

Le marché se durcit mais le commerce spécialisé a de bonnes cartes

Autor(en): **Geuking, Christian / Bechter, Thomas / Müller, Thomas**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **15 (2008)**

Heft 8

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980338>

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 août 2008 8

digital imaging

Mensuel d'information pour les pros du numérique. Abonnement 12 numéros: 36 CHF

éditorial



Urs Tillmanns
Photographe, journaliste
spécialisé et éditeur de
Fotointern

Pour quelques 100 jeunes gens de Suisse, le début du mois de juin a marqué la fin d'une étape de vie importante en même temps que le début d'une autre: pendant trois ans, ils ont tout appris du métier de photographe et pourront désormais non seulement gagner leur vie grâce à cela, mais aussi vivre au jour le jour la fascination de la photographie. Le passage de l'apprentissage à la vie professionnelle n'est pas une mince affaire. Les exigences sont élevées car le nouvel employeur ou les clients attendront beaucoup de vous. Seuls ceux qui réalisent l'importance de la qualité et qui fournissent des prestations exceptionnelles ont des chances d'évoluer dans le monde actuel très dur des affaires et de gagner plus que la moyenne. Nous avons consacré une page du présent numéro à la procédure de qualification en Suisse Romande afin de vous montrer les meilleurs travaux. Et nous tenons, chers diplômés à vous féliciter pour votre réussite aux examens. Mais comme elle ne correspond pas seulement à la fin d'une étape de vie, mais aussi au début d'une autre, nous vous souhaitons également beaucoup de succès pour votre avenir professionnel.

Urs Tillmanns

nikon «Le marché se durcit mais le commerce spécialisé a de bonnes cartes»



Christian Geuking est appelé à occuper de nouvelles fonctions à Amsterdam. Son successeur à la tête de Nikon Suisse est Thomas Bechter, soutenu par le responsable des ventes Thomas Müller. Ils ont accordé une interview exclusive à Fotointern.

Monsieur Geuking: vous avez repris de nouvelles fonctions au siège principal de Nikon Europe à Amsterdam. En quoi consistent-elles?

Christian Geuking: tout d'abord, je tiens à préciser que je reste

délégué du conseil d'administration de Nikon Suisse. Les activités opérationnelles en revanche seront assumées par Thomas Bechter en tant que General Manager de la division Imaging. Il sera soutenu dans sa tâche par

notre nouveau responsable des ventes, Thomas Müller, de même que par Lukas Jufer pour la division Microscopie.

Depuis l'automne dernier, Monsieur Toshiyuki Masai est le nouveau président de Nikon Europe. Il était auparavant responsable de Nikon USA. Dans le cadre de sa stratégie de renforcement de l'équipe européenne et de développement de la position de marché, il m'a demandé de le soutenir directement dans les domaines de l'orientation stratégique, de la structure d'organisation européenne et du développement du management.

Vous avez travaillé pendant six ans pour Nikon Suisse. Quel bilan dressez-vous de cette période?

Geuking: nous n'avons cessé d'améliorer notre position de marché au cours des dernières années, en ayant toujours pour objectif de devenir le leader du marché suisse de l'image. Nous n'aurions pas réussi cette évolu-

Suite à la page 3

sommaire

formation

La «procédure de qualification» a été mise en œuvre pour la première fois cette année.

Page 9

Test pratique du nouveau Nikon D700

Page 6

sprinter

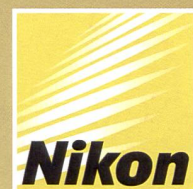
L'Exilim F1 capture jusqu'à 1200 vues par seconde voire 60 vps à pleine résolution.

Page 10

arles

Un air de renouveau a soufflé sur l'édition 2008 du festival Rencontres d'Arles.

Page 12



At the heart of the image

Une photo sensationnelle à saisir à tout instant.
Le Nikon D60



Nikon
D60



10,2
MILLIONS
DE PIXELS

PETIT EN TAILLE
TOUT D'UN GRAND

- Léger et compact
- Système anti-poussière intégré
- Objectifs VR (réduction de vibration)
- Menus conviviaux
- Fonctions d'édition intégrées rapides et simples

EXP_{EED}

La suite sur www.nikon.ch

Suite de la page 1

tion réjouissante sans la bonne coopération, empreinte de confiance, avec nos partenaires commerciaux et sans notre équipe compétente et motivée de collaborateurs. C'est la raison pour laquelle nous avons toujours accordé beaucoup d'importance à l'amélioration de nos relations avec nos clients tout en préparant simultanément notre organisation, nos processus et notre équipe internes à faire face à une concurrence de plus en plus âpre. **Quels ont été les événements majeurs de cette période?**

Geuking: juste avant mon entrée en fonction chez Nikon Suisse, le premier reflex numérique pour les professionnels, le D1, a été présenté à travers le monde. Des appareils destinés au grand public, le D100 et le D70 ont suivi en 2002 voire 2004. Toutes ces étapes du développement des produits ont été cruciales.

Avec la remise des prix TIPA 2008 au D3, au D300 et à l'objectif AF-S f/2,8/14-24mm, tout un système Nikon a en fait été récompensé. Les expériences faites par les professionnels avec nos produits nous confortent dans la voie dans laquelle nous nous sommes engagés, qui privilégie la qualité du signal et le traitement de l'image à une simple maximisation des pixels.

Monsieur Bechter, vous reprenez la direction de Nikon Suisse à un moment intéressant mais aussi difficile. Les attentes qui sont placées en vous risquent d'être très élevées.

Thomas Bechter: nous savons que l'énorme croissance de marché de ces dernières années va décliner bientôt. Le segment des DSLR continuera sans doute encore de croître pendant une ou deux années, mais stagnera par la suite – tout comme le segment des compacts – voire amorcera même un recul. Tous les acteurs du marché risquent d'être exposés à une pression accrue, mais cela permettra en même temps d'assainir le marché, car les acteurs qui ont profité du boom de ces dernières années sans jamais s'identifier avec ce marché se retireront, tant

du côté des fabricants que des commerçants. Le commerce (spécialisé) motivé et créatif ressortira plus fort de cette phase. Nikon ne propose que des produits optiques haut de gamme. Nous ne vendons pas de téléviseurs, de consoles de jeu, de projecteurs ou d'imprimantes. L'optique et la photographie sont notre métier de base et notre avenir. Nous



«Le marché va encore s'assainir, mais le commerce spécialisé motivé et créatif ressortira plus fort de cette phase.»

Thomas Bechter, CEO de Nikon (Suisse) SA

comptons développer encore plus nos parts de marché grand public. Les attentes à mon égard ne me posent pas de problème, car je sais que j'ai une équipe dynamique et professionnelle derrière moi et que nous atteindrons nos objectifs ensemble.

Quelles sont les tâches les plus urgentes pour les mois et années à venir?

Bechter: la continuité est notre mot d'ordre. Nous poursuivons les stratégies de prospection du marché que nous avons lancées, mais en les contrôlant et en les adaptant sans cesse. Nous devons intensifier le suivi de certains points de vente et améliorer l'image de nos produits d'une manière générale.

Monsieur Müller, vous êtes responsable des ventes de Nikon depuis début mai 2008. Quelles sont, selon vous, les perspectives d'avenir des différents canaux de distribution?

Thomas Müller: tout comme la branche des télécommunications, la branche de la photographie est également confrontée à des cycles de vie très rapides. Des avantages concurrentiels peuvent être exploités si les changements ne sont pas vus comme un danger mais comme une chance. Du point de vue du client, tout canal de distribution a sa raison d'être, dès lors qu'il offre l'avantage client attendu et se positionne en conséquence. Quel que soit le canal de

vente, les partenaires qui réaliseront un positionnement systématique seront gagnants.

Depuis quelque temps déjà, le commerce est géré par des distributeurs, les professionnels sont suivis par le NPS qui a été externalisé. Cette mesure a-t-elle fait ses preuves?

Müller: lors de la mise en place d'un modèle de collaboration

avec des distributeurs triés sur le volet, nous voulions continuer de prospecter directement certains segments de marché. Nikon assure le suivi direct de 70 commerçants totalisant 350 points de vente. Nous comptons intensifier ce suivi, raison pour laquelle nous élargissons notre équipe de vente. Cela traduit clairement notre volonté d'être présents sur le marché suisse de la photographie. Notre clientèle professionnelle est suivie par sept bases NPS motivées comprenant dix points de vente en Suisse. Nikon se concentre sur



«Le marché se durcit. A court et moyen terme, l'offre en appareils photo dépassera la demande. Nous y sommes préparés.»

Christian Geuking, délégué du conseil d'administration

la prise en charge stratégique du segment professionnel, les affaires opérationnelles étant assumées par nos partenaires NPS. Nous avons atteint de premiers grands succès, puisque des agences photographiques et des photographes de renom, notamment dans le domaine sportif, ont opté pour des produits Nikon.

Quelle place le D700 occupe-t-il dans le portefeuille de Nikon Suisse? Comment cet appareil se positionne-t-il?

Bechter: le D700 comble une lacune importante entre le D3 et le D300. Le D700 est un reflex numérique plein format de construction compacte et légère. Il emprunte une foule de technologies innovantes au D3, mais est logé – tout comme le D300 – dans un boîtier plus compact à la fois robuste et résistant aux intempéries.

Comment se développe le segment d'entrée de gamme?

Müller: c'est un segment important en Suisse puisque la catégorie de prix inférieure à 1000 CHF a augmenté de plus de 120 pour cent ces derniers mois en comparaison annuelle. Nikon travaille sans relâche au perfectionnement de ses appareils, mais nous ne pouvons vous donner actuellement de détails sur les modèles futurs.

Quels modèles Coolpix seront présentés à la Photokina?

Müller: les appareils Nikon Coolpix bénéficient du même processeur de traitement d'image performant que les modèles reflex professionnels, à savoir l'Expeed. Les modèles Coolpix existants couvrent quasiment tout le segment des compacts. Nous remanierons notre gamme de produits pour la Photokina, notamment dans le segment «Premium» où des nouveautés sont à attendre.

A quels défis Nikon sera-t-elle confrontée à l'avenir?

Geuking: le marché se durcit. A court et moyen terme, l'offre en appareils photo dépassera la demande. Nikon Suisse se sent parfaitement prête à affronter la concurrence très intense qui en résultera grâce à son équipe professionnelle de collaborateurs à Egg, au soutien actif de la centrale européenne, mais surtout grâce à la gamme très solide et étoffée de produits.