

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging. Édition romande
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 14 (2007)
Heft: 11

Artikel: Les solutions globales plus prisées que jamais
Autor: Barth, Jürg
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980214>

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: 15.03.2025

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

fotointern

Edition romande

9 novembre 2007 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

Les Suisses allemands – mis à part vous, chères lectrices et lecteurs – s'intéressent peu au marché français de la photographie et de l'image. Cela tient d'une part à la barrière linguistique et d'autre part au fait que la France n'a plus guère d'industrie de la photographie spécifiquement française. Par conséquent, il semble plus logique de se tourner vers l'Allemagne. Cependant, le «Salon de la Photo» qui se déroule tous les deux ans en alternance avec la Photokina valait le détour cette année. Non pas pour les nouveautés d'automne qui y ont été présentées – nous les avons déjà dévoilées à nos lecteurs dans les derniers numéros. Mais le salon a bénéficié cette année d'un nouveau concept: il a tout d'abord été ouvert au public, à l'aide d'une publicité appropriée, ce qui a attiré 48 000 visiteurs pendant les cinq jours de l'exposition. Autre nouveauté inédite, la présence, en plus des représentations des marques, de chaînes de magasins qui ont vendu les nouveautés directement aux visiteurs. Par ailleurs, nous avons eu connaissance de chiffres et de tendances intéressants concernant le marché français de la photographie comme vous le découvrirez dans notre article à la page 8.

Urs Tillmanns

fujifilm «Les solutions globales plus prisées que jamais»



Jürg Barth occupe depuis 18 mois la fonction de CEO de Fujifilm (Switzerland) SA et de Erno Sàrl Albbbruck. Il dresse le bilan des mois écoulés depuis sa prise de fonction et parle de sa stratégie pour l'avenir.

Monsieur Barth, vous êtes le CEO de Fujifilm depuis dix-huit mois. Quels changements se sont opérés dans la branche pendant cette période?

La tendance à la numérisation des produits s'est accélérée dans

la branche de la photographie, aussi bien dans le domaine des appareils photos que des prestations et des appareils de laboratoire. Tous segments confondus, le marché des produits argentiques équivaut encore tout à

plus à 10 pour cent du marché de l'an 2000! Ce changement extrêmement rapide a bien sûr induit des mutations profondes. Les entreprises qui ont survécu sont celles qui se sont adaptées le plus rapidement aux évolutions du marché. Chez Fujifilm, nous nous sommes préparés tôt et de manière systématique à ce bouleversement. Depuis le début de l'ère numérique, les évolutions ont touché non seulement les appareils photos et les minilabs, mais aussi les prestations de laboratoire.

Dans ce dernier domaine, le potentiel pour l'avenir reste important car de nombreux consommateurs n'ont jamais voire très rarement utilisé les possibilités de tirage numérique proposées dans les magasins ou par les grands laboratoires. Par ailleurs, des prestations telles que le livre photo, certains articles photo tendance et les posters numériques seront de plus en plus produits, à l'avenir, directement sur

Suite à la page 3

sommaire

Olympus: boîtier pro E-3 de type Four Thirds

Page 6

salon de la photo

Le plus grand salon français de la photo a attiré les visiteurs par milliers. Les tendances.

Page 8

moyen format

Le lancement du Sinar Hy6 est imminent. Révolutionnera-t-il le moyen format?

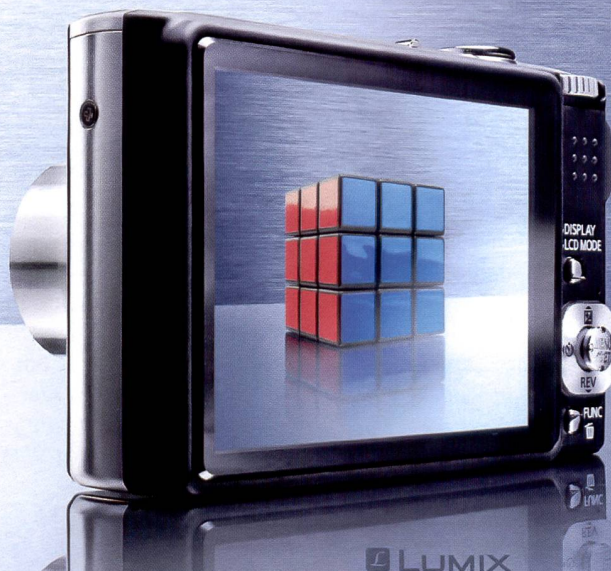
Page 10

canon

Les nouvelles imprimantes photo Selphy ES utilisent des cassettes pratiques all-in-one.

Page 13

L'appareil photo avec intelligence automatique.



Quelle que soit la complexité de votre sujet, le nouveau Lumix FX55 en fait une photo parfaite. En effet, l'appareil le plus intelligent du monde se charge de tout. Son intelligence automatique «iA» choisit par exemple entre les modes paysage, portrait ou macro celui qui est le plus approprié, détermine le temps d'exposition et règle la distance grâce au Quick-Autofocus. Quant au stabilisateur optique, il garantit que tout ce que vous voyez sur l'écran LCD de 3 pouces sera saisi avec une netteté irréprochable par l'objectif LEICA DC VARIO-ELMARIT. Si vous voulez savoir à quoi d'autre vous n'aurez plus à penser grâce à ce nouvel appareil 8 mégapixels, rendez-vous simplement chez votre revendeur Panasonic, dans un magasin spécialisé ou sur www.panasonic.ch

Panasonic
ideas for life

Suite de la page 1

le point de vente.

Quels changements avez-vous amorcé ces derniers temps chez Fujifilm (Switzerland) SA?

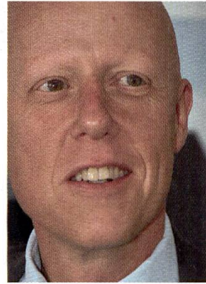
Au cours des 18 derniers mois, nous avons pris un certain nombre de décisions, pour certaines douloureuses, afin de pouvoir avancer vers l'avenir à partir d'une base saine. Nous avons, par exemple, arrêté les activités du laboratoire en Suisse, qui était un segment déficitaire, et avons externalisé les prestations de laboratoire depuis le 1er octobre 2006. Parallèlement, nous nous sommes engagés dans une stratégie de croissance rentable et avons intégré de nouveaux segments au sein de Fujifilm. Nous avons poursuivi l'extension de notre portefeuille de produits dans les unités Medical et Industrial et l'avons diversifié. Dans le segment Photo, les principales nouveautés sont la vente exclusive des produits Vanguard (sacs, mallettes, pieds, jumelles), l'introduction de nouveaux produits électroniques tels que les cadres photo numériques ainsi que le nouveau programme de piles Camelion. Dans le domaine des appareils de laboratoire, nous nous considérons aujourd'hui comme un «fournisseur de solutions». Cela signifie que nous proposons des solutions, autant que possible indépendantes des marques, adaptées aux besoins des clients. Comme pour les Minilabs, nous proposons des imprimantes grand format Canon, Epson ou HP et assurons le conseil, la formation, l'installation et la maintenance de ces produits.

Et quels changements y a-t-il eu chez Erno Särl?

Notre filiale à 100% Erno Särl à Albruck près de Waldshut en Allemagne connaît aussi un développement très positif. D'une part, de nouveaux produits comme les cadres numériques, de nouveaux albums de marques – dont les produits de la société Panodia pour l'Allemagne – ainsi que la nouvelle représentation exclusive, également pour le marché allemand, de la marque Vanguard ont consolidé notre présen-

ce sur le marché. D'autre part, nous sommes en train de développer fortement les exportations de produits Erno dans toute l'Europe. Nous sommes aujourd'hui représentés dans les principaux pays européens.

Quelles évolutions pouvez-vous nous annoncer sur le marché



«Les produits argentiques représentent encore tout au plus dix pour cent du marché de l'an 2000»

Jürg Barth, CEO Fujifilm (Switzerland) SA

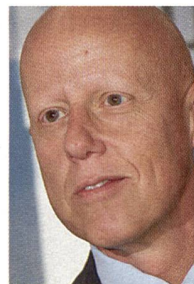
des Minilabs et quels nouveaux systèmes de Minilabs propose Fujifilm?

Dans ce domaine aussi, il deviendra de plus en plus primordial à l'avenir de pouvoir compter sur un fournisseur proposant non seulement une marque, mais un concept global. Je voudrais souligner que le Workflow Management Frontier a été intégré dans tous les nouveaux minilabs Fujifilm, ce qui permet de piloter divers appareils comme un Minilab, une imprimante grand format, un graveur de CD/ DVD, une imprimante photo thermique ou une imprimante laser à partir d'une unité centrale. Fujifilm propose tous ces produits séparément ou sous forme de solution globale. La nouvelle génération de Minilabs Frontier de Fujifilm va être lancée ces prochains jours. Il s'agit au total de sept (!) nouveaux appareils avec des capacités allant de 800 à 2400 tirages par heure et des formats d'impression maximaux de 203 x 610 à 305 x 914 mm. Par ailleurs, nous allons également présenter aux détaillants photo spécialisés un concept très intéressant pour la production de livres photos dans leurs magasins. Le système comprend une Xerox Phaser 7760, un Order-it Micro avec le logiciel de livres photos correspondant et un système de reliure Unibind XU 138.

Fujifilm (Switzerland) SA se diversifie aussi dans de nouveaux domaines tels les imprimantes numériques grand for-

mat. Quelle est votre stratégie? L'impression numérique grand format revêt bien sûr une place importante dans la branche graphique. Mais depuis quelque temps, la branche de la photographie s'y intéresse aussi de plus en plus. Nous voulons exploiter cette tendance pour développer

encore davantage le Large Format Printing (LFP) auprès des détaillants photo. Il est évident que les commerçants peuvent dégager une marge supérieure à la moyenne en imprimant des posters directement dans leurs magasins au moyen d'une imprimante LFP Inkjet. Par ailleurs, les posters sont à nouveau très prisés du grand public, ce qui est un argument supplémentaire en faveur d'un investissement dans ce segment. Nous proposons une offre complète bien étudiée comprenant une imprimante grand format Canon, Epson ou HP ainsi que les consommables corres-



«Il sera de plus en plus primordial à l'avenir de pouvoir compter sur un fournisseur de solutions globales.»

Jürg Barth, CEO Fujifilm (Switzerland) SA

pondants. Les appareils sont exposés dans notre nouveau local de démonstration à Zurich et prochainement aussi à Bussigny près de Lausanne.

Vous présentez les évolutions récentes de votre entreprise dans votre nouveau local de démonstration très vaste. Quel est votre concept?

Notre nouveau Demoparc contient tous les produits destinés à l'industrie graphique et au marché de la photographie. Les ap-

pareils de Fujifilm (Switzerland) SA et de Chromos SA sont exposés sur 250 mètres carrés. Nous présentons des produits HP Indigo, Agfa Anapurna, des minilabs, des bornes libre service (kiosques photos), des terminaux d'impression immédiate Silverlab, plus de 10 imprimantes grand format à jet d'encre de Epson, Canon et HP. Le Demoparc réunit tous les appareils de production modernes sous un même toit. Sans oublier les nouveaux appareils photo numériques Finepix ainsi que la gamme des produits Vanguard et Erno. Nous avons pu nous rendre compte de l'attrait exercé par notre Demoparc lors des journées portes ouvertes organisées en septembre dernier puisque près de 200 clients ont répondu à notre invitation.

Quels seront les APN vedettes pour la période de Noël?

Dans le domaine des superzooms, le nouveau leader est sans aucun doute le S8000fd 8MP doté d'un zoom optique 18x à partir de 27 mm, d'une fonction de prise de vue en rafale jusqu'à 15 vps, ainsi que d'une double stabilisation d'image et de la détection des visages. Dans la classe compacte supérieure, le F50fd se distingue par un capteur Super CCD 12MP, une double stabilisation d'image, 6400 ISO (maxi.), la détection des

visages avec une suppression automatique des yeux rouges et une fonction en rafale atteignant 5 vues/sec. Dans la catégorie des appareils ultra compacts, le Z100fd sort tout particulièrement du lot avec son boîtier métallique ultra plat décliné en quatre couleurs. Sans oublier que nous proposerons à nouveau, en exclusivité pour la Suisse, un set comprenant le F480, une carte mémoire, un étui et une dragonne à un prix très intéressant.