Appareils phot

Pourvu que ça dure !

L'appareil photo numérique poursuit sa croissance mais atteint aussi la maturité. C'est une phase charnière pour décider d'un avenir qui s'annonce toujours prometteur. S'il reste des consommateurs à convaincre par des appareils simples et peu onéreux, c'est surtout dans l'innovation intelligente pour l'usage que réside la clef à la fois pour convaincre au renouvellement mais aussi pour faire passer le photographe occasionnel au statut de passionné. par Stéphane Kauffmann

Le marché des appareils photo numériques est à maturité mais continue à croître en volume, contrairement à ce qu'avaient annoncé de nombreux acteurs il y a un an. En fait, la crainte venait d'un taux d'équipement qu'on pouvait juger presque maximal devant la complexité que représente le numérique pour ceux qui n'ont pas fait le saut vers l'informatique non plus. Et d'ailleurs, il est vrai que le taux d'équipement en appareils photo correspond toujours plus ou moins à celui en ordinateurs. Mais une conjonction de deux phénomènes a eu lieu. De nouveaux consommateurs non encore équipés ont été séduits par des appareils de plus en plus simples à utiliser et dont le prix est devenu très abordable. De plus, ce type d'utilisateur ne passe généralement pas par un ordinateur. La croissance phénoménale du marché des cadres photo et la progression du développement direct le prouvent. En parallèle, les compacts ont fait de tels progrès ces dernières années que les raisons de renouveller de la première génération sont évidentes. D'un appareil lent, incapable de photographier en basse lumière et avec une qualité incertaine des photos à la clef, nous sommes passés à des appareils immédiats, qui prennent de bonnes photos automatiquement dans la plupart des situations. Par ailleurs, la valeur du marché se maintient au global. C'est une bonne nouvelle avec des prix moyens qui diminuent sans excès en comparaison de ce qui se pratique généralement dans les univers hi-tech. Les constructeurs sont capables pour la plupart de compenser la

to numériques

baisse par l'innovation justifiée qui permet de garder le niveau de gamme. D'ailleurs, on assiste à un recentrage sur les acteurs dont c'est le métier à la base et sur les géants de l'électronique grand public qui ont su à temps se forger une image et une crédibilité. La plupart des marques nouvelles ou opportunistes, qui ont été attirées au moment des très fortes croissances, ont disparue depuis. Si certainement le resserrement se poursuivra encore un peu, pour l'essentiel les rôles et les places sont désormais bien établis ce qui semble sain pour un marché mature.

L'avenir semble assuré

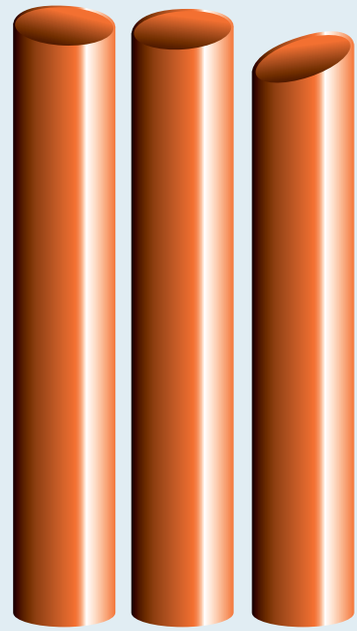
Alors que faut-il attendre au global de la photo ? Il y a encore un public à convaincre et avec le temps, le taux d'équipement peut monter au même niveau que celui de l'argentique même si pour un usage occasionnel, le téléphone mobile peut être un concurrent. Le passage par l'ordinateur n'est plus obligé et ce dernier tend de toute façon aussi à se démocratiser auprès d'une très grande majorité de la population, avec notamment la montée des générations. Il y a donc toujours une croissance mesurée à chercher de ce côté. En revanche, les progrès technologiques ne seront plus aussi spectaculaires qu'auparavant avec notamment des capteurs qui ne pourront guère grandir et une vélocité ne pouvant faire mieux que l'instantané. C'est le confort de prise de vue et le pourcentage de réussite qui pourront encore être améliorés mais cela ne sera pas une motivation aussi forte en renouvellement. Ceci dit, ce tassement n'aura sans doute pas lieu avant 2009 car il y a encore beaucoup d'ancien à renouveler. En revanche, la montée en gamme vers des appareils plus sophistiqués et notamment vers le reflex pourra compenser cela en partie avec à la clef un plaisir de photographier que de nombreux propriétaires d'appareils numériques sont en train de découvrir.

La concurrence du téléphone à l'horizon

La photo subira-t-elle le même sort que le baladeur très fortement concurrencé par le téléphone mobile ? Si jusqu'à présent les photophones ne pouvaient en aucun cas rivaliser avec les compacts, c'est en train de changer. Cette année, le capteur 5 Mpixels et l'autofocus vont se généraliser en haut de gamme sur les téléphones et même des modèles avec zoom optique font leur apparition. Pour autant, les compacts gardent toujours plusieurs longueurs d'avance. Reste à déterminer si la qualité atteinte par les téléphones satisfera une majorité d'utilisateurs. C'est peu probable pour cette année et même pour 2009 mais à terme, c'est une menace possible. D'autant que le téléphone dispose d'un argument supplémentaire qui est celui d'échanger immédiatement les photos, une fonction qui connaît un succès croissant surtout auprès des jeunes. En revanche, la concurrence de la fonction photo du caméscope n'est pas trop à craindre car le marché n'est pas trop à suffisamment grand. Ce serait plutôt l'inverse avec des appareils photo qui vont à terme filmer en HD, le

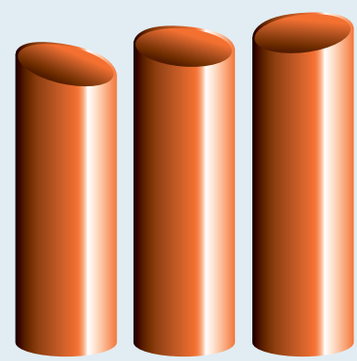
La photo numérique

GfK



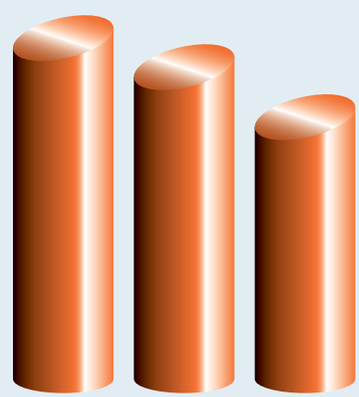
Valeur (en millions d'euros)

2006	2007	2008
1170	1160	1100
	-1%	-5%



Volume (en millions d'unité)

2006	2007	2008
4,6	5	5,2
	+8%	+4%

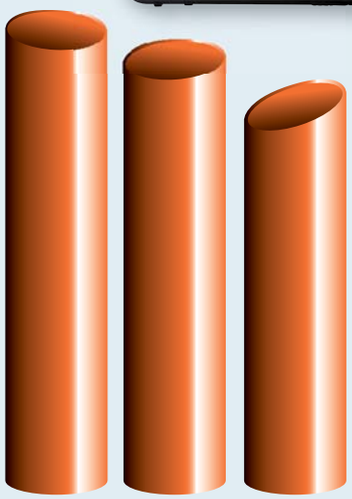


Prix moyen (en euros)

2006	2007	2008
253	232	212

Le compact

GfK

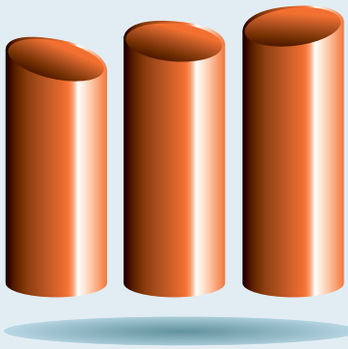


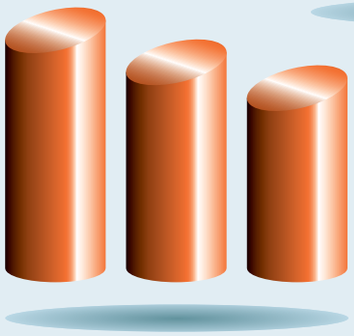
Valeur (en millions d'euros)

2006	2007	2008
815	770	700
	-6%	-9%

Volume (en millions d'unité)

2006	2007	2008
4	4,2	4,4
	+6%	+3%





Prix moyen (en euros)

2006	2007	2008
204	181	161

stockage étant en passe de ne plus être un problème avec l'augmentation des capacités de la carte mémoire.

Le compact progresse encore

Si le marché du compact continue à croître à la fois par le renouvellement et le premier équipement, il diminue sensiblement en valeur avec les prix. Cependant, cette baisse n'est pas démesurée avec finalement un prix moyen en phase avec l'évolution du marché. Le mouvement continuera probablement cette année mais il ne faudrait surtout pas qu'il s'amplifie. Les constructeurs ont réussi à garder des niveaux de gamme en ajoutant des fonctionnalités mais il va être de plus en plus difficile de continuer dans cette voie. Ainsi, on pensait que la course aux pixels terminée car elle ne faisait plus sens et se heurtait à des limitations technologiques. Elle a récemment reprise pourtant car les constructeurs cherchent des moyens de monter en gamme qui ne leur coûtent pas trop cher en développement et en fabrication. Espérons que ce ne soit qu'un feu de paille car le reste des améliorations va clairement dans le sens de l'usage et d'une meilleure compréhension de l'usager. Ainsi, le grand angle se démocratise enfin et devient un argument réel qui semble de surcroit convaincre les utilisateurs qui sont prêts à payer pour. De même, l'augmentation de la sensibilité et surtout de la qualité en haute sensibilité est également une avancée réelle dans le confort d'utilisation, d'autant qu'elle s'accompagne de plus en plus souvent d'un réglage automatique en fonction de la luminosité. La stabilisation optique est en passe de se généraliser et apporte également de réels bénéfices. Les constructeurs développent aussi beaucoup les automatismes sophistiqués dont l'impact sur les ventes reste cependant difficile à mesurer. La taille de l'écran a connu aussi un accroissement généralisé mais on se heurte maintenant au problème qu'augmenter encore engendre obligatoirement un encombrement plus important. Cette année, il y aura surtout une amplification du facteur de zoom en plus des autres fonctionnalités qui vont continuer à progresser.

Segmenter à nouveau

Si d'une segmentation obligatoire par le passé en raison de limitations technologiques, on est plutôt revenu à un compact à tout faire, le salut est peut être à chercher de nouveau dans un appareil différent en fonction des usages et des usagers. Ainsi, l'appareil miniature bijou, un peu accessoire de mode aussi, est désormais capable de prendre de très bonnes photos dans la plupart des situations en appuyant simplement sur le déclencheur. Les compacts plus spécialement destinés à un usage précis comme les modèles étanches ou encore ceux munis de téléobjectif puissant rencontrent également du succès. De la même manière, certains constructeurs proposent aussi en compacts des fonctions avancées pour l'amateur éclairé. Autant de pistes pour une segmentation qui aboutit à une offre la plus large possible pour convaincre au

renouvellement plus rapidement et générer de la plus value.

Les reflex, source de croissance

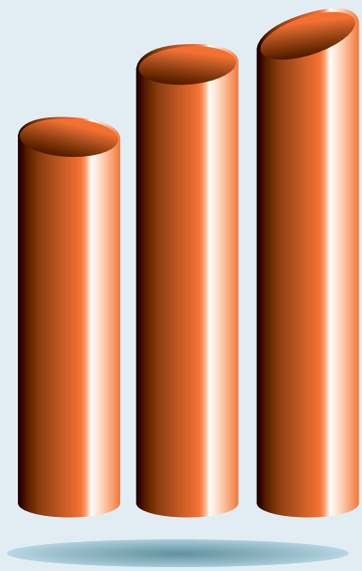
Si les reflex ne représentent qu'une petite partie du marché de la photo en volume (moins de 10 %), ils contribuent à la valeur à hauteur de 25 %. Leur croissance est par ailleurs très forte et cela devrait continuer avec un prix moyen qui baisse mais très raisonnablement, ce qui donne également une belle progression en valeur. En 2008, cette progression pourrait être un peu moins forte mais devrait continuer. Le reflex est donc très clairement une source de croissance pour le marché. Par ailleurs, les volumes montrent qu'il est devenu grand public. Et ce n'est pas par le prix. Les reflex entrée de gamme n'ont pas baissé, ils se vendent juste mieux. Tout comme le haut de gamme semi-professionnel fait à peine moins de ventes aussi. C'est vraiment une caractéristique très remarquable de ce segment. Les consommateurs sont prêts à payer pour ce qui est devenu une passion, comme le prouve l'augmentation des volumes. Ce serait donc une grande erreur que de déclencher une guerre des prix, chose que pour l'instant les fabricants ne semblent pas vouloir. Le fait est que le club des fabricants de reflex est également très restreint sans nouveaux entrants non légitimes car la barre technologique est très haute. En revanche, il va falloir accompagner cette croissance par une offre plus large et commencer à segmenter en grand public. Curieusement, c'est une voie que ne suivent que quelques constructeurs, les autres jugeant sans doute que le nombre d'appareils vendus ne le justifie pas encore. Il est vrai que les perspectives de croissance sont encore excellentes car de plus en plus d'amateurs devraient pouvoir être séduits. Il y a tout d'abord ceux qui venaient déjà du reflex argentique et qui sont petit à petit convaincus par la qualité du numérique. Et il y a ceux qui ont découverts la photo par le compact numérique et qui deviennent passionnés. Ils sont sans doute très nombreux. Et le reflex n'est pas réservé aux amateurs de technologie ou de paramètres à contrôler. Il est aujourd'hui en numérique aussi simple à utiliser qu'un compact et s'avère donc tout aussi idéal pour ceux qui veulent s'adonner à la photo par goût artistique.

Et le bridge ?

Le marché du bridge est en revanche en stagnation. Ces appareils à mi-chemin entre le reflex et le compact cherchent leur chemin. Certes, en termes de volume, ils représentent autant que le reflex. Mais en valeur, c'est la moitié seulement avec une tendance à la baisse. En fait, ils sont un peu évincés par le reflex qui conquiert le grand public. Il est vrai que ces derniers temps, ils manquaient un peu d'arguments avec une qualité en retrait pour un encombrement similaire. Cependant, il y a de nouveaux modèles qui apparaissent sur le marché actuellement et qui semblent prometteurs. En termes de qualité et d'ergonomie, ils s'approchent des reflex. Leur prix et leur encombrement est similaire mais ils proposent une plus grande polyvalence. C'est une alternative intéressante, même si cela ne suffira sans doute pas à s'imposer face au reflex.

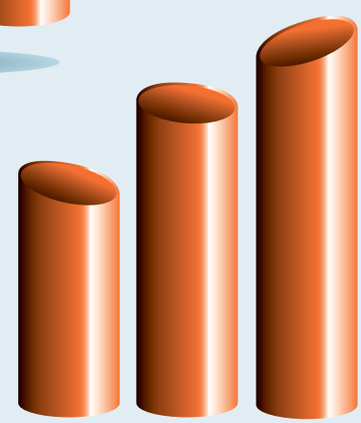
Le reflex

GfK



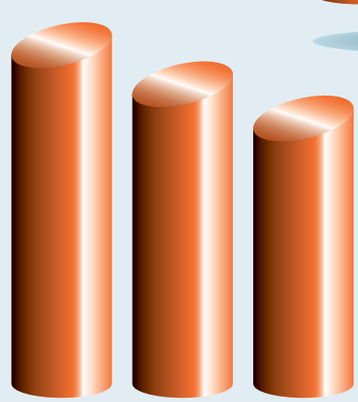
Valeur (en millions d'euros)

2006	2007	2008
220	260	280
	+18%	+8%



Volume (en milliers d'unités)

2006	2007	2008
265	350	420
	+32%	+20%



Prix moyen (en euros)

2006	2007	2008
830	743	667

Vision hi-tech

Le guide des marchés du numérique

Ce focus est aussi un avant goût de ce que sera Vision hi-tech, le guide édité pour le MedPi 2008 par l'Institut d'étude GfK et le JDLI. Il fera le point sur les 22 marchés qui constituent notre industrie avec tous les chiffres importants pour leur compréhension, aussi bien les statistiques de l'année écoulée que les prévisions sur celle à venir. A partir de là, les analystes de GfK et la rédaction du JDLI proposent une réflexion sur les perspectives de chaque marché, ce qu'il faut en attendre, comment anticiper et quelles seront les évolutions les plus marquantes. Ce guide est pensé comme un outil pratique qui pourra servir de référent tout au long de l'année.