

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging. Édition romande
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 14 (2007)
Heft: 2

Artikel: Cap sur l'expansion européenne depuis 40 ans avec les cadres photo et albums
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980181>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

erno Cap sur l'expansion européenne depuis 40 ans avec les cadres photo et albums

A quelques minutes de route seulement de la bourgade frontalière de Waldshut se dresse le siège de la société Erno GmbH non loin du Rhin. Fondée en 1968 à Eschborn sous le nom Erno Photo GmbH, elle est longtemps restée une société indépendante au sein du groupe suisse Erno Photo AG. Ce groupe helvétique dont la réputation n'est plus à faire commercialise

Qui dit Erno - dit albums, cadres photo et accessoires pour le commerce photo, et ceci depuis près de quatre décennies.

Fondée en 1968, cette entreprise implantée depuis de nombreuses années à Albrück près de Waldshut est une filiale à 100% de Fujifilm Suisse à Dielsdorf.

n'importe quelle photo de famille, portrait ou photo d'enfant. Car une chose est sûre: en général, on a trop tendance à négliger la présentation des photos. Mais c'est sur ce segment que le commerçant photo entreprenant, que le photographe innovant peut se démarquer de la concurrence - une nécessité dans ce siècle du numérique omniprésent. Les albums et cartes de la série Positiv



La table avec les échantillons (e. ht) et la vue sur les entrepôts (en bas).



Le nom Erno est synonyme depuis 1947 de service et de qualité.



A. Seela inspecte les modèles (en haut). En bas: des standardistes charmantes.



Le service des expéditions envoie jusqu'à 400 paquets dans les heures de pointe (à g.). Droite: le nouveau showroom



depuis sa création en 1947 des produits phares de fabricants japonais renommés. En 1980, la société Erno Photo GmbH a été transférée à Albrück/Bade du Sud, puis intégrée dans le groupe Chromos en 1997, après la mort de son fondateur.

Une perpétuelle diversification

Le changement de nom en Erno Warenvertriebs GmbH en mars 1989 s'inscrit dans une volonté permanente de diversifier l'offre pour l'adapter sans cesse aux exigences et aux besoins du marché. L'entreprise est un partenaire clé pour le commerce photo - et ceci sans discontinuer depuis des années - pas seulement en Alle-

magne. Presque toute l'Europe est desservie depuis Albrück, Erno représentant beaucoup de grands noms prestigieux sur le continent européen. La gamme de produits commercialisés comprend pas mal d'articles vedettes, comme les albums photo belges Brepols ou les luxueux outils de présentation de la marque Positiv. La guerre des prix et la concurrence qui règnent sur le marché montrent à quel point le design joue un rôle prépondérant aujourd'hui.

Certes, nombre d'articles sont vendus majoritairement en raison de leur prix modique - une réalité qui touche malheureusement aussi le commerce photo.

Cependant, les commerçants et les studios ont l'opportunité de se démarquer de la masse des «discounters» en proposant des services hors du commun et des produits de style, à l'instar de la série Positiv d'Erno. Elle comprend des dossiers de présentation, albums et cartes individuelles ainsi qu'une boîte intégrant neuf cubes photo exclusifs qui sautent immédiatement aux yeux. Ces produits sont livrés au choix soit en différentes couleurs assorties, soit dans l'élégance du ton sur ton.

Le design est primordial

Une présentation séduisante est capable de mettre en valeur

sont tous personnalisables - une nouvelle opportunité de se distinguer - et constituent ainsi des moyens d'expression et des outils publicitaires par excellence.

Une vaste gamme

La gamme Erno ne se limite pas aux cadres et albums photo. La société commercialise depuis toujours des trépieds et parallèlement des sacoches photo de marque Albrück, des produits d'entretien et des cadres photo numériques. Ces derniers devraient encore faire parler d'eux dans le commerce photo puisqu'ils s'agit d'écrans nécessitant un conseil de vente que les détaillants spécialisés sont plus

qualifiés pour dispenser que les «discounters».

Il reste encore à déterminer quand et dans quelles proportions l'album photo ou la présentation numérique détrôneront l'album ou le cadre photo classique. Pour le moment, ce n'est pas encore d'actualité, si l'on en croit Jens Stamme, directeur des ventes en Suisse. Les albums photo se vendent toujours aussi bien et les ventes de cadres photo connaissent même une croissance marquée. Cet effet est probablement le fruit de la philosophie défendue par la direction

ouvelle saison. La production en Extrême-Orient est surveillée par un bureau à Hongkong. Le collaborateur sur place a beaucoup contribué à la maîtrise de la qualité dans la société Erno au cours de ses trente années de bons et loyaux services.

La production en Europe

Par ailleurs, plusieurs lignes de produits sont fabriquées en Europe, notamment la ligne Fiona. Les responsables Erno ont réussi un gros coup en s'attachant les albums Brepols. Ces produits au design exclusif sont achetés sous li-

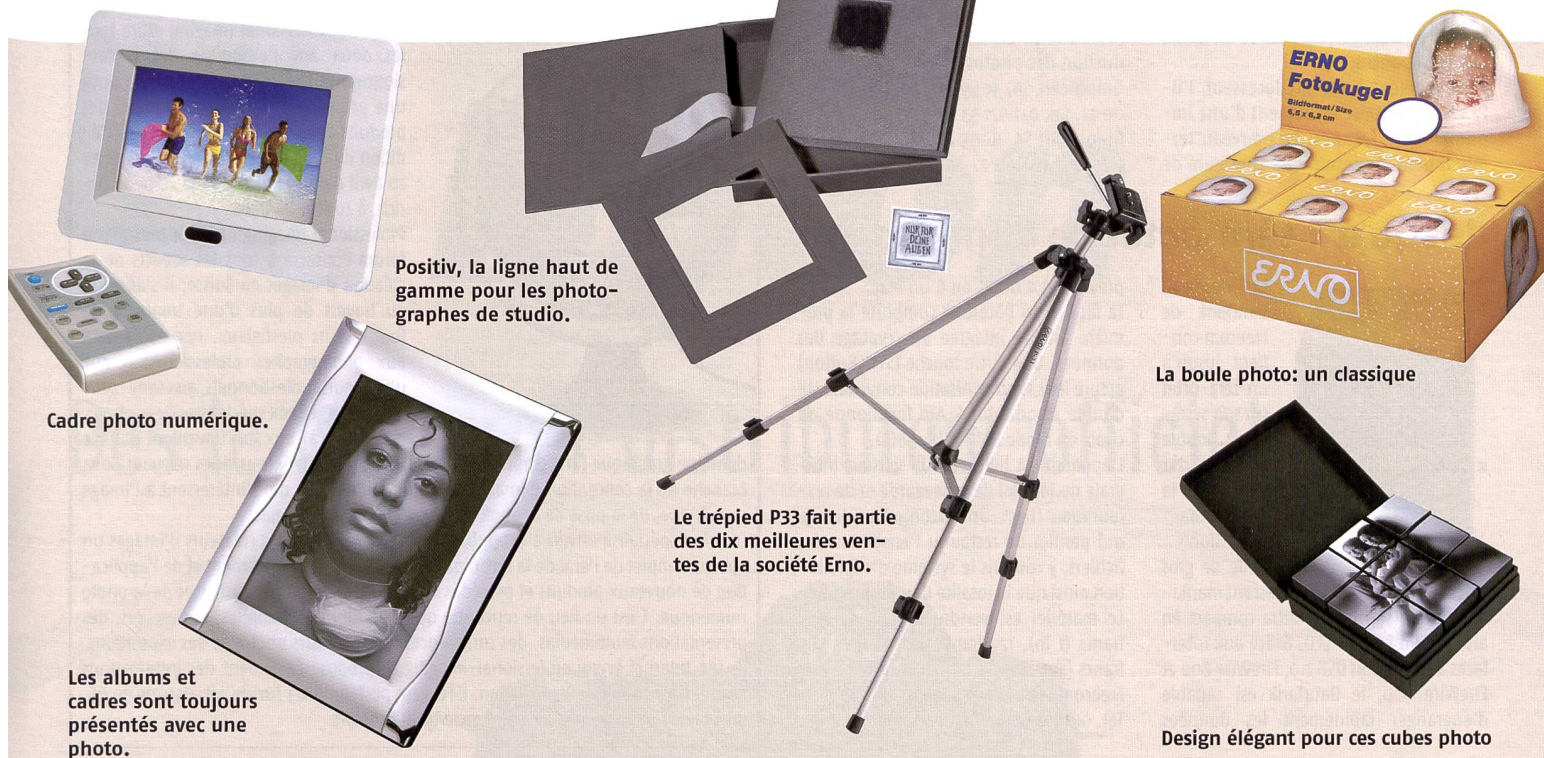
stock est un «must» absolu car le client ne doit pas attendre trop longtemps sa marchandise, sous peine de s'impatienter. Erno n'exige pas non plus de quantités minimum de commande, le commerçant peut même se faire livrer un cadre à l'unité. Cette flexibilité représente un grand avantage pour le commerce photo.

Catalogues: outils importants

Malgré Internet, des catalogues sont imprimés et envoyés à la clientèle deux fois par an. Cet effort vaut la peine, comme le

te, ce volume peut atteindre 400 envois. Entre dix et vingt palettes sont manutentionnées chaque semaine, la part du lion revenant aux cadres photo. Presque 70 % des produits vendus par Erno sont des cadres.

Pourtant Erno ne fournit pas uniquement le commerce photo, elle compte aussi parmi ses clients des magasins de meubles, boutiques de cadeaux, librairies et papeteries ainsi que grands magasins, en veillant toujours à ce que les différents secteurs ne se concurrencent pas. Les produits destinés au commerce spécialisé font plutôt partie du seg-



Cadre photo numérique.

Positiv, la ligne haut de gamme pour les photographes de studio.

Les albums et cadres sont toujours présentés avec une photo.

Le trépied P33 fait partie des dix meilleures ventes de la société Erno.

La boule photo: un classique

Design élégant pour ces cubes photo

Erno. Les cadres sont toujours présentés avec une belle photo assortie au cadre ou à l'album. Ces clichés sont mis à la disposition de l'entreprise par des studios photo amis, soulignant le rôle d'une stratégie marketing réussie et d'un design payant.

Contrôle de qualité interne

Un paramètre tout aussi essentiel est le contrôle de la qualité. Andreas Seela, responsable achat, se rend deux fois par an sur les principales foires asiatiques et ramène dans ses bagages les échantillons les plus intéressants. A l'issue d'une présentation à Albruck, l'équipe décide quels modèles commander pour la nou-

cence avec des photos de la célèbre photographe d'enfants Anne Geddes. Et ces photos d'enfants font un tabac!

L'énorme éventail de produits pose des défis énormes à la logistique de l'entreprise. Un grand

prouve le carnet de commandes de mieux en mieux rempli. L'entrepôt immense héberge plusieurs milliers d'articles prêts à expédition. Chaque jour, près de 150 paquets quittent Albruck à destination de magasins photo. Les jours de poin-

ment haut de gamme. En revanche, les grands magasins demandent le plus souvent de gros volumes de marchandise promotionnelle.

Matériels pour le point de vente

Les clients Erno bénéficient d'un soutien de A à Z, prodigué par une équipe motivée, encadrée par une logistique bien structurée, mais aussi décliné sous la forme d'outils de présentation attrayants comme la gondole centrale «Atlantic», qui, comme son nom l'indique, polarise l'attention au centre de l'espace de vente, ainsi que étagères et présentoirs. Des modèles de la collection actuelle sont visibles dans le superbe showroom Erno à Albruck.

Erno Photo – Fujifilm – Erno Sàrl

La société Erno Photo SA a été fondée en 1947 par Eugen Ernst. Elle fabriquait du matériel de laboratoire, des accessoires photo et commercialisait différents produits photo. En 1952, plusieurs représentations ont été reprises, notamment en 1960 les produits japonais Fujifilm.

Le 27 août 1968 a été créée à Albruck près de Waldshut une filiale à 100 % de Fujifilm Suisse, baptisée Erno et inscrite au registre du commerce de Waldshut-Tiengen. La direction de Fujifilm (Switzerland) SA et d'Erno Sàrl est assumée par Jürg Barth. Tous les produits d'Erno Warenvertriebs Sàrl (cadres, albums, articles cadeaux, etc.) sont commercialisés en Suisse par Fujifilm et son réseau de vente externe. Prochainement, Fujifilm (Switzerland) SA ajoutera de nouveaux produits et représentations à la gamme Erno.