



## Bilan et Analyses de l'année 2001

### Année de succès et de transition entre Argentique et Numérique

Les ventes d'Appareils Photo continuent de représenter près de 13% du marché en valeur des produits de biens de consommation de l'électronique grand-public en 2001.

En France, le parc d'Appareils Photos Argentique est estimé à près de 21 000 000 et celui des Appareils Photo Numérique à 1 200 000, soit un parc à 95% Argentique et à 5% Numérique.

#### Philippe MAUMY – Président du SIPEC

*« Les années se suivent et se ressemblent et le cru 2001 se sera soldé par un marché en croissance de 11% en valeur (ventes constructeurs-distribution).*

*Les évolutions constatées en 2000 se sont poursuivies en 2001 avec une forte croissance du marché du numérique, dont on peut désormais affirmer qu'il entre dans une ère de grande consommation, et un repli du marché de l'argentique sur les appareils reflex et l'APS (moyen – haut de gamme) alors que les ventes de compacts autofocus 135 mm sont quasiment stables.*

*Les événements de la fin d'année n'ont que peu perturbé le marché qui reste tiré par les technologies du numérique tant au niveau du matériel de prise de vues qu'à celui des minilabs.*

*Coté SIPEC, le syndicat a accueilli début 2002 les deux dernières sociétés qui manquaient pour que la représentativité du syndicat soit quasi totale sur la photo numérique (elle l'est sur l'argentique), Sony et Hewlett Packard. Ces nouveaux arrivants viendront enrichir les travaux de réflexion entamés depuis longtemps par le syndicat, pour favoriser le développement de nos métiers, ce qui constitue l'objectif permanent du SIPEC depuis sa création. »*

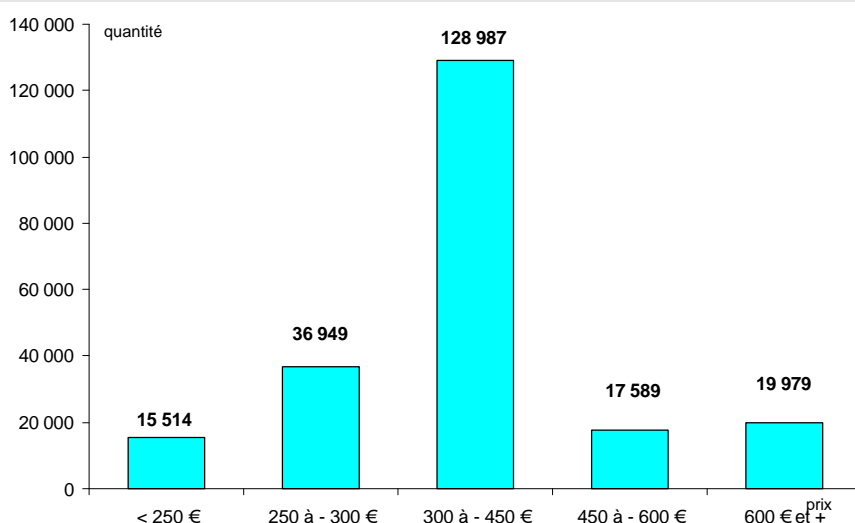
#### Sommaire :

Marché des Appareils Photo Reflex & Compacts	Page 2
Marché des Appareils Photo Numérique & saisonnalité	Page 3
Répartition des ventes des Appareils Photo en 2001	Page 4
Marché des Jumelles	Page 5
Marché des Minilabs	Page 5
Les chiffres de Ventes de 1996 à 2001	Page 6-7
Adhérents, Contact, Organisation	Page 8

## Marché des Reflex en 2001, par tranche de prix

Avec 219 000 ventes en 2001, les Reflex 24x36 et APS sont en recul par rapport à 2000. Ceci est dû à une arrivée de nouveautés globalement moins significatives comparées à celles du «Numérique» dans la zone de prix correspondante.

Près de 60% des quantités de Reflex se situent dans la tranche de prix médiane. 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 2001

Avec 1 600 000 unités en 2001, les Compacts «Argentique» représentent 76% des ventes d'Appareils Photo en France .

Globalement on peut noter une évolution forte des ventes de Compacts disposant d'un zoom (53% du marché). Les appareils fix-focus représentent 29% et les compacts autofocus 18% du marché global.

Les Compacts 24x36 ont un prix de vente moyen plus élevé que les «APS»; 61% des Compacts 24x36 vendus sont autofocus et équipés d'un zoom.

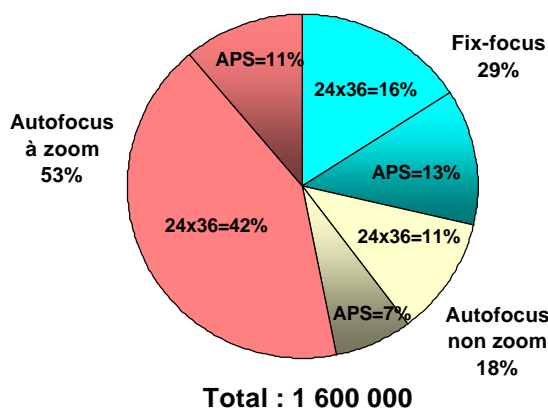
Près d'un Compact sur trois vendus (31%) aura été un Compact APS.

Ce standard demeure apprécié pour sa simplicité de fonctionnement, le choix de 3 formats possibles, un chargement du film sécurisé, une miniaturisation et une esthétique particulièrement réussie.

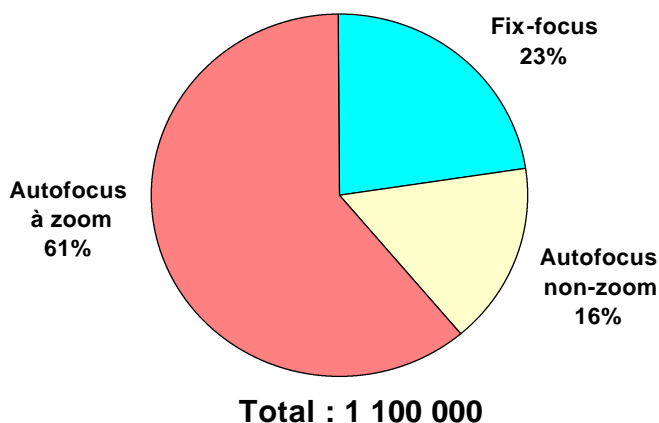
Concernant les périodes d'approvisionnement des magasins, la saisonnalité reste forte aux mois d'avril/mai ainsi qu'en octobre/novembre restant des mois «phares» pour l'implantation en magasin.

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.

### Appareils photos compact 24x36 + APS Année 2001



### Appareils photos compact 24x36 Année 2001



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

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

En 2001, la progression aura été de +76% en quantité, avec plus de 584 000 pièces vendues.

Le PVM (prix de vente moyen) se maintient avec 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

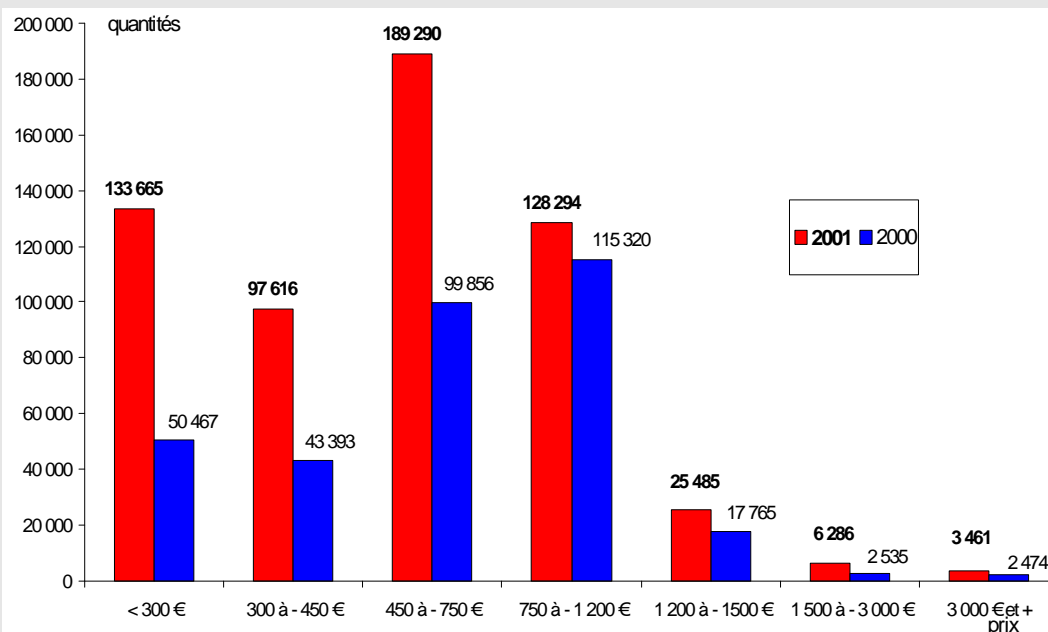
l'offre Appareils Photo Numérique dans le segment d'entrée de gamme avec des prix de vente inférieurs à 450 € TTC. Celle-ci est permise par l'utilisation d'une technologie basique pour un usage limité à l'Internet ou l'impression de petits formats (10x15cm).

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 2001 (plus de 24 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 2001 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.

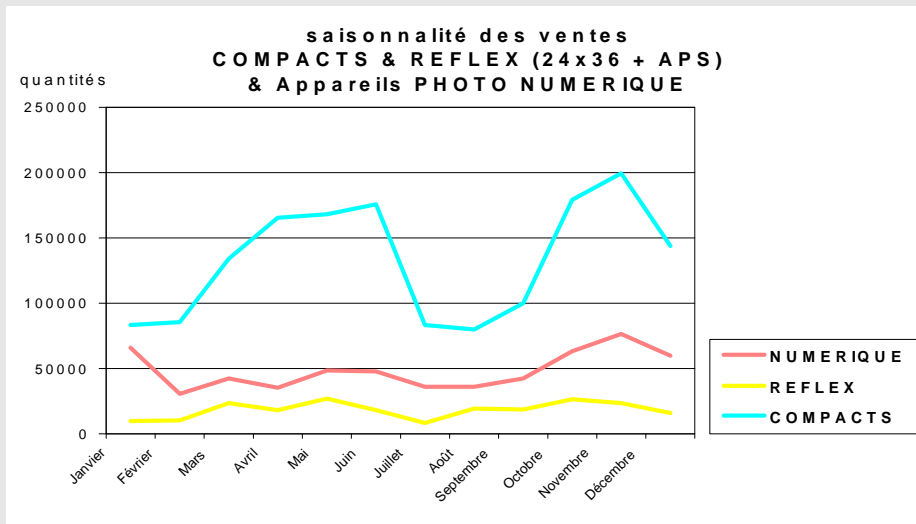
De plus, on peut noter que le «Reflex Numérique» devient plus abordable, tant pour les photographes professionnels que pour les industriels, avec des qualités d'image en forte progression. Les offres «Reflex Numérique» déjà développées en 2001, devraient être plus nombreuses en 2002.



## Saisonnalité des Ventes des Appareils Photo en France en 2001

On constate sur ce graphique la forte saisonnalité des ventes d'Appareils Compacts très marquée en mai-juin et correspondant aux achats «pré-vacances» de la saison d'été.

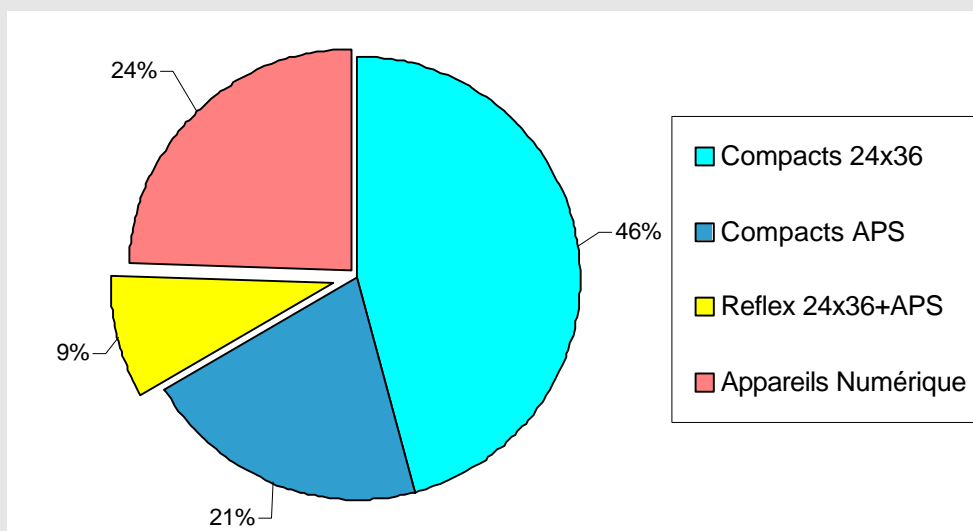
Le reste de l'année, l'harmonie des ventes sur les trois types d'Appareils Photo se vérifie.



## Répartition quantitative des ventes des Appareils Photo en 2001

Dans une conjoncture difficile et en retrait dans beaucoup de métiers, il est à noter qu'avec plus de 2 400 000 Appareils Photo vendus, le marché affiche une excellente santé en chiffre d'affaires (+13% en valeur).

Avec 67% des ventes, les Compacts 24x36 & APS jouent un rôle primordial sur ces résultats quantitatifs.



Les Reflex continuent à correspondre au choix privilégié des «amateurs avertis» avec 9% des ventes réalisées.

Les Appareils Photo Numérique représentent dorénavant 24% du marché en quantité, doublant presque sa représentativité par rapport à l'année dernière.

En résumé, 3 appareils Photo sur 4 vendus auront été «Argentique» (1 800 000 unités), 1 sur 4 «Numérique».

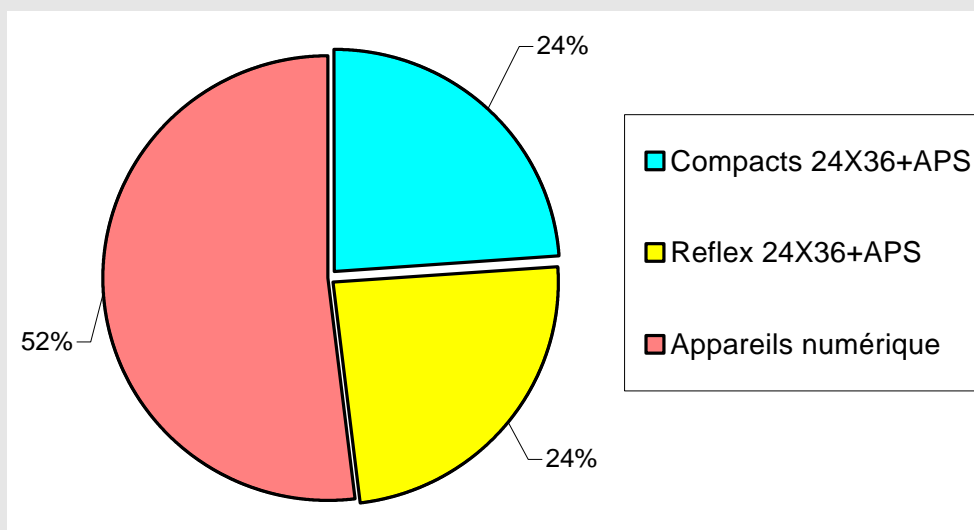
D'autre part, le parc actuel d'Appareils Photo Argentique est estimé en France à environ 21 millions; celui des Appareils Photo Numérique se situe à 1 200 000 pièces, soit un peu plus de 5% du parc total d'appareils...Le formidable marché de la Photo voit donc son évolution assurée et pérennisée avec un développement permanent et conjoint des deux technologies.

## Répartition en C.A. des Ventes des Appareils Photo en 2001

Le Numérique réalisent 52% du chiffre d'affaires total des Appareils Photo vendus.

L'Argentique se répartit les 48% restant, soit pour moitié les Reflex avec 24% et les Compacts avec 24%.

Logique répartition vu la valeur ajoutée de ces catégories de produits, mais résultats significatifs à comparer avec le tableau ci-dessus.



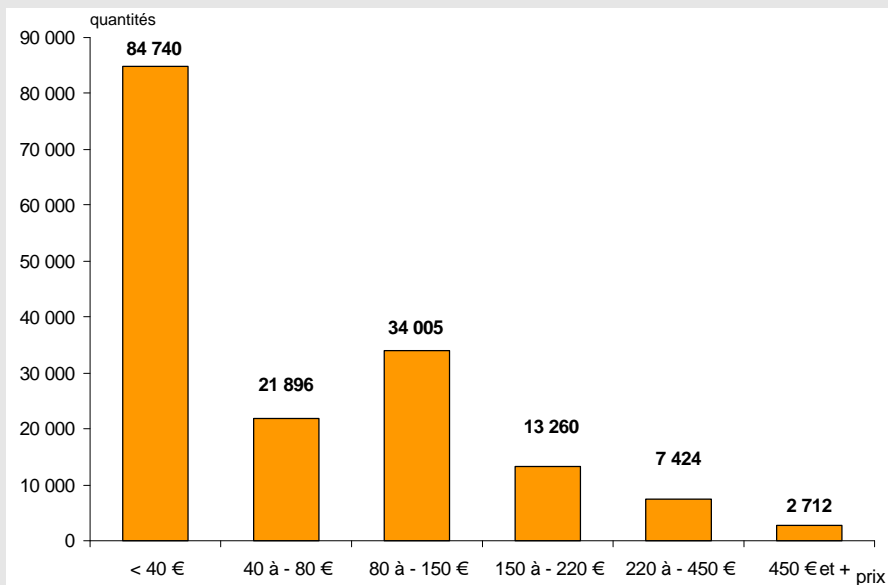
## Marché des Jumelles en 2001, par tranche de prix

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

Avec 165 000 paires de «Jumelles de Marques» vendues en 2001, ces produits s'adaptent à toutes les situations de l'observation humaine.

A remarquer que plus de 52% des jumelles sont vendues à un prix de vente TTC inférieur à 40 euros.

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

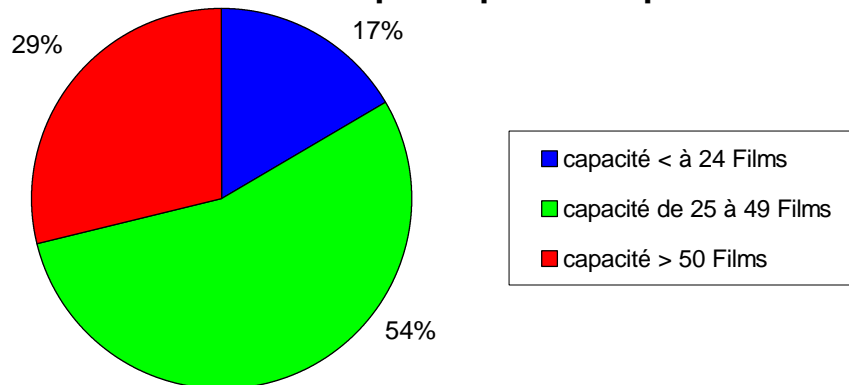
### Un résultat stimulant en 2001.

Après une année passée record, le chiffre d'affaires cumulé 2001 reproduit celui de 2000, soit plus de 60 millions d'€uros.

L'activité «Minilab», stimulée par l'arrivée d'équipement de nouvelle génération, bascule, elle aussi, vers le Numérique, représentant les 2/3 des ventes de Minilabs en 2001.

Près de 600 Minilabs ont été installés au cours de la même année assurant le renouvellement de plus de 12% du parc machines français (évalué par le Sipec à 5 000 unités).

### répartition du parc MINILABS par capacité de production



**Création et succès du MinilabShow.** Le SIPEC est heureux d'avoir contribué à dynamiser la profession en 2001, en organisant deux MinilabShow (Nîmes et Paris), réunissant les sept fabricants de minilabs.

### Un saut technologique qui stimule le marché.

L'activité du traitement photo par les Minilabs pèse en France près du 1/3 du marché total en volume.

Le chiffre d'affaires global généré par l'activité travaux photo en France est évalué à près de 1,7 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 «numérique» permet aux exploitants de ces équipements en pleine expansion de s'ouvrir aux marchés grand public et entreprises.

## APPAREILS REFLEX

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
<b>REFLEX</b>	233 000	283 000	279 000	285 000	252 000	<b>219 000</b>	-13%

99% des Reflex vendus sont 24x36, alors qu'en 2000 la proportion était de 94% pour le 24x36 et 6% pour l'APS. Le prix de vente moyen «Reflex» se maintient en 2001.

Malgré tout, il est clair de constater que la clientèle informatisée (30% des familles) bascule vers le «Numérique» et influence dorénavant les résultats de «l'Argentique».

## APPAREILS COMPACTS

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
<b>COMPACTS</b>	1 530 000	1 843 000	1 900 000	2 151 000	1 921 000	<b>1 600 000</b>	-17%
<b>dont autofocus</b>	900 000	1 225 000	1 326 000	1 454 000	1 265 000	<b>1 140 000</b>	-10%

Ce tassement des ventes correspond à un recul important des ventes de Compacts APS (-27%) dû à un choix produits plus restreint que les années précédentes et à un effort particulier de renouvellement de gammes et de performances des 24x36.

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
<b>dont 24x36</b>	1 330 000	1 358 000	1 263 000	1 345 000	1 239 000	<b>1 100 000</b>	-11%
<b>dont autofocus 24x36</b>	750 000	931 000	920 000	964 000	867 000	<b>850 000</b>	-2%

En 2000 une opération spéciale et importante n'a pas été renouvelée en 2001, ce qui explique la baisse de 11% des ventes de Compacts 24x36 et partiellement celle de 17% du total Compacts.

Cependant, les ventes d'«Autofocus» sont stables (-2%) et celles des «zoom Autofocus» progressent de 3%.

## APPAREILS PHOTO NUMÉRIQUE

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
<b>PHOTO NUMÉRIQUE</b>	14 000	40 000	88 000	179 000	332 000	<b>584 000</b>	+76%

Les ventes d'Appareils Photo Numérique poursuivent leur progression, en adéquation avec la nouveauté technologique, la simplicité et la convivialité immédiate de consultation des résultats pour l'utilisateur.

Avec l'introduction en 2001 d'Appareils Photo Numérique atteignant une résolution de 5 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.

Un léger tassement du prix de vente moyen de cette famille «Numérique» démontre sa maturité en 2001 et une prévision optimiste de poursuite de ce succès est évidente pour 2002.

---

## OBJECTIFS

---

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
<b>OBJECTIFS</b>	406 000	410 000	426 000	452 000	388 000	<b>334 000</b>	-14%

Les résultats correspondent avec ceux des Reflex; le ratio ventes «Objectifs/Reflex» reste excellent (1,53).  
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

---

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
<b>FLASH</b>	73 000	78 000	76 000	68 000	62 000	<b>55 500</b>	-11%

Les résultats sont liés à ceux des Reflex.  
Ils représentent toujours 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

---

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
<b>JUMELLES</b>	185 000	211 000	204 000	237 000	190 000	<b>164 000</b>	-14%

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

---

## APPAREILS MOYENS FORMATS

---

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
<b>MOYENS FORMATS</b>	950	770	1 100	1 320	980	<b>770</b>	-21%

L'absence de nouveautés significatives d'Appareils Moyens Formats et l'attrait pour les Appareils Reflex Numérique récents sont les raisons majeures du recul des ventes en 2001.

---

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

Syndicat affilié 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>

ou

<http://www.ficime.fr>

**Le SIPEC** réunit les 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 31 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 :** **Philippe MAUMY**  
Directeur Division Photo OLYMPUS France

**Vice-Président:** **Baudouin PROVE**  
Directeur Général SIGMA France

**Trésorier :** **Jacques-Yves BERNARD**  
Directeur Général GRETAG IMAGING France

**Administrateurs :** **Christine FILDIER**  
Directeur Division Photo KODAK PATHE

**Bernard DENEVI**  
Directeur Division Image NIKON France

**Michel DEVELAY**  
Vice-Président FUJIFILM France

**Alain LOCQUENEUX**  
Directeur Division Photo MINOLTA France

## Les 31 SOCIÉTÉS membres du SIPEC au 1er janvier 2002

**AGFA GEVAERT**

**BOGARD**

**CANON Communication & Image France**

**CONCORD Camera France**

**EPSON France**

**FUJIFILM France**

**GRETAG Imaging France**

**HAMA**

**HASSELBLAD France**

**HEWLETT PACKARD 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**

**SONY France**

**TAMRON France**

**TECHNI-CINE-PHOT**

**VIVITAR France**