

# La technologie haute définition est une chance à saisir

Autor(en): **Engelberger, Roger**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **12 (2005)**

Heft 11

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980306>

## **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

9 novembre 2005

11

digital imaging Fotointern, revue d'information mensuelle pour les photographes, le commerce et l'industrie photo. Prix de l'abonnement: 36 CHF, 12 numéros

## éditorial



Urs Tillmanns  
Photographe, journaliste  
spécialisé et éditeur de  
Fotointern

*J'ai eu beaucoup de peine à écrire l'article sur la fin d'Agfa (page 5)! Qui aurait pu imaginer qu'une entreprise autrefois florissante – plus grand producteur de films en Europe et marque leader dans le domaine des appareils de laboratoire – disparaîtrait un jour, après 138 années d'existence? Toutes les tentatives faites depuis une bonne année pour sauver Agfa ont échoué car la marque ne disposait pas de produits numériques tendance et personne ne souhaitait ni n'avait les moyens de poursuivre l'entreprise telle quelle. Tout comme un certain nombre de revendeurs photo, cette situation me touche aussi personnellement car au-delà des relations professionnelles, j'ai également entretenu de précieuses relations amicales au sein d'Agfa. C'est peut-être justement là que le bât blesse: de nos jours, tout est plus anonyme et plus terre à terre dans la vie professionnelle. Les contacts humains sont absents. La seule chose qui compte, c'est de gagner, vite et bien, de l'argent... La branche a perdu un grand nom. D'autres occuperont la place laissée vacante. Mais Agfa était le symbole même de la photographie – un symbole dont la branche devra se passer à l'avenir.*

*Urs Tillmanns*

## engelberger «La technologie haute définition est une chance à saisir»



Sur le marché suisse de la photo, la vente par l'intermédiaire de distributeurs joue un rôle de plus en plus prépondérant – avec quelques avantages à la clé pour les revendeurs et les importateurs des marques. Roger Engelberger, propriétaire de la société Engelberger, s'est prêté à notre jeu de questions et réponses.

**Monsieur Engelberger, le Lac des Quatre Cantons a débordé il y a quelques semaines – votre société a-t-elle subi des dégâts?**

**Roger Engelberger:** très peu. Bien que les eaux du lac soient montées très vite, nous avons pu

agir à temps. La cave a été inondée, nous n'avons pas pu mettre tous les produits à l'abri, mais le pire a été évité. Nous n'avons pas travaillé pendant deux jours, nos téléphones ne fonctionnant plus suite à une coupure d'électricité,

mais tout est ensuite rentré dans l'ordre.

**Les dégâts dus aux inondations entraîneront-ils des retards de livraison?**

Cet incident n'a pas de répercussion sur la disponibilité des produits. Les problèmes de livraison sont imputables aux intervalles de temps courts des produits. Des retards de livraison sont parfois possibles lors du lancement de modèles à succès.

**Quels sont les produits les plus en vue de votre assortiment?**

Les reflex numériques ont le vent en poupe, les modèles Canon EOS 350D et EOS 5D sont deux de nos produits vedettes, mais les produits professionnels tirent également leur épingle du jeu. Les appareils photo et notamment aussi les caméscopes Sony sont très demandés, et à notre grand regret nous ne pouvons livrer tous les modèles aussi rapidement que nous le voudrions. Au niveau des cartes mémoire, seules les cartes XD de certaines

Suite à la page 3

## sommaire

## Mégazooms: une alternative aux reflex

page 6

### adieu agfa

La reprise d'Agfaphoto a échoué, les procédures de liquidation sont entamées.

Page 5

### mamiya 645

Deuxième édition du moyen format – encore plus adapté à la photographie numérique.

Page 13

### ccd abîmés

Sept marques de boîtiers concernées par la livraison de CCD défectueux de Sony.

Page 14



## La photographie sans poussière avec le E-500

Que préférez-vous: des traces de poussière sur vos photos ou le plus léger reflex numérique existant? Des tâches clairessemées ou un filtre à onde supersonique unique et breveté? Des retouches cauchemardesques ou 35.000 vibrations/seconde qui nettoient un capteur de 8 millions de pixels? Découvrez le reflex numérique compact E-500 de la gamme E-System d'Olympus avec écran LCD 2,5"/6,4cm HyperCrystal, technologie 4/3 (FourThirds), conçu spécialement pour la gamme d'objectifs ZUIKO DIGITAL sur [www.olympus.ch](http://www.olympus.ch). Gardez ce que vous aimez.



**E-SYSTEM** E-500

**OLYMPUS**

Your Vision, Our Future

Suite de la page 1

capacités ne sont pas livrables de suite chez SanDisk, mais aussi chez d'autres fabricants.

**Où en est le marché des caméscopes, est-il encore intéressant pour le commerce photo?**

Ces dernières années, la baisse du prix moyen a fait reculer quelque peu le marché des caméscopes. Or ce marché recèle un potentiel important, souvent mal exploité. Les nouveaux caméscopes haute définition, au niveau desquels Sony joue un rôle de pionnier, s'adressent aux amateurs avertis et sont de ce fait un produit typique pour le commerce spécialisé. Le modèle HCI de Sony, vendu au prix de 3 298 CHF, cible les professionnels et les vidéastes amateurs. S'il veut se positionner dans ce segment, le commerçant doit faire la démonstration de la qualité HD avec un écran également HD. **Hormis les modèles HD, d'autres caméscopes sont-ils très prisés?**

Les Mini DV constituent actuellement le standard d'enregistrement des caméscopes, mais les appareils Mini DVD sont en train de les prendre de vitesse. Rares sont les personnes qui retouchent les films, les graveurs de DVD sont donc optimaux si l'on se contente des fonctions d'enregistrement et de lecture. Tôt ou tard, tous les caméscopes se convertiront aux cartes Flash.

**... un marché sur lequel vous êtes très bien placé avec les produits SanDisk. Comment les prix vont-ils évoluer?**

SanDisk est numéro un mondial. En Suisse, la marque est encore mieux établie puisqu'elle détient une part de marché de plus de 50 pour cent. Les consommateurs suisses connaissent parfaitement les produits et achètent de nombreuses cartes High Speed. Les prix ont diminué de moitié en un an, les cartes standard SD et CF sont vendues actuellement au prix de 115 CHF environ pour 1 Go. Mais avant Noël, elles devraient encore baisser jusqu'à 99 CHF. Cette évolution des prix a un avantage: les consommateurs achètent plus de cartes. Cette

technologie convient aussi pour l'archivage grâce à la sécurité élevée des données. Mais il est vrai que les cartes mémoire sont encore bien plus chères que les cassettes Mini-DV.

**Quelles innovations y a-t-il dans le domaine des cartes mémoire?**



«Les caméscopes et les projecteurs ne sont pas une priorité pour le commerce photo car ils exigent des investissements pour être présentés de manière appropriée.»

Roger Engelberger, propriétaire d'Engelberger

Dans le segment des téléphones portables multimédias, des cartes mémoire de 1 Go sont désormais proposées. Les lecteurs MP3 intégrés dans certains modèles – et non pas les appareils photo – sont à l'origine de cette évolution rapide. Quatre types de cartes sont utilisées dans les téléphones: Mini-SD, Memory-Stick Pro Duo (chez Sony Ericsson), Micro-SD (technologie Trans-Flash chez Motorola et chez Nokia sur certains modèles) ainsi que la carte mobile MMC, qui succède à la carte RS-MMC. Celle-ci bénéficie de la nouvelle technologie de 1,8 V mise en œuvre dans les téléphones.

**Vous avez repris dernièrement les produits Gepe d'Image Trade. Comment cette marque s'intègre-t-elle dans votre éventail de produits?**

Gepe s'harmonise parfaitement avec notre assortiment et nous faisons en sorte de présenter les produits Card Safe chez les revendeurs photo en même temps que les cartes mémoire. Il est important de protéger les cartes d'autant plus que le boîtier de quatre cartes ne coûte que 19,90 CHF. Il existe aussi des boîtiers pratiques de deux cartes ainsi que des boîtiers pour cartes mémoire de téléphones portables, etc. Ainsi, par exemple, les utilisateurs de téléphones multimédias peuvent emporter plusieurs cartes avec des morceaux de musique différents.

**Quelle importance revêtent les projecteurs pour le commerce**

**photo, quelles marques représentez-vous?**

Les projecteurs ne sont pas encore une priorité pour le commerce photo car ils exigent des investissements et un local de présentation. Toutefois, le conseil étant indispensable lors de l'achat, ils constituent une opportunité in-

teressante. Les revendeurs vendront sans doute peu d'écrans plats, mais ils devraient tout du moins les avoir dans leur assortiment. Nous représentons les marques de projecteurs Canon, Epson et Sony.

**Quels autres produits d'Image Trade avez-vous repris et comment les positionnez-vous?**

La marque Herma pour l'archivage des photos évolue toujours parallèlement à la photographie, elle est très bien établie et dispose d'une gamme de produits stable. La marque Velbon propose un vaste éventail de trépieds, jusqu'aux appareils vidéo et reflex



«La branche TI travaille depuis longtemps avec des distributeurs – les marges réduites exigent une optimisation des coûts et la présentation de plusieurs marques.»

Roger Engelberger, propriétaire d'Engelberger

numériques pour pros. Nous sommes convaincus de la qualité de ces produits et le boom actuel du reflex numérique contribue à leur développement.

**Quels autres produits phare votre assortiment comprend-il?**

Le Sony R1, qui succède au F828, est sans nul doute un boîtier exceptionnel et nous espérons qu'il sera livrable dès la mi-novembre. La marque Polaroid reste aussi un pilier important de notre activité même si le marché de l'image

instantanée est en baisse. Polaroid est le leader des systèmes de photos d'identité et l'introduction du nouveau passeport a boosté ce segment.

**La vente par l'intermédiaire de distributeurs est-elle devenue plus importante en Suisse?**

Depuis l'avènement de la photographie numérique, la concurrence s'est intensifiée. Les marges ont fondu si bien que la pression sur les coûts s'est accentuée. Dans la branche TI où les marges sont très réduites, la vente par l'intermédiaire des distributeurs est passée dans les mœurs depuis belle lurette. Dans le domaine logistique, le fait de pouvoir proposer plusieurs marques aux clients réduit les coûts. Deux modèles s'imposent. L'importateur peut se concentrer sur le marketing et le suivi des clients les plus importants, tandis que le distributeur se charge de la logistique et de la vente auprès de tous les autres clients. Deuxièmement, les marges diminuant, il est indispensable d'augmenter le chiffre d'affaires, mais il n'est plus rentable pour les services externes des importateurs de rendre visite aux petits clients. L'avantage de notre service externe, c'est qu'il peut présenter plusieurs marques et assurer ainsi un suivi optimal des petits clients.

**En quoi le revendeur profite-t-il de ce modèle de distribution?**

Les marges réduites ne permettent plus à l'importateur d'assurer le financement croisé de ses coûts de transaction, il doit demander de plus en plus souvent un supplément pour les petits volumes. Avec un distributeur, le client bénéficie non seulement d'un conseil personnel, mais aussi d'une commande simplifiée et d'une facture unique pour plusieurs marques.