

Vente de Leica Camera AG et Perrot Image SA

Autor(en): **Zapf, Gerhard**

Objektyp: **Article**

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

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

Heft 11

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-980350>

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

10 novembre 2008

11

digital imaging

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

éditorial



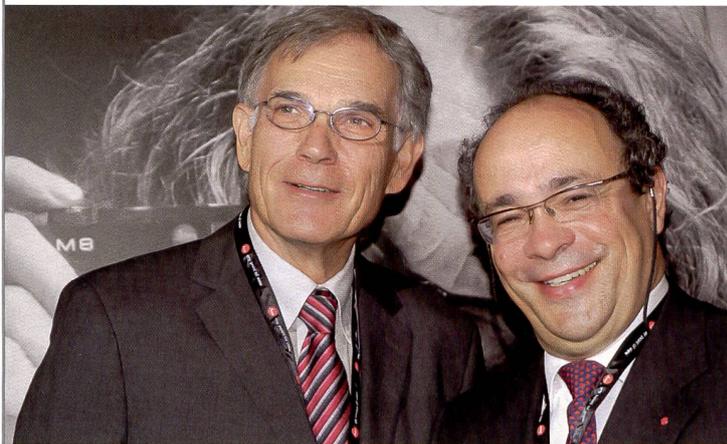
Urs Tillmanns
Photographe, journaliste
spécialisé et éditeur de
Fotointern

La photokina est encore dans tous les esprits. Elle est à nouveau le sujet principal de notre revue puisque nous passons au crible les éclairages et autres accessoires. Ce sont souvent les petites choses qu'il est intéressant de découvrir sur les salons et pour lesquelles les fabricants et les importateurs peuvent difficilement faire de la publicité. Ces accessoires n'en sont pas moins indispensables pour les photographes.

Alors que la photokina - le plus grand salon de la photographie et de la création de l'image - vient de refermer ses portes, la fièvre des salons se poursuit: du 13 au 17 novembre, le Salon de la Photo devrait attirer plus de 40 000 visiteurs dans les halls de «Paris Expo» à la Porte de Versailles. La visite en vaut la peine et ce sera peut-être l'occasion de voir toutes les nouveautés que vous avez ratées à la photokina. Sans oublier au même moment le «Mois de la Photo» à Paris avec d'innombrables expositions à travers toute la ville. La PMA à Las Vegas prendra la relève du 3 au 5 mars 2009 pour la présentation des nouveautés du printemps. Les innovations ne manquent donc pas et nous pouvons sûrement nous attendre une fois de plus à quelques «bijoux».

Urs Tillmanns

Ica holding: Vente de Leica Camera AG et Perrot Image SA



Leica nous a réservé deux surprises pendant la photokina: premièrement, la présentation de son appareil moyen format S2 et deuxièmement, l'annonce du changement de propriétaires de Leica Camera AG à Nidau.

Monsieur Zapf, nous avons appris à la photokina que vous vendez le groupe LCA Holding, la maison-mère de Leica Camera AG et de Perrot Image SA, à Leica Camera AG en Allemagne. Pourquoi?

Après avoir examiné d'autres possibilités, je suis arrivé à la conclusion que c'était la meilleure solution pour garantir la continuité du groupe à long terme une fois que j'aurai pris ma retraite. Par ailleurs, je continue de faire partie de

la direction de l'entreprise, mais à temps partiel seulement.

Ce changement de propriétaire aura-t-il des conséquences au niveau du personnel?

Non. Tant le management que les équipes des deux sociétés Leica Camera AG et Perrot Image SA demeurent inchangés, tout comme le portefeuille de marques et la structure de distribution. Les deux sociétés continueront à l'avenir aussi d'être présentes de manière autonome sur le marché avec leurs équipes respectives. Nos clients gardent donc les mêmes interlocuteurs. Il est toutefois possible qu'une personne en provenance d'Allemagne siège dans notre conseil d'administration.

Les deux sociétés distribuent d'autres marques en plus de Leica. Ce changement de propriétaire aura-t-il un impact à ce niveau?

Nous avons examiné notre portefeuille de marques au préalable pour identifier les éventuels conflits d'intérêts et avons discuté de

Suite à la page 3

sommaire

uspp

La nouvelle «Union Suisse des Photographes Professionnels» a été fondée.

Page 5

fujifilm

Le FinePix S2000HD, le nouveau bridge de Fujifilm, filme aussi des vidéos en qualité HD.

Page 10

paris

Du 13 au 17 novembre 2008, Paris accueille le «Salon de la Photo».

Page 11

Retour sur la photokina: Page 6 lumière, accessoires, etc.



L'APPAREIL PHOTO NOUS
OUVRE D'ABORD LES YEUX
PUIS LE CŒUR.

Le nouveau LEICA M8.2



La ligne M est le Leica le plus célèbre. Il fait ressurgir la passion d'origine de la photographie et la fascination de l'instant. Plus d'informations sur le Leica M8.2 et l'évolution de l'appareil numérique à viseur télémétrique chez votre commerçant Leica ou sur Internet: www.leica-camera.ch

Leica Camera SA/Hauptstrasse 104/2560 Nidau
Tél. 032 332 90 90/Fax 032 332 90 99/www.leica-camera.ch

Suite de la page 1

la nouvelle donne avec la plupart de nos fournisseurs. La solution adoptée a été plébiscitée par tous – aussi par nos collaborateurs – comme étant une bonne solution tournée vers l'avenir.

Monsieur Kaufmann, nous vous félicitons pour la reprise de la filiale suisse. Qu'est-ce qui vous a poussé à prendre cette décision?

La Suisse est traditionnellement un marché très important pour Leica et il a été très bien géré par notre représentation jusqu'alors. Lorsque Monsieur Zapf nous a informés ce printemps qu'il cherchait une solution pour la relève, nous avons rapidement saisi la chance qui nous était offerte de nous engager directement sur un marché clé.

Il y a quatre ans, vous avez pris des participations avec votre société ACM au sein de Leica Camera AG. Pourquoi?

Lorsque nous nous sommes engagés en 2004 avec ACM au sein de Leica, nous savions tous qu'il ne s'agissait pas d'une quelconque participation. C'est un investissement dans l'avenir! Nous n'avons pas hésité lorsque la chance s'est offerte à nous de prendre une participation majoritaire dans Leica Camera AG. Parce que nous raisonnons en long terme. Et parce que Leica doit redevenir ce qu'elle est, à savoir l'une des meilleures marques au monde.

Quels sont vos objectifs avec Leica?
A ce jour, après des épisodes difficiles, je suis à la tête du directoire. Leica représente pour moi une passion et une mission à la fois. Avec mes collègues du directoire et les collaborateurs, je veux conduire cette entreprise là où ses produits méritent de figurer: au sommet! Leica, cette entreprise si riche en capacité d'innovation et en savoir-faire ne doit plus jamais souffrir de faiblesses et de mauvaises décisions stratégiques! ACM est là pour cela. Je m'y engage aussi tout comme le management de Leica Camera AG.

Après le départ de Steven Lee, Leica doit supporter une nouvelle épreuve. Quels changements ont eu lieu depuis au niveau de la direction?

Il s'est avéré ces derniers mois que

même pendant les périodes de crise, Leica pouvait compter sur le savoir-faire exceptionnel et la motivation inébranlable de ses collaborateurs. Nous avons amélioré nos structures avec nos collègues de la fabrication et du management au cours des derniers mois. Nous avons allégé nos structures, sommes devenus plus



«La vente de Leica Camera AG Suisse est saluée par tous comme une bonne solution tournée vers l'avenir.»

Gerhard Zapf, Leica Camera AG, Nidau

innovants et plus rapides. Nous avons mis en œuvre avec succès plusieurs restructurations au cours des deux années passées, nous avons stoppé des évolutions nuisibles et consolidé systématiquement Leica. Nous progressons bien, une nouvelle ère a commencé chez Leica!

Leica veut repartir de Solms à Wetzlar pour y regrouper la production, l'administration et ouvrir un musée dans un parc industriel. Pourquoi Wetzlar?

Leica a ses racines à Wetzlar. Le destin de cette ville est lié comme aucune autre à l'industrie photo-optique. C'est une reconnaissance de Wetzlar, mais aussi de nos propres origines si nous retournons nous installer dans deux ans dans le berceau de Leica. La production, la logistique, la recherche et le développement ainsi que l'administration déménageront à Wetzlar, dans notre bâtiment situé dans le parc Leitz. Par ce fait même, nous émettons également un signal clair pour notre nouveau départ. Le parc Leitz a vu naître ACM et il doit héberger durablement Leica aux côtés d'autres sociétés photo-optiques. C'est pourquoi, nous y ouvrirons aussi le Leica Camera Museum.

En quoi Leica se démarque-t-elle de ses concurrents?

Le mythe associé à notre marque manque à beaucoup de nos concurrents. Bien sûr, l'Asie produit aussi de bons appareils photo. Et nous avons beaucoup appris de

nos amis japonais. Nous coopérons même avec eux pour certaines choses. Mais la quantité ne saurait supplanter la qualité. **Leica a présenté le moyen format S2 lors de la photokina. Leica doit-elle se rattraper dans le domaine numérique?**

Non, je voudrais dissiper ce préjugé qui consiste à dire que Leica a

«raté le train» du numérique. La vérité c'est qu'au début, la technique des photodiodes n'était pas assez peaufinée pour satisfaire nos exigences de qualité élevées. Notre devise est toujours de ne faire aucun compromis en termes de résultat d'image optimal.

Le S1 lancé il y a douze ans était un excellent appareil photo numérique haute performance. Nous ne disposions malheureusement, à cette époque, ni des capacités ni de l'argent nécessaires pour accélérer le développement. Nous avons avancé pas à pas et cherché des partenaires appropriés. Pen-



«Le mythe qui entoure la marque Leica fait défaut à nos concurrents car la quantité ne saurait supplanter la qualité.»

Andreas Kaufmann, Leica Camera AG, Solms

dant que d'autres annonçaient la «révolution numérique» et inondaient le marché de produits plus ou moins bons, nous avons choisi la voie de «l'évolution numérique», afin d'adapter la technologie en douceur à nos exigences. Notre Leica S2 marque le début d'une nouvelle ère: elle est notre produit phare, un reflex autofocus comme personne ne l'attendait de la part de Leica. Un appareil destiné aux professionnels doté de technologies qui poseront des jalons

également pour de futurs produits dans d'autres segments. Le Leica S2 a été entièrement conçu, construit et produit chez Leica en Allemagne. Il est plus petit et plus léger que tous les moyens formats comparables. Grâce à son processeur des plus modernes, le S2 est aussi deux fois plus véloce. Le processeur d'image Leica Maestro est une nouveauté mondiale sur le marché numérique: une qualité d'image maximale, un accès ultra rapide et une consommation d'énergie minimale.

Quels sont vos objectifs avec le Leica S2?

En sa qualité d'appareil «à la pointe du progrès», le S2 s'adresse au segment numérique professionnel. C'est un nouveau groupe-cible que nous prenons très au sérieux. Nous avons beaucoup investi pour développer des canaux de distribution efficaces et proposer un service clientèle professionnel. Nous avons aussi convenu une alliance stratégique avec Phase One pendant la photokina et entendons collaborer étroitement au niveau de la commercialisation et du développement de nos produits «pros». Leica et Phase One sont faits pour s'entendre compte tenu de leur culture, de leur exceptionnelle capacité d'innovation et de leurs exigences de qualité hors norme. Nous nous complétons très bien surtout dans le

domaine de la distribution. Le S2 est le symbole d'une nouvelle ère, mais il n'est que la pointe (numérique) de l'iceberg. Attendez-vous ces prochains mois à d'excellents produits haut de gamme dans tous les domaines.

Qu'advient-il de la série R?

La série R aura sa place à côté du S2. Nous travaillons actuellement d'arrache-pied sur un modèle R10. N'insistez pas pour me faire dire quand il sera lancé, mais il viendra. Je puis vous l'assurer!