

avril 2003

Bilan et Analyses de l'année 2002

Le succès spectaculaire du numérique corrige le recul constaté de l'argentique

Le parc d'appareils photo progresse de plus de 10% en France avec plus de 22.000.000 d'unités répartis pour 90% en argentique et 10% en numérique.

Les appareils photo représentent en valeur près de 15% du marché des produits de biens de loisirs.

Philippe MAUMY – Président du SIPEC

Après une année exceptionnelle en 2001, 2002 aura été un excellent cru pour le marché de la photo et ce dans un contexte économique hésitant. Si toutes les lignes de produits de l'électronique grand public auront connu des fortunes diverses en 2002, la Photo (dont la locomotive est l'appareil numérique) aura tiré le marché de l'électronique de loisir avec le Home Cinéma.

Bien évidemment le numérique avec une croissance de 87% en quantité et de 71% en valeur est le vecteur de croissance de notre marché depuis 4 ans. Le cap du million d'unités vendues aura été franchi pour 2002 et l'on parle de plus de 1,9 millions d'unités pour 2003. Ce marché se segmente fortement et déjà se dessinent les tendances pour 2003, à savoir un accroissement du volume sur les segments d'entrée de gamme et une offre de boîtiers professionnels très diversifiée.

L'argentique souffre principalement en APS sur les segments moyens et haut de gamme, les reflex et compacts zoom tirent mieux leur épingle du jeu.

2003 sera pour le SIPEC une année importante avec le développement des salons du MINILAB et du moyen format (nouveau 2003) et la préparation du Mondial 2004 qui pour sa deuxième édition comprendra de nombreuses innovations et souhaite être le lieu de rassemblement de toute la profession.

Malgré un contexte économique et politique difficile 2003 sera pour notre profession une année de croissance forte propice au développement de la photo. Qui pourra s'en plaindre !

Sommaire :	Marché des Appareils Photo Reflex & Compacts	Page 2
	Marché des Appareils Photo Numérique & Saisonnalité Photo	Page 3
	Répartition des ventes des Appareils Photo en 2002	Page 4
	Marché des Jumelles	Page 5
	Marché des Minilabs	Page 5
	Les chiffres de Ventes de 1997 à 2002	Pages 6-7
	Adhérents, Contact, Organisation	Page 8



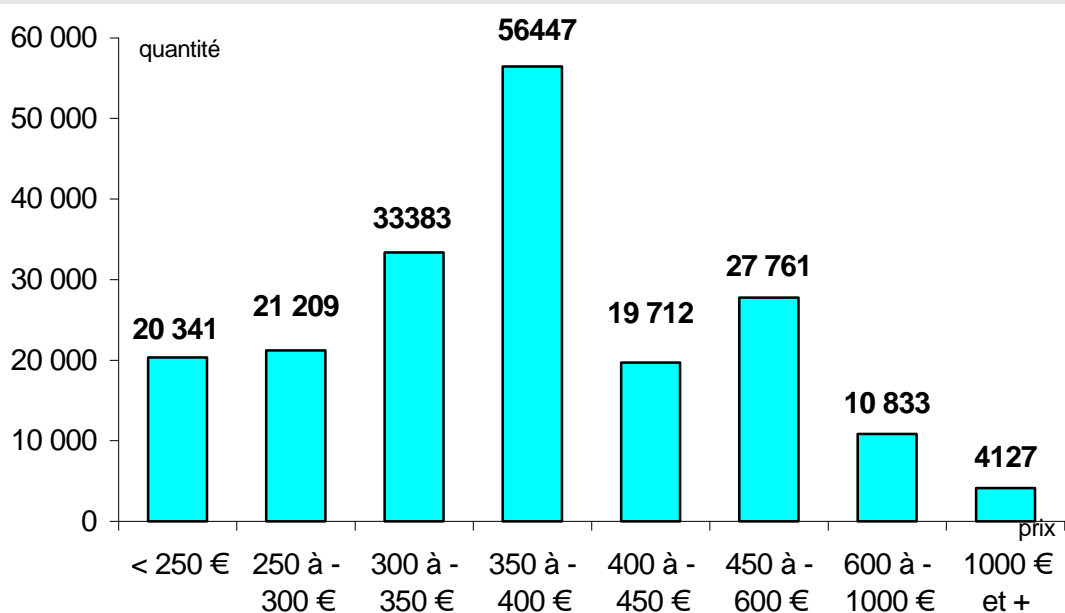
Marché des «Reflex Argentique» en 2002, par tranche de prix

Les «amateurs avertis» continuent de préférer le Reflex Argentique n'ayant pas encore le choix et l'accessibilité-prix pour son équivalent Numérique.

Les 194.000 Reflex vendus en 2002 le prouvent en constatant tout de même l'érosion de leurs ventes par rapport à 2001.

Près des 2/3 des Reflex se situent dans les tranches de prix de ventes constatés inférieurs à 400 euros.

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



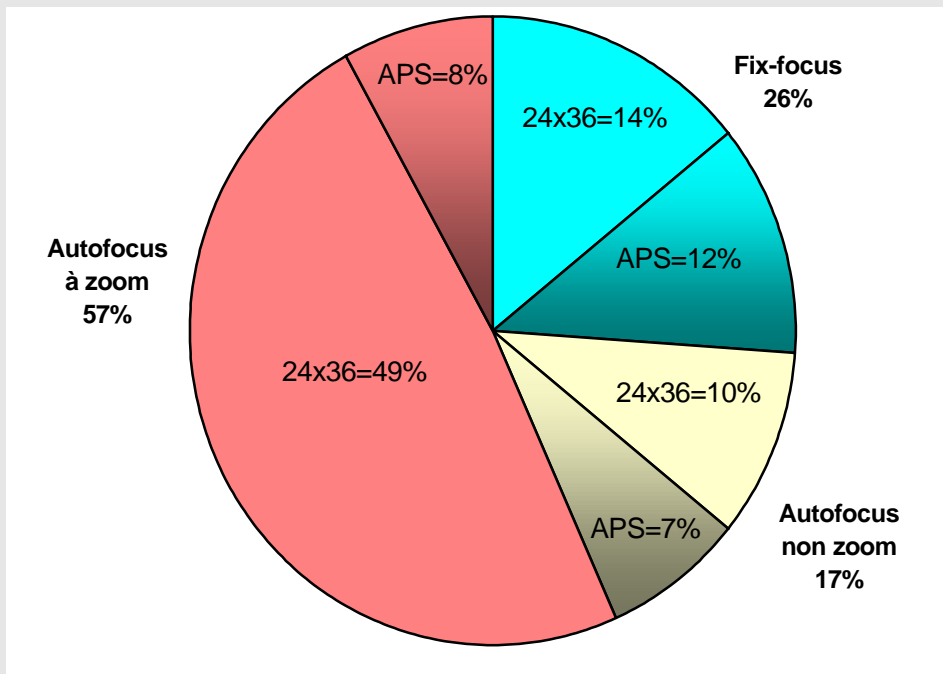
Marché des appareils photos «Compact Argentique» en 2002

Avec 1.230.000 unités en 2002 et malgré une baisse des ventes de 23% en quantité, les Compacts « Argentique » représentent, 48% des ventes d'appareils photo en France .

Globalement on peut noter une évolution des ventes de Compacts disposant d'un zoom (57% du marché).

Les appareils fix-focus représentent 26% et les Compacts autofocus 17% du marché global.

Le recul de l'APS, qui s'accroît de façon drastique, est dû à un resserrement des gammes présentées par les fabricants. Près de trois Compacts sur quatre vendus sont 24x36.



Loin d'être concurrent de la technologie numérique, le Compact Argentique reste l'achat préféré 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.

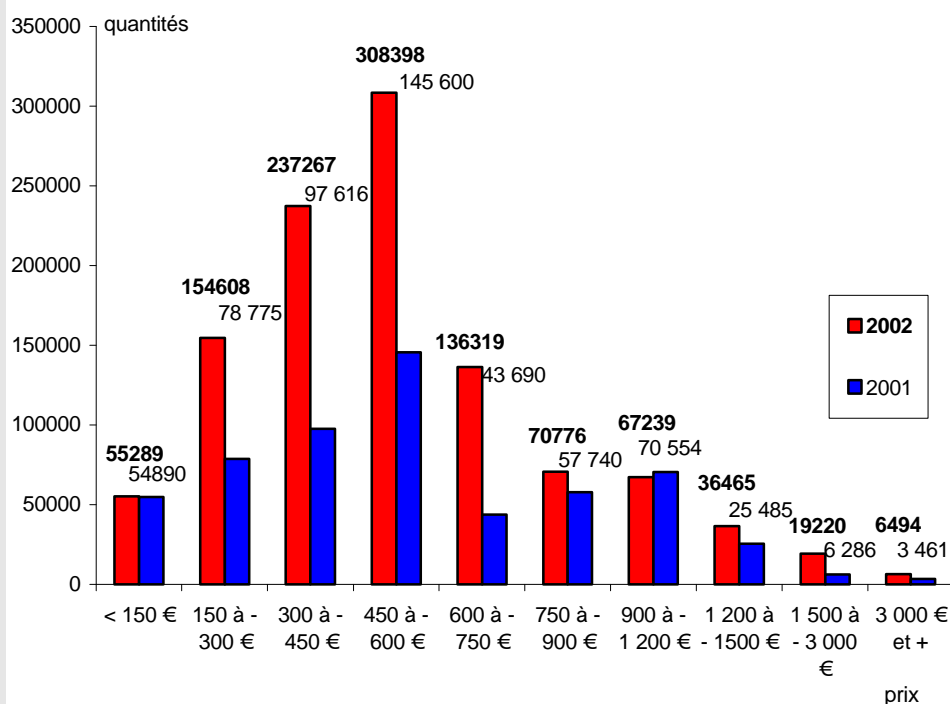
Marché des Appareils Photo Numérique, par tranche de prix

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

En 2002, la progression a été de 87% en quantité, avec près de 1.100.000 pièces vendues.

Le PVM (prix de vente moyen) baisse légèrement avec un renouvellement de gamme important et fréquent apportant aux nouveautés plus de performances, sans changement de prix significatif.

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, représente près de 41% des ventes. Celle-ci est permise par l'utilisation d'une technologie basique pour un usage limité à l'Internet ou l'impression de petits formats (10x15 cm). Le milieu de gamme, compris entre 450 et 750 €, représente aussi plus de 40% des ventes en 2002.



Le marché appartient en grande partie aux fabricants d'Appareils Photo Argentique. Le nombre de marques présentes sur le marché évolue avec 16 marques « photo » et 6 marques du monde de l'électronique.

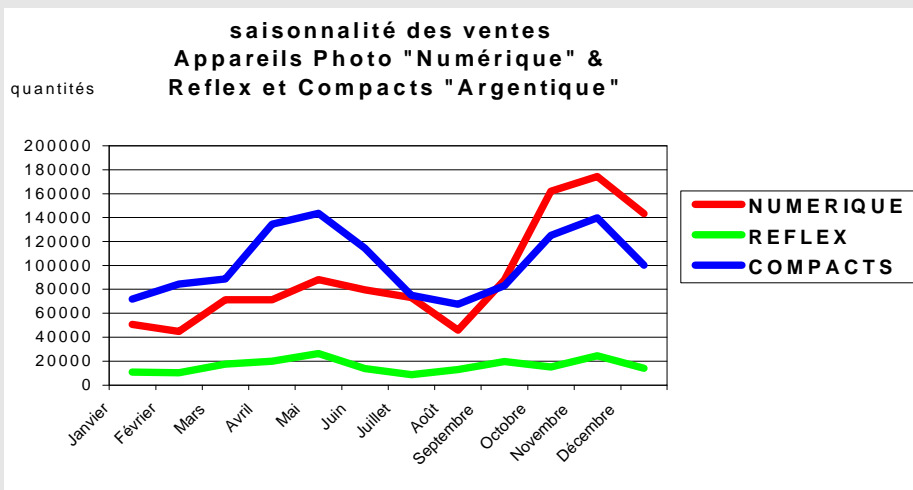
L'évolution rapide des Nouvelles Technologies liées à l'Image devrait voir apparaître des nouveaux produits interconnectables avec ceux des Télécommunications. L'année 2002 a aussi montré que l'Appareil Photo Numérique pouvait devenir un véritable « outil » multimédia par l'adoption de nouvelles fonctionnalités, telle que la lecture audio au format MP3, l'enregistrement de séquences vidéo et le téléphone portable qui préfigurent ainsi une nouvelle génération 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 2002, seront plus nombreuses en 2003.

Saisonnalité des Ventes des Appareils Photo en 2002

On constate sur ce graphique la saisonnalité des ventes d'Appareils Numérique correspondant à celle de l'Argentique (marquée en mai-juin et en octobre-novembre)

En fin d'année 2002, les ventes se sont accélérées pour les Appareils Photo Numérique, créant une situation pénurie dans l'approvisionnement des marques, liée au succès de la demande consommateur.



Répartition quantitative des ventes des Appareils Photo en 2002

Dans une conjoncture difficile et en retrait dans beaucoup de métiers, il est à noter qu'avec plus de 2.510.000 appareils photo vendus, le marché affiche une excellente santé en chiffre d'affaires (+13% en valeur).

Avec 48% des ventes, le Compact Argentique reste l'appareil photo le plus vendu.

Les Reflex continuent à correspondre au choix privilégié des « amateurs avertis » avec 8% des ventes réalisées.

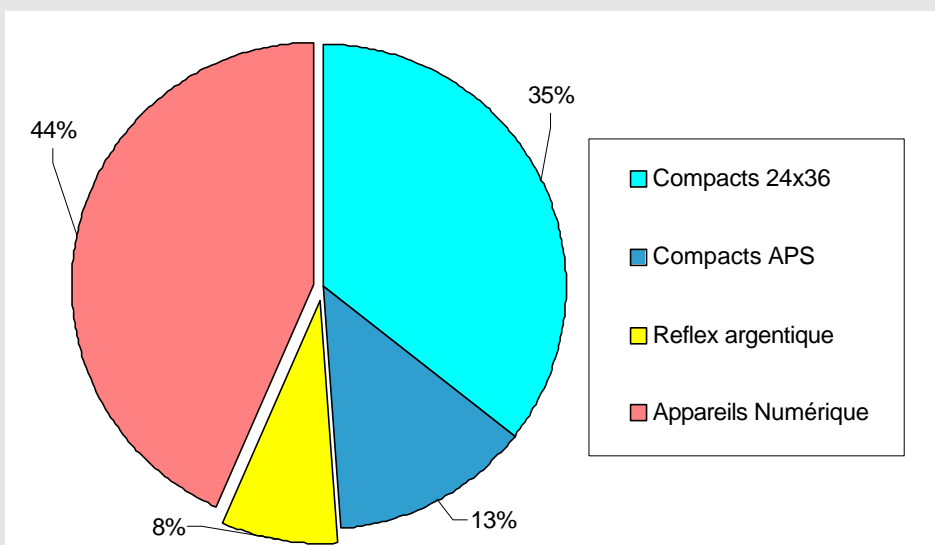
Les Appareils Photo Numérique représentent 44% du marché en quantité, doublant presque sa représentativité par rapport à l'année dernière.

En résumé, 56% (1.420.000 unités) appareils Photo vendus auront été « Argentique » et 44% (1.092.000 unités) « Numérique ».

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 2.200.000 pièces, soit plus de 10% du parc total d'appareils.

Pour compléter l'analyse située en dehors de cette statistique, 21 millions de « PAP », appareils « prêt à photographier » ou « jetables » se situant à mi-parcours entre le compact et le film photo, ont été vendus en 2002.

Le formidable marché de la Photo voit donc son évolution assurée et pérennisée avec un développement permanent et conjoint des deux technologies.

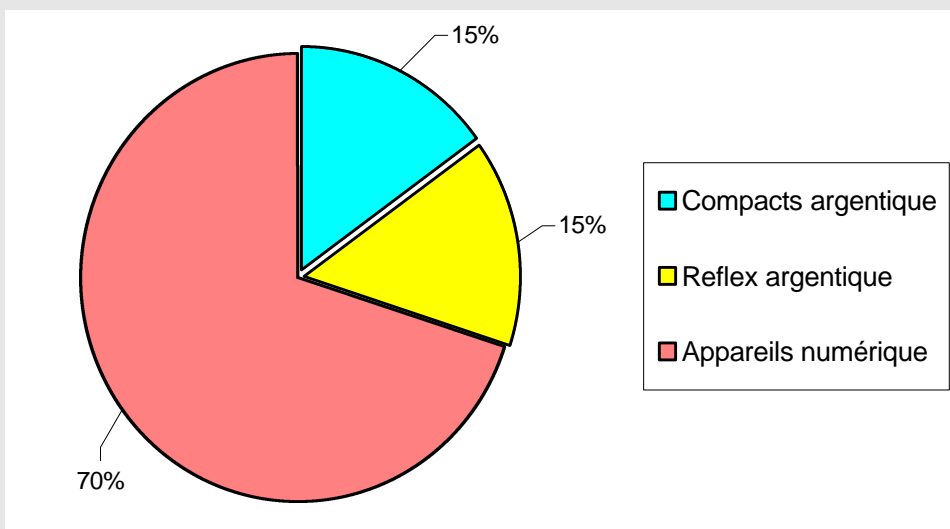


Répartition en valeur des Ventes des Appareils Photo en 2002

Le Numérique réalise 70% du chiffre d'affaires total des Appareils Photo vendus.

L'Argentique se répartit les 30% restant, soit pour moitié les Reflex avec 15% et les Compacts avec 15%.

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

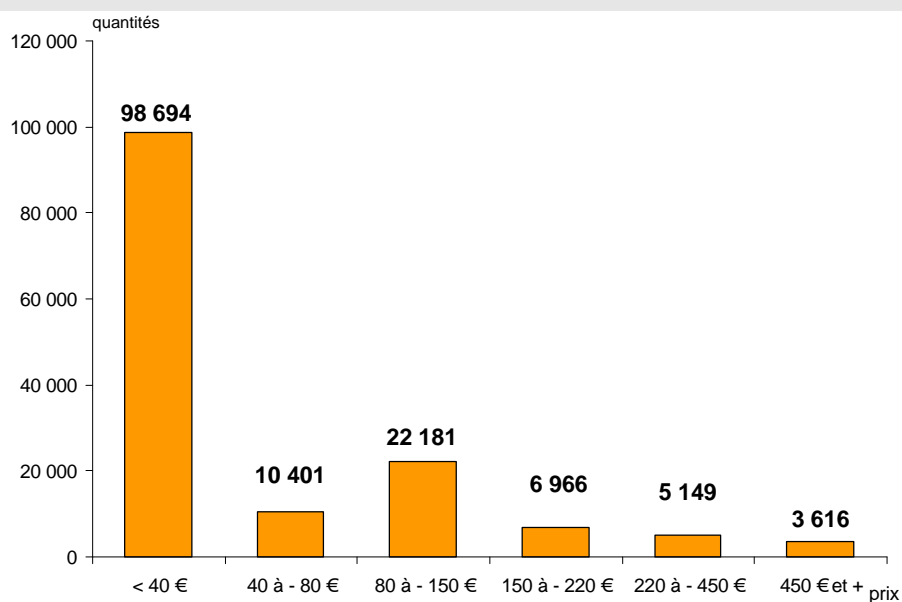


Marché des Jumelles en 2002, par tranche de prix

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

Avec 150.000 paires de « Jumelles de Marques » vendues en 2002, ces produits s'adaptent à toutes les situations de l'observation humaine.

Les ventes de jumelles à moins de 40€ progressent de 16% et représentent 67% des ventes en 2002. A l'autre extrémité les ventes de jumelles de plus de 450€ progressent de 33% grâce aux nouvelles technologies insérant stabilisateurs optiques et satisfaisant les professionnels et utilisateurs passionnés de chasse et d'observation.



Marché des Minilabs en 2002

Des résultats encourageants

Avec un chiffre d'affaires cumulé de près de 85 millions d'euros, l'activité stimulée par l'arrivée d'équipement de nouvelle génération, a affiché une croissance record durant l'année 2002. Près de 680 minilabs (+ 19 % en valeur et +18 % en quantité) ont été installés au cours de l'année assurant le renouvellement de plus de 12 % du parc machines en France.

Ainsi 24% du parc, évalué en 2002 par le SIPEC à environ 4.900 unités, a été renouvelé en trois ans, en numérique.

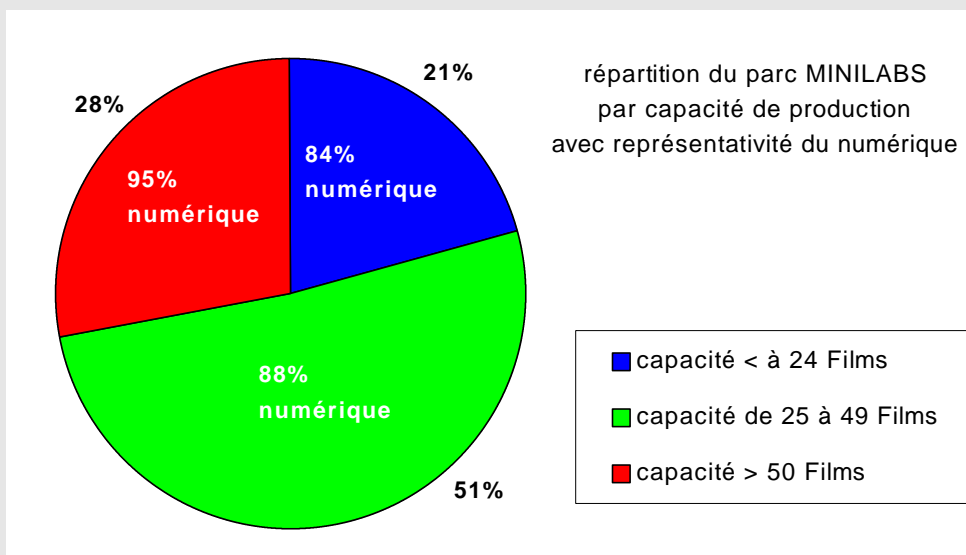
Un saut technologique qui stimule le marché

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 2 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 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.



APPAREILS REFLEX

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
REFLEX	283 000	279 000	285 000	252 000	219 000	194 000	-12%

Malgré un tassement des ventes depuis trois ans, le Reflex continue d'intéresser les amateurs avertis. Les performances du Reflex Argentique dominant le marché de la photo avec un rapport qualité-prix exceptionnel.

APPAREILS COMPACTS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
COMPACTS	1 843 000	1 900 000	2 151 000	1 921 000	1 600 000	1 228 000	-23%
dont autofocus	1 225 000	1 326 000	1 454 000	1 265 000	1 140 000	909 000	-20%

Le succès grandissant de l'Appareil Photo Numérique justifie la chute globale des ventes des Compacts en 2002. Malgré tout le Compact autofocus avec zoom intégré représente 57% des ventes de Compacts, représentativité en hausse par rapport à 2001.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
dont 24x36	1 358 000	1 263 000	1 345 000	1 239 000	1 100 000	893 000	-19%
dont autofocus 24x36	931 000	920 000	964 000	867 000	850 000	717 000	-15%

Le recul des ventes de l'APS, dû principalement à une réduction drastique de l'offre constructeur, est plus important que celui du 24x36.

APPAREILS PHOTO NUMÉRIQUE

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
PHOTO NUMÉRIQUE	40 000	88 000	179 000	332 000	584 000	1 092 000	+87%

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 2002 d'Appareils Photo Numérique atteignant une résolution de plus 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 2002 et une prévision optimiste de poursuite de ce succès semble évidente pour 2003.

De plus, la progression du nombre de foyers équipés d'un ordinateur se poursuit, atteignant 36% en 2002.

OBJECTIFS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
OBJECTIFS	410 000	426 000	452 000	388 000	334 000	305 000	-9%

Le ratio ventes « Objectifs/Reflex » reste excellent (1,57).

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

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
FLASH	78 000	76 000	68 000	62 000	55 500	48 000	-13%

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

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
JUMELLES	211 000	204 000	237 000	190 000	164 000	147 000	-10%

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

APPAREILS MOYENS-FORMATS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
MOYENS-FORMATS	770	1 100	1 320	980	770	640	-17%

L'absence de nouveautés significatives d'Appareils Moyens-Formats et l'attrait pour les Appareils Reflex Numérique récents justifient ce recul des ventes en 2002.

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

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, 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 30 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 est 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 Commercial FUJIFILM France

Alain LOCQUENEUX

Directeur Division Photo MINOLTA France

Les 30 SOCIÉTÉS membres du **SIPEC** au 1er janvier 2003

ADOBE Systems France

AGFA-GEVAERT

CANON Communication & Image France

CONCORD Camera France

EPSON France

FUJIFILM France

GRETAG Imaging France

HAMA

HASSELBLAD France

HP France

ILFORD Imaging France

KIS

KODAK-PATHE

KONICA France

KOTOW

KYOCERA YASHICA France

LEICA Camera

MINOLTA France

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