humaine.

Que ce soit pour une application professionnelle ou le plus souvent pour une utilisation « loisir - plaisir » amateur, les Jumelles de Marques apportent une valeur ajoutée indéniable à notre monde de l'Image.



## Marché des Minilabs et Stations Numériques

### Un résultat exceptionnel en 2000.

Avec un chiffre d'affaires cumulé de plus 400 millions de francs (61 millions d'€uros), l'activité « Minilab », stimulée par l'arrivée d'équipement de nouvelle génération, affiche une croissance record durant l'année 2000 : + 50 % en valeur. Près de 680 minilabs, dont près de la moitié « numérique » ont été installés au cours de la même année assurant le renouvellement de plus de 11 % du parc machines français (évalué par le Sipec à 6 000 unités).

### Un saut technologique qui stimule le marché.

L'activité du traitement photo par les minilabs pèse en France plus de 30 % du marché en volume.

Le chiffre d'affaires global généré par l'activité travaux photo en France est évalué à près de 11 milliards de francs (1,68 milliards d'€uros).

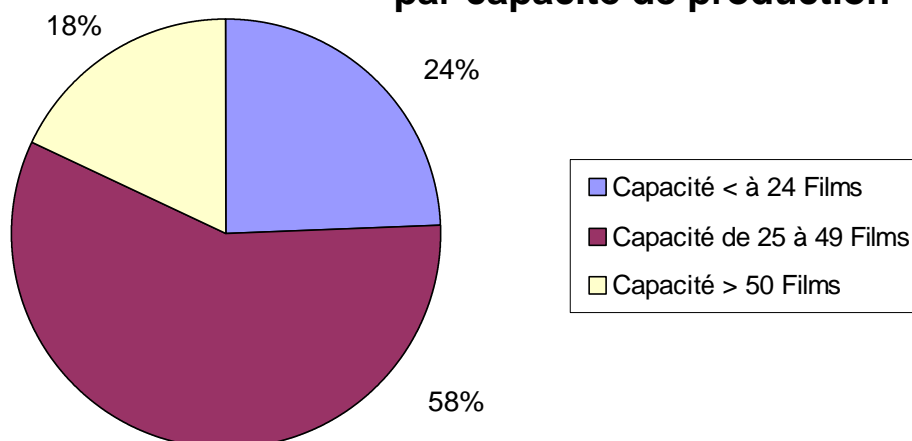
Les nouvelles technologies numériques, liées à ces produits, offrent un potentiel inédit de services (tirages de carte-mémoire, gravure de CD-Rom, intégration

de textes, composition d'images, retouches, tirages diapositives et noir & blanc, etc).

De plus l'excellence des résultats obtenus donne entière satisfaction à une clientèle de plus en plus exigeante en terme de qualité.

La polyvalence apportée par ces solutions permet aux exploitants de ces équipements de s'ouvrir au marché en pleine expansion de la photographie numérique grand public.

### répartition du parc MINILABS par capacité de production

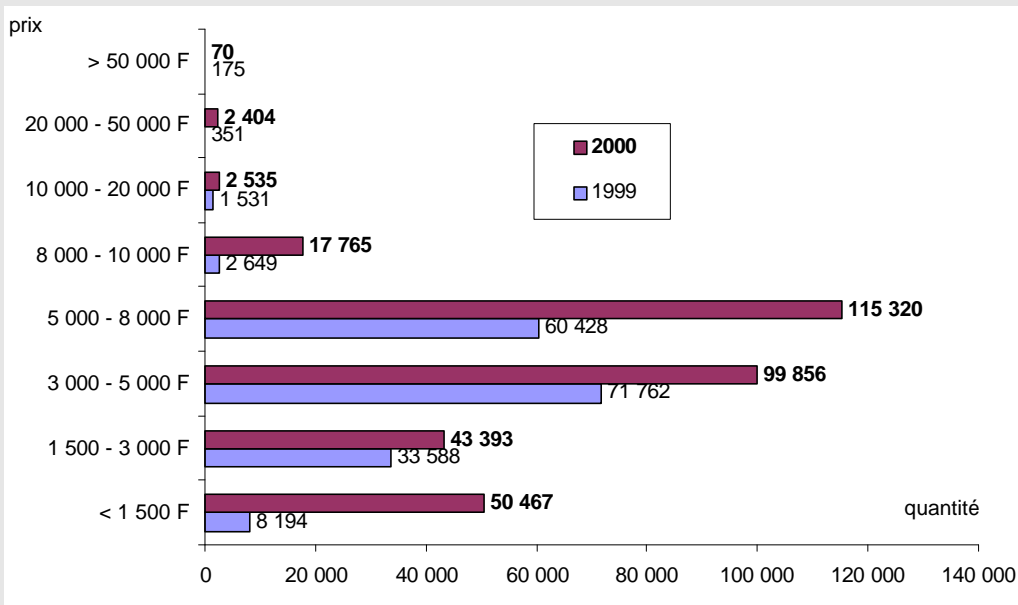


## Marché des Appareils Photo Numérique, par tranche de prix

Depuis leur arrivée en 1996, les Appareils Photo Numérique doublent leurs ventes chaque année.

En 2000, la progression aura été de +85% en quantité, avec 331 000 pièces vendues.

De plus le PVM (prix de vente moyen) augmente, grâce à un renouvellement de gamme important et fréquent apportant aux nouveautés plus de performances, sans changement de prix significatif.



On note cependant une large évolution de l'offre appareils numériques dans le segment d'entrée de gamme avec des prix de vente inférieurs à 3 000 Frs TTC. Celle-ci est permise par l'utilisation d'une technologie basique pour un usage limité à l'Internet ou l'impression de petits formats (10x15cm).

Le marché appartient en grande partie aux fabricants d'Appareils Photo Argentique. Vu son succès, l'arrivée de nouveaux venus du monde de l'électronique s'est accélérée en 2000 (plus de 25 marques en tout).

L'évolution rapide des Nouvelles Technologies liées à l'Image devrait voir apparaître des nouveaux produits interconnectables avec ceux des Télécommunications.

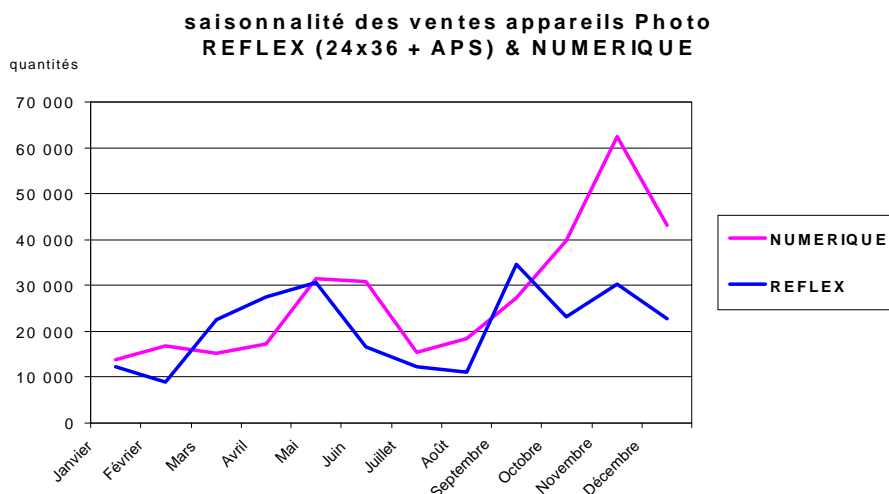
L'année 2000 a aussi montré que l'appareil photo numérique pouvait devenir un véritable « outil » multimédia par l'adoption de nouvelles fonctionnalités, telle que la lecture audio au format MP3, l'enregistrement de séquences vidéo, qui préfigurent ainsi une nouvelle race d'appareils multi-fonctions.

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 de Reflex Numérique se sont donc développées en 2000.

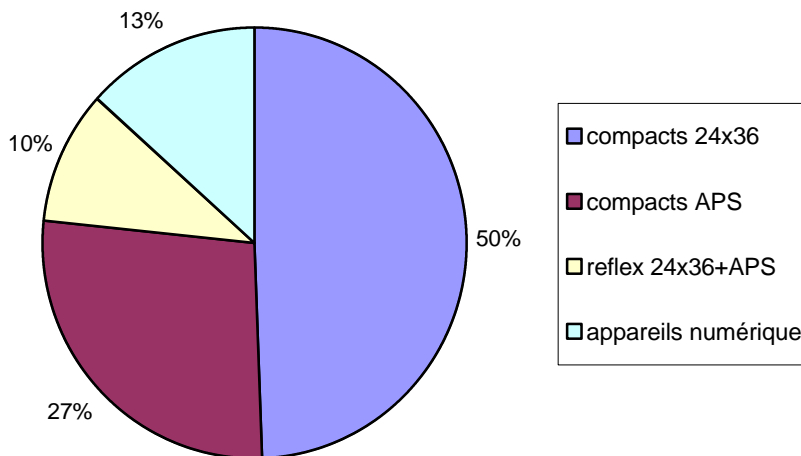
## Saisonnalité des Ventes d'Appareils Photo Numériques et Reflex

La comparaison des courbes de ventes des deux familles d'appareils Photo « Numérique » et « Reflex Argentique » confirme la saisonnalité traditionnelle du printemps en avril-mai et de la fin d'année très concentrée en octobre-novembre.

On peut noter que la montée en puissance des ventes d'appareils Photo « numérique » s'affirme vers la fin de l'année 2000.



## Répartition des ventes des Appareils Photo en France en 2000



Avec plus de 2.5 Millions d'Appareils Photo vendus, le marché affiche une excellente santé tant en quantité qu'en chiffre d'affaires.

Avec 77% des ventes, les Compacts 24x36 & APS jouent un rôle primordial sur cette évolution quantitative.

Les Reflex continuent à correspondre au choix privilégié des « amateurs avertis » avec 10% des ventes réalisées.

Les Appareils Photo Numérique représentent dorénavant 13% du marché en quantité, doublant quasiment sa représentativité par rapport à l'année dernière.

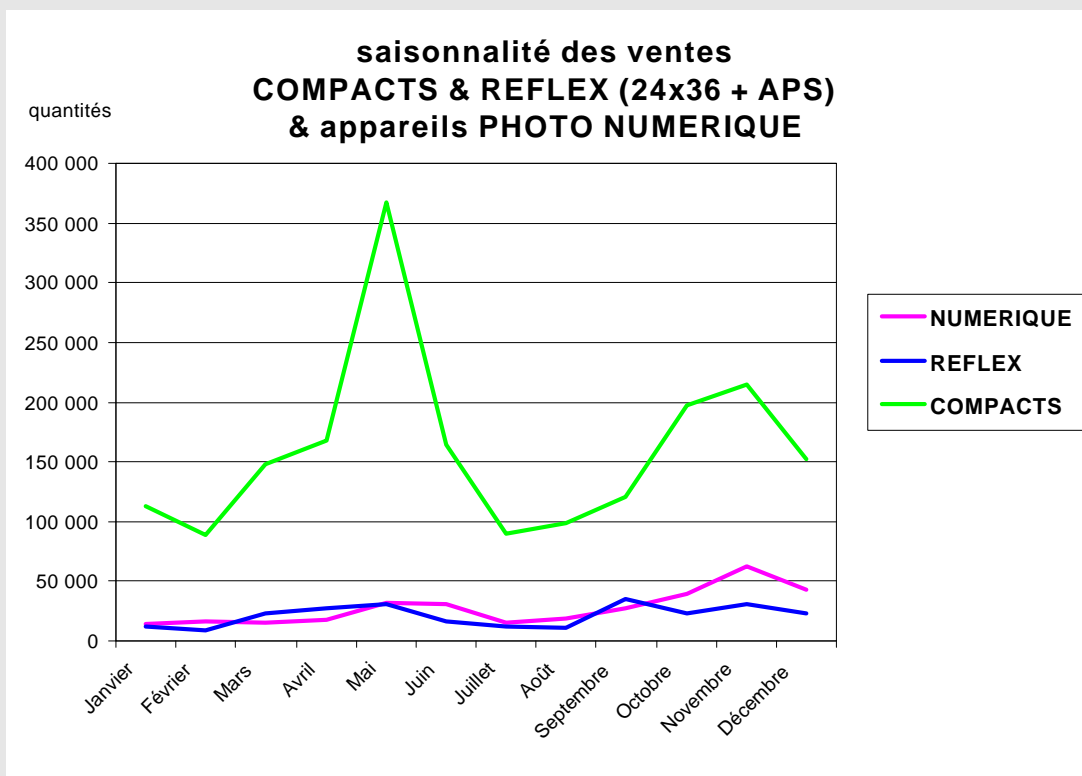
Pour conclure, il est bon de faire remarquer que même avec des progressions très importantes du Numérique face à l'Argentique, près de neuf appareils sur dix vendus en 2000 auront été Argentique.

D'autre part, le parc actuel d'Appareils Photo Argentique est estimé en France à environ 20 millions; celui des Appareils Photo Numérique se situe à 600 000 pièces, soit moins de 3% du parc total d'Appareils...Le formidable marché de la Photo voit donc son évolution assurée et pérennisée avec un développement permanent et conjoint des deux technologies.

## Saisonnalité des Ventes des Appareils Photo en France en 2000

On constate sur ce graphique la forte saisonnalité des ventes d'appareils compacts très marquée en mai-juin correspondant aux achats « prévacances » de la saison d'été.

Le reste de l'année, l'harmonie des ventes sur les trois types d'appareils photo se vérifie.



---

## APPAREILS REFLEX

---

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Variation 2000/1999
<b>REFLEX</b>	230 000	233 000	283 000	279 000	284 598	<b>252 485</b>	-11%

Le résultat cumulé du Chiffre d'Affaires de cette catégorie de produits est en recul de 5% par rapport à 1999. Ce qui signifie que le prix de vente moyen des reflex est en progression.

Malgré tout, il est clair de constater que la clientèle informatisée (de plus en plus importante) bascule naturellement vers le « Numérique » et influence dorénavant les résultats de « l'Argentique ».

---

## APPAREILS COMPACTS

---

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Variation 2000/1999
<b>COMPACTS</b>	1 400 000	1 530 000	1 843 000	1 900 000	2 150 774	<b>1 921 017</b>	-11%
<b>dont autofocus</b>	810 000	900 000	1 225 000	1 326 000	1 453 770	<b>1 264 961</b>	-13%

Après une année 1999 exceptionnelle, on retrouve les volumes de ventes de 1998. Ce tassement des ventes correspond à un moindre investissement de la distribution en terme de communication sur la photo, comparé à l'année dernière et reporté sur d'autres produits comme la téléphonie, Internet et l'informatique.

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Variation 2000/1999
<b>dont APS</b>		200 000	485 000	637 500	806 637	<b>682 000</b>	-15%
<b>dont autofocus APS</b>		150 000	294 000	406 000	490 960	<b>397 765</b>	-19%

Les Compacts APS connaissent également un ralentissement de leurs ventes un peu plus fort que la moyenne. Ils représentent tout de même plus de **36% des ventes totales de Compacts** (135 & APS), en 2000 .

---

## APPAREILS PHOTO NUMÉRIQUE

---

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Variation 2000/1999
<b>PHOTO NUMÉRIQUE</b>		14 000	40 000	87 527	178 678	<b>331 810</b>	+85%

Les Appareils Photo Numérique poursuivent leur progression, portés par les ventes de micro-ordinateurs et les nouveaux besoins en terme de communication (Multimédia & Internet). Avec l'introduction en 2000 d' Appareils Photo Numérique atteignant une résolution de plus de 3 millions de pixels, le numérique devient pour un grand nombre d'entreprises un véritable outil de travail.

Des performances sans cesse améliorées ou nouvelles, sensibilisent les amateurs photo à utiliser cette nouvelle approche photographique en parallèle de la prise de vue argentique.

---

---

## OBJECTIFS

---

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Variation 2000/1999
<b>Objectifs de marques</b>	260 000	262 000	282 000	319 000	340 011	<b>315 559</b>	-7%
<b>Tous OBJECTIFS</b>					452 447	<b>413 642</b>	-9%

Les résultats correspondent avec ceux des Reflex; le ratio ventes « Objectifs/Reflex » reste excellent (1,64).  
Les kits « Reflex + 2 Objectifs » poursuivent leur succès attractif de solution globale économique.  
De plus, de nombreuses offres ont permis aux consommateurs de compléter leur équipement d'origine.

---

## FLASH

---

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Variation 2000/1999
<b>FLASH</b>	85 000	73 000	78 000	76 000	68 421	<b>62 135</b>	-9%

Les résultats sont liés à ceux des Reflex.  
Ils représentent 25% des ventes des Reflex.  
Ceci reste très positif compte tenu du succès grandissant des ventes de Kits « Reflex + 2 Objectifs », incluant un flash d'appoint incorporé au boîtier.

---

## JUMELLES de Marques

---

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Variation 2000/1999
<b>JUMELLES</b>	181 000	185 000	211 000	204 000	237 303	<b>189 854</b>	-20%

Toujours une « Niche Idée Cadeau » importante et pertinente, à ne pas sous estimer.

---

## APPAREILS MOYENS FORMATS

---

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Variation 2000/1999
<b>MOYENS FORMATS</b>	700	950	770	1 100	1 324	<b>975</b>	-26%

L'absence de nouveautés significatives d'Appareils Moyens Formats en 2000, comparé à 1999, est la raison majeure du recul des ventes cette année.

---

# Organisation

PHOTO – VIDÉO – CINÉMA

**SIPEC**

**Gérard BERG**

*Secrétaire Général*  
25-27, rue d'Astorg  
75008 PARIS

tél. : +33 (0)1.44.51.14.60

fax : +33 (0)1.42.65.39.49

e.mail : [g.berg@ficime.fr](mailto:g.berg@ficime.fr)

Syndicat membre de 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>

ou

<http://www.ficime.fr>

**Le SIPEC** réunit la quasi totalité des fabricants d'appareils photo et périphériques 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.

Il est composé de :

**Président :** **M. Michel DEVELAY**

Vice-Président FUJIFILM France

**Vice-Président:** **M. Philippe MAUMY**

Directeur Division Photo OLYMPUS France

**Trésorier :** **M. Jacques Yves BERNARD**

Directeur Général GRETAG IMAGING France

**Administrateurs :** **M. Philippe LEGROS**

Directeur Division Photo PENTAX France

**M. Alain LOCQUENEUX**

Directeur Division Photo MINOLTA France

**M. Marc ORTMANS**

Directeur Général Adjoint NIKON France

**M. Baudouin PROVE**

Directeur Général SIGMA France

## Les 29 SOCIÉTÉS membres du SIPEC en 2000

**AGFA GEVAERT**

**BOGARD**

**CANON Photo Vidéo France**

**CONCORD Camera France**

**EPSON France**

**FERRANIA France**

**FUJIFILM France**

**GRETAG Imaging France**

**HAMA**

**HASSELBLAD France**

**ILFORD Imaging France**

**KIS Photo Me Group**

**KODAK-PATHE**

**KONICA France**

**KOTOW**

**KYOCERA YASHICA France**

**LEICA Camera**

**MINOLTA France**

**NIKON France**

**NORITSU France**

**OLYMPUS France**

**PENTAX France**

**PIKTUS**

**POLAROID France**

**RICOH France**

**SAMSUNG France**

**SIGMA France**

**TECHNI-CINE-PHOT**

**VIVITAR France**