L'appareil photo

Se différencier à tout prix

L'état de la technologie

L'appareil photo numérique a atteint la maturité technologique. Que ce soit en compact ou en reflex, les évolutions seront désormais moins radicales, elles vont améliorer la pratique mais que sur des détails. Effectivement, les compacts ont corrigé tous leurs travers les plus flagrants du début de la photo digitale. Ils étaient lents, désormais ils se mettent en route instantanément ou presque et prennent des photos en rafale. La résolution est surdimensionnée pour l'usage et ce dès 7 Mpixels, actuellement l'entrée de gamme. Très simples d'emploi, il suffit d'appuyer sur le déclencheur pour réussir la photo la plupart du temps. La qualité de l'exposition, celle de l'optique et la rapidité de l'autofocus sont généralement satisfaisants. De plus, leur encombrement est très réduit. À tel point que pour préserver l'ergonomie, il n'est guère possible de faire plus petit. Autre faiblesse historique, la prise de vue en basse lumière s'avère désormais possible dans de bonnes conditions. En effet, la majorité des compacts modernes sont capables de monter en sensibilité sans trop de dégradation pour pouvoir assister un flash qui lui est encore souvent insuffisant et peu efficace. De plus, le réglage de la sensibilité est géré par l'appareil en fonction des conditions. Le confort est également de la partie avec des grands écrans à la fois lumineux et visibles sous tous les angles qui servent à la visée et au contrôle. Le reflex grand public a lui aussi beaucoup évolué. Tout d'abord, son prix est désormais compatible avec le budget de l'amateur. Il n'est pas plus compliqué à manipuler qu'un compact si l'utilisateur en reste à l'automatique, ce qui veut dire aussi que contrairement à l'argentique en son temps, le reflex se destine aussi au passionné qui s'intéresse à la photo pour le résultat sans vouloir s'investir dans la technologie. L'encombrement du reflex est désormais très raisonnable et atteint les limites du possible.
C'est aussi un objet de passionné et il doit donc privilégier l'ergonomie, ce qui nécessite une certaine taille. Ses atouts technologiques sont une disponibilité immédiate, un nombre de prises de vue en rafale illimité, un viseur optique parfait, des photos d'excellente qualité dans toutes le situations de lumière avec une montée en sensibilité sans dégradation notoire. Et évidemment, il y a toujours les objectifs séparés qui permettent de constituer un système photographique. En grand public désormais, le capteur est typiquement un 10 Mpixels mais c'est surtout sa taille physique plus grande que celle d'un compact qui garantit des photos parfaites qu'il est possible d'agrandir jusqu'au poster. Le bridge est un appareil intermédiaire qui se rapproche du reflex par l'encombrement mais s'en distingue par un viseur électronique et un objectif fixe dont le zoom est généralement de grande ampleur. Il se cherche désormais une voie devenue étroite mais de nouveaux modèles prometteurs apparaissent sur le marché.

Les compacts

Valeur en millions d'euros

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

Volume en millions d'unités

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

Prix moyen en euros

2006	2007	2008
204	181	161

Segmentation par grand angle 28 mm et moins - en volume

2006	2007
4%	11%

GfK

Nikon

Hall : Ravel - Stand : E30

Stéphanie Dugas, Directrice marketing

JDLI : Pourquoi la reprise de la course aux pixels ?

Stéphanie Dugas : Nous essayons surtout de ne pas tirer le marché dans cette direction mais nous sommes bien obligés de suivre la tendance. Pour l'heure, nos compacts se limitent au 10 Mpixels alors que d'autres vont jusqu'au 14 sans bénéfices notables à la clef. Augmenter les pixels sur un capteur de petite taille impose des limitations difficiles à contourner sans inconvénients et pour profiter de la résolution, il faut une optique plus imposante difficile à réaliser sur un compact.

Quelles seront les fonctionnalités de l'année qui permettront de se distinguer et de générer de la valeur?

La sensibilité est un axe majeur car l'augmenter permet de prendre de meilleures photos en basse lumière. Certains de nos compacts montent ainsi jusqu'à 6 400 ISO.

S'il est vrai qu'il y a une tendance vers le grand angle, à choisir le consommateur préfère tout de même un rapport de zoom plus élevé. Nous proposons de tout dans notre gamme, du 3x au 18x mais aussi le grand angle 28mm en équivalent. Les automatismes vont de plus en plus loin avec maintenant aussi une correction dynamique de l'image que nous proposons et qui corrige automatiquement les zones sur et sous-exposées, augmentant ainsi significativement le nombre de clichés réussis. L'écran est important pour l'utilisateur et il peut encore grandir pour occuper toute la face arrière et en devenant tactile. Il y a aussi une piste importante qui est celle de la communication. Après avoir introduit le premier compact doté du WiFi, nous allons lancer le Coolpix S52 qui peut se connecter à un hot spot. Cela permet d'envoyer directement ses photos à un serveur pour les partager en ligne immédiatement. Il est vrai que c'est tellement plus simple et plus convivial d'échanger directement ses photos d'appareil à appareil, chose que propose le téléphone et qui est sa force à défaut de prendre des clichés de qualité.

Quelle est la recette du succès en reflex ?

Il s'agit de proposer une offre variée à un consommateur devenu exigeant car il maîtrise désormais l'offre numérique. Nous multiplions aussi les kits avec différents objectifs, ce qui fonctionne très bien car ainsi le client peut réellement se constituer exactement l'équipement qui correspond à ses besoins. Le boîtier en lui-même doit surtout proposer une bonne ergonomie. Les menus et les commandes doivent être faciles à identifier et surtout à retrouver pour quelqu'un qui n'emploie pas forcément tous les réglages au quotidien. Aussi, nos reflex disposent globalement de la même disposition des commandes depuis des années pour aussi permettre à un utilisateur Nikon de s'y retrouver immédiatement quel que soit l'appareil s'il monte en gamme. Par ailleurs, le consommateur est sensible à l'intégration des automatismes et des fonctionnalités avancées du compact tout en préservant évidemment la qualité du reflex.

Canon **Hall : Ravel - Stand : C39 - 41 - 49**

Thibaut du Roure, Chef de groupe marketing photo et vidéo

JDLI : Pourquoi la reprise de la course aux pixels ?

Thibaut du Roure : En fait la course ne s'est jamais arrêtée. Elle s'est apaisée puisque le discours a pu porter sur d'autres fonctionnalités plus intéressantes depuis que le nombre de pixels est devenu suffisant. Pourtant les pixels ont continué à se multiplier régulièrement mais plus de manière exponentielle. Il est vrai qu'en compact, aller au-delà des 10 Mpixels n'apporte plus un gain visible qui soit déterminant. Canon ne cherche pas à aller particulièrement au-delà, du moins pas au détriment des autres éléments. Notre priorité va à la qualité de l'image dans son ensemble et notre force est de créer des appareils qui sont étudiés dans leur ensemble pour produire le meilleur cliché possible. Ainsi, nous investissons beaucoup sur l'optique et le traitement par l'électronique, deux de nos forces en tant qu'acteur historique de la photo. Maintenant, il faut aussi savoir que le discours sur les pixels est d'emblée compris par l'utilisateur. Cependant et grâce notamment à nos efforts de communication, le consommateur est désormais plus au fait des autres paramètres et les prend en compte pour son achat. Ce serait donc le sous-estimer que de croire qu'il n'est sensible qu'aux mégapixels.

Quelles seront les fonctionnalités de l'année qui permettront de se distinguer et de générer de la valeur?

Les automatismes prennent un virage intéressant du moins chez nous. De fonctions d'améliorations partielles, ils sont passés à des créateurs d'images parfaites en toute situation. La détection de visage par exemple se contentait de cadrer, ce qui était une aide mais ne garantissait pas la réussite de la photo. Désormais chez Canon, cette fonction prend en compte le mouvement du visage en lui-même pour capturer le sourire, l'automatisme analyse également les vibrations de l'appareil pour les contrer, il détecte le mouvement du sujet pour adapter le temps de prise de vue et il analyse la lumière disponible pour adapter l'exposition et monter en sensibilité le cas échéant. L'automatisme franchit donc un nouveau cap qui garantit à l'utilisateur la prise en compte dans le calcul de tous les paramètres de la photo. C'est en quelque sorte l'automatisme ultime finalement aussi plus simple à expliquer à l'utilisateur. Le zoom continue aussi à évoluer dans deux directions, vers le grand angle qui sera de plus en plus présent et vers un rapport de focale plus important. En tant que fabricant réputé d'optiques, Canon évolue aussi dans ce sens mais en préservant toujours la même qualité de rendu. L'écran continue aussi à évoluer vers plus d'appareils équipés en modèles trois pouces. Cette démocratisation des fonctionnalités, jusqu'alors réservées au haut de gamme, devrait contribuer à faire encore baisser le prix moyen mais permet en même de garder de la valeur au global et limiter la dépréciation du compact en maintenant un prix correct.

Quelle est la recette du succès en reflex ?

Pour le grand public, il y a beaucoup de nouveaux entrants sur le marché qui ont vécu une expérience sur le compact et qui veulent désormais faire de la photo et ne plus se contenter de prendre des clichés. Ils recherchent une meilleure qualité et plus de possibilités. Il faut le séduire par un boîtier qui n'est pas trop encombrant car ils sont habitués à la taille du compact. Il doit être simple à utiliser mais doit aussi pouvoir évoluer avec leur pratique de la photo. Et c'est là le point clef. On ne change pas de reflex tous les ans. Un reflex premier prix au rabais limité dans ses possibilités qui sert juste à créer une segmentation artificielle n'est donc pas la solution. En reflex, miser sur la progression du photographe paraît plus pertinent. Il achète son reflex généralement en kit avec un premier objectif qui est un zoom standard. Certes déjà à ce niveau, il est possible de proposer un double kit ou un zoom plus ample qui puisse suffire à lui seul mais cela se heurte à une augmentation du prix pour l'investissement initial et aussi à une multiplication des références pour la distribution. Le mieux est donc d'accompagner l'utilisateur qui va vouloir se constituer un équipement complet au fil du temps avec généralement comme premier achat d'extension un zoom téléobjectif. Et Canon propose une gamme d'optiques très large et très complète à tous les niveaux de prix. La clef du succès, c'est donc un appareil compact et simple mais également à la pointe de l'innovation et qui dispose de toutes les fonctionnalités avancées accompagné par une gamme d'objectifs la plus complète possible.

LA SEGMENTATION DANS LE RAYON

En compacts, l'offre doit être large et surtout bien organisée en secteurs. Pour le primo-accédant, il doit y avoir un choix réel en entrée de gamme avec une légère montée pour un peu plus cher et cela se fera par une plus grande compacité de l'appareil, un zoom un peu plus puissant, le grand angle ou encore des automatismes avancés. En compact milieu/haut de gamme, il sera sans doute efficace de segmenter par des fonctionnalités plus poussées comme une panoplie d'automatismes, des zooms de forte ampleur et la connexion HD mais le mieux sera encore d'organiser le rayon en familles classées selon les usages en partant du principe que tous les compacts font tout bien. Il y aura la famille design et compacité pour l'élégance et l'agrément, celle pour baroudeurs et passionnés avec l'étanchéité et le zoom plus ample et enfin celle du confort et de la réussite garantie avec les automatismes, le grand écran et la sortie HD. En reflex, c'est simple, le choix n'est pas encore si large, il faut donc tout avoir. Reste qu'il est bien aussi de présenter un choix conséquent d'objectifs et notamment d'avoir pour chaque marque un zoom de grande ampleur à conseiller comme optique unique avec un prix plus élevé à la clef.

L'état du marché

Les ventes de compacts se portent bien avec une croissance mesurée en volume mais une valeur qui baisse, ce qui est la conséquence immédiate d'une chute des prix qui se poursuit. Il y a toujours un fort potentiel sur le premier équipement puisqu'en France, nous sommes autour des 55 % et qu'il reste sûrement une dizaine de points à gagner. Tous les photographes occasionnels ne seront sans doute pas convaincus car une partie se satisfait du téléphone mobile. Pour la cible restant à convaincre, il faut des compacts simples et bon marché en sachant qu'il n'y a pas beaucoup de marge, ni de manœuvre, ni de gain. Le compact de renouvellement est désormais un marché bien établi sur lequel il faut impérativement créer de la valeur par la segmentation et la fonctionnalité, voire le design. La largeur de l'offre et sa pertinence sont essentielles. Le reflex continue sa progression et devient un peu le moteur de ce marché. Si le prix moyen diminue là aussi, c'est également salutaire pour convaincre plus d'amateurs. Mais attention, on atteint désormais des seuils sous lesquels il n'y a plus d'intérêt à aller si ce n'est pour concurrencer les autres. Cependant, le reflex est entre les mains d'une poignée de fabricants et la complexité technologique est telle qu'elle exclut les opportunistes. Les perspectives sont donc excellentes.

L'appareil type

Le compact passe-partout de cette année 2008 est petit sans excès mais peut toujours se glisser dans une poche très facilement. Il dispose d'un capteur raisonnable de 8 Mpixels et il est capable de monter en sensibilité sans générer trop de bruit, au moins jusqu'à 800 ISO. Son zoom va du grand angle (équivalent 28 mm) jusqu'au petit téléobjectif (au moins 105 mm en équivalent). Il est doté de la stabilisation optique et dispose d'un écran de 2,7 pouces lumineux avec de bons angles de vision. De nombreux automatismes sont inclus comme la détection des visages et le réglage automatique de la sensibilité pour garantir un bon résultat par la seule pression sur le déclencheur. Le reflex type est compact, doté d'un capteur 10 Mpixels, d'un viseur lumineux et d'un seul écran arrière 2,5 à trois pouces qui sert aux réglages et au contrôle. Sa manipulation doit être intuitive et sa prise en main naturelle. Il est doté d'une stabilisation par le capteur sur le boîtier ou optique sur les objectifs. Son autofocus est très rapide, la montée en sensibilité se fait sans bruit notable jusqu'au 3 200 ISO. Il est généralement livré en kit avec un objectif équivalent 28-70 mm ou en double kit avec un deuxième zoom téléobjectif, voire en kit objectif unique qui couvre du grand angle au téléobjectif (typiquement du 28 au 210 mm en équivalent).

LA MISE EN SCÈNE

Tout cela nécessite de l'espace et si possible de la démonstration. Associer simplement un compact avec sortie HD à un téléviseur en rayon devrait aider à convaincre pour cette fonction ! Permettre aux intéressés de se rendre compte par eux-mêmes des fonctionnalités avancées en mettant en service quelques appareils clefs entraîne une montée en gamme plus simple qu'avec une fiche technique ou des discours. Et le tout connecté à un téléviseur Full-HD permet de se rendre compte immédiatement du résultat. Ce ne sont pas de grands investissements et la rentabilité sera maximale. Devant la multiplication des modèles, il est évident que permettre leur manipulation devient difficile. C'est pour cela que la démonstration choisie avec quelques modèles représente la meilleure solution. Évidemment, accompagner la segmentation par des conseils avisés de vendeurs formés sera pour ceux qui le peuvent la meilleure combinaison. D'autant qu'il suffit en gros de maîtriser ce que nous évoquions plus haut. Ne pas entrer dans le jeu des mégapixels qui n'ont pas d'intérêt mais proposer un conseil orienté usage permettra en plus d'être pertinent d'instaurer une relation privilégiée entre le consommateur et une enseigne qui se soucie avant tout de le satisfaire.

LES ACCESSOIRES

Le rayon photo est sans doute celui du hi-tech qui se prête le mieux à la vente associée, que ce soit d'accessoires ou de matériel convergent. Il est évident que l'assortiment doit être conséquent pour proposer dès l'achat initial de nombreux accessoires adaptés au modèle choisi. Il faudra bien sûr une carte mémoire mais aussi une housse et ce que l'on trouve moins souvent à proximité, une solution de stockage pour les photos prises. Ainsi, un choix de disques durs externes directement au rayon photo en privilégiant le format 2,5 pouces semble très pertinent. De même, le cadre photo qui est en forte croissance devrait se trouver au rayon photo. Là encore, une petite démonstration appareil plus cadre fera des miracles. Bien entendu, on peut y associer des imprimantes photo autonomes et leurs consommables et même des PC portables pour montrer les avantages de la retouche photo. Enfin, une promotion du service de développement du magasin s'il existe aura évidemment toutes les chances de fidéliser le client dès l'achat de l'appareil pour ses travaux photo. Ainsi, glisser dans l'emballage un coupon d'essai gratuit ou une offre promotionnelle pour un livre photo aura toutes les chances d'aboutir auprès d'un consommateur forcément captif.

Les 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

Fujifilm **Hall : Ravel - Stand : F03**

Jérôme Norris, Directeur marketing

JDLI : Pourquoi la reprise de la course aux pixels ?

Jérôme Norris : Augmenter encore le nombre de pixels sur un compact ne fait sens que si l'électronique est développée spécifiquement pour en tirer bénéfice. Pour notre capteur 12 Mpixels, nous avons beaucoup travaillé sur le traitement du signal. Cela nous a permis d'obtenir un rapport signal/bruit optimal car c'est sur cet aspect que l'augmentation de pixels peut poser problème si on ne l'exploite pas correctement. L'augmentation maîtrisée de la résolution permet de réaliser des agrandissements ou plus intéressant encore, de n'utiliser qu'une partie de l'image pour un recadrage qui peut être automatique en fonction du sujet. Nous réfléchissons beaucoup sur la manière d'utiliser une plus haute définition qui permet de ne retenir qu'une partie des pixels disponibles. Par ailleurs, le nombre des pixels s'il n'est plus le seul argument, reste un paramètre essentiel qui guide le consommateur dans son choix.

Quelles seront les fonctionnalités de l'année qui permettront de se distinguer et de générer de la valeur ?

Le design est un facteur qui devient de plus en plus important, et en particulier la couleur. L'appareil photo numérique est devenu un objet personnel, quasiment un accessoire de mode. Le décliner en plusieurs couleurs permet de s'adresser à des cibles particulières, le noir séduit plutôt un homme d'âge mûr, le bleu un garçon jeune, etc. Les déclinaisons de couleurs vont se multiplier dans les rayons cette année. Les automatismes ont fait de gros progrès pour être désormais parfaitement au point. Ainsi, la détection de visages ne se contente plus de cadrer mais gère aussi les autres paramètres de la prise de vue pour réussir instantanément un portrait qui soit net et bien exposé. Pour l'optique, le grand angle commence à être apprécié, en particulier par les utilisateurs qui ont déjà une expérience du numérique. Les primo-accédants seront séduits davantage par un rapport de zoom plus important. Il faut donc tenir compte de ces paramètres en développant ses gammes. Cette année sera charnière pour le compact. Il y aura inéluctablement une nouvelle baisse du prix moyen qui ne pourra être contenue que par l'ajout bien dosé des nouvelles fonctionnalités et séduire ainsi par un appareil plus sophistiqué des utilisateurs qui pour 60 % sont en phase de renouvellement.

Pensez-vous que le bridge a encore un avenir face au reflex et si oui, comment doit-il évoluer ?

Nous sommes persuadés que le bridge est un appareil d'avenir qui recèle un grand potentiel. Ses avantages sont évidents. Plus compact qu'un reflex, il associe un objectif au zoom très puissant à un capteur prévu pour lui. Il couvre ainsi tous les besoins sans avoir à changer d'objectifs avec les risques notamment de poussière et de mauvaise manipulation. De plus, le bridge peut répondre à des besoins très différents avec à la clef une forte segmentation. Ainsi, il peut être un compact évolué doté d'un zoom 10x à un prix très attractif. En haut de gamme, c'est notre S100 qui est un appareil très valorisant doté d'un zoom 28-400 mm en équivalent et qui est aussi performant qu'un reflex voire plus avec un grand confort d'utilisation à la clef. Le bridge a fait 16 % de parts de marché en volume en 2007 et il y a de nouveaux entrants avec de plus en plus d'appareils disponibles. Certes, il faut expliquer le produit au consommateur mais une fois adopté, il est convaincu.

Les fonctionnalités

Pour monter en gamme et en créer une, ce sont l'ajout de nouvelles fonctionnalités qui priment sur les compacts. Cette année, on peut se différencier par le zoom. La tendance est au grand angle (équivalent 28mm) et de l'autre côté la règle sera le 105 mm mais on pourra aller jusqu'au téléobjectif (zoom 5x ou plus) en sachant que cela entraîne généralement de l'embonpoint. La stabilisation est désormais une obligation dès le milieu de gamme tout comme la montée en sensibilité sans trop de dégradation de l'image. L'écran ne varie plus trop en taille et la plage de manœuvre sera de 2,5 à trois pouces en sachant que là aussi, il y a des conséquences sur l'encombrement. On voit donc que par la stricte fonctionnalité matérielle, il devient difficile de se différencier. Les constructeurs rivalisent donc sur les automatismes qui sont sûrement de bons arguments mais le consommateur risque de s'y perdre tellement ils sont nombreux et font parfois un peu poudre aux yeux, il faut bien l'avouer. Citons par exemple la détection des sourires et des groupes d'humains. En revanche, la correction automatique de la dynamique de l'image est un réel plus pour éviter les photos « cramées ». Le réglage automatique de la sensibilité et des paramètres lorsque la lumière baisse pour éviter le flou est très utile aussi. Mais au-delà, on peut également se distinguer par des solutions plus radicales comme par exemple rendre l'appareil étanche ou travailler le design, notamment sur les matières pour créer un objet plus valorisant. La fonction la plus utile sera sans doute une sortie haute définition pour le téléviseur avec obligatoirement une prise HDMI et un câble dans la boite, n'en déplaise à la distribution. Car certes, il y a un petit gain à le vendre à part au prix de l'or mais si l'on souhaite que la fonction soit réellement attractive, l'expérience doit être « out of the box ». On peut aussi proposer des bundles en promo. Un mot sur la vidéo qui s'améliore de plus en plus et il est possible de faire la différence en affichant par exemple un format populaire comme le DivX. Enfin, il semble que la course aux pixels se relance faute d'autres arguments. C'est évidemment ridicule et l'appuyer par sa promotion ne fait que contrarier l'éducation d'un public de plus en plus averti. Sur le reflex, se distinguer par des fonctionnalités est plus compliqué car tout le monde se marque à la culotte. Ce sont plutôt des équilibres à trouver. Ainsi, celui qui réussit à concevoir un boîtier compact et ergonomique sera primé. Pour le reste, il y a la piste de l'écran qui peut devenir plus grand mais aussi servir de viseur alternatif. Et il est possible de reprendre des automatismes du compact qui ont toute leur place sur le reflex aussi avec par exemple la correction de dynamique et les fonctions de retouche intégrées. Au delà, il ne faut pas oublier que l'achat d'un reflex est un acte important pour l'amateur et que l'aspect valorisant et la technologie de pointe sont des points essentiels. Car dans les faits, il n'y a que très peu de différences entre les leaders sur la qualité d'image obtenue !