



LA VIE EN PHOTOS

L'enquête photo d'ifolor 2015:

Comment la Suisse
prend ses photos

Préface



Depuis plus de 50 ans, l'entreprise familiale suisse ifolor est synonyme de compétence et de qualité. ifolor met en œuvre son concept de service photo à domicile depuis 1968, et compte parmi les premiers labos photo ayant réussi la transition entre photographie analogique et numérique. Depuis, en tant que leader suisse des produits photo personnalisés, ifolor distribue ses photos et produits photo par correspondance, dans cinq pays européens.

Durant ces 50 ans de services de photographie, ifolor a traité neuf milliards de photos pour les quelques millions de clients qu'elle a su fidéliser en Suisse, en Allemagne, en Finlande, en Norvège, en Autriche et en Suède. En près de 50 ans, ifolor a traité plus de quatre milliards de photos de ses clients – pendant longtemps, elle s'est contentée de les développer mais depuis quelques années, ses produits photo tels que livres photo et calendriers photo rencontrent un succès grandissant.

Chaque année, l'entreprise transforme quantité de photos, dont certaines lui sont transmises avec leurs métadonnées – appelées données Exif. Pour cette enquête photo, ifolor a analysé les données anonymisées de 6,2 millions de photos au total. L'analyse dépeint un tableau du paysage photographique des particuliers suisses.

Ifolor souhaite une bonne lecture à tous les amateurs de photo, et espérons que cette première enquête photo d'ifolor vous passionnera.



Filip P. Schwarz
CEO, ifolor AG

Inhalt

- 2 Préface
- 4 Introduction
- 5 Méthodologie
- 6 Les découvertes d'ifolor: Les coulisses de la photo en Suisse
- 7 Les suisses aiment les appareils de milieu de gamme
- 9 Le secteur suisse de l'imagerie à la baisse
- 10 Les clients d'ifolor utilisent iOS
- 12 La tendance est aux valeurs ISO standard
- 13 Les suisses ont l'humeur à la photographie
- 14 «Comment la Suisse prend ses photos» – un aperçu des découvertes d'ifolor
- 15 Petit portrait

Introduction

La diversité des systèmes et modèles d'appareils va toujours croissant. On peut désormais capturer des scènes dans quasi toutes les situations, quel que soit l'endroit ou presque. Avec les smartphones notamment, tout le monde peut illustrer son quotidien en images. La simplicité, le plaisir et la proximité avec le sujet poussent de nombreux photographes amateurs à pratiquer ce loisir. La photographie sur smartphone est la tendance du moment, et avec les plateformes telles que Facebook et Instagram, elle est devenue un phénomène de masse depuis longtemps.

En tant que leader suisse des produits photo personnalisés, ifolor s'est donné la mission de cibler quelques unes des évolutions essentielles du marché de la photographie et de les rapprocher des données photos traitées sur sa ligne de production. Il a étudié si les observations actuelles du marché correspondent aux plus de 6,2 millions d'ensembles de données Exif complets analysés, relatives entre autres aux catégories, marques et modèles d'appareils. Par ailleurs, les résultats portant sur les valeurs ISO les plus utilisées permettent de comprendre le comportement des photographes et de définir avec quelles réglages ISO les photos sont prises en Suisse. Et en un clin d'œil, les résultats montrent encore les périodes de l'année dernière les plus propices à la photographie.

Méthodologie

Chaque année, c'est durant le dernier trimestre qu'ifolor dispose de la quantité de données la plus importante et la plus représentative. Elle représente environ deux tiers de la quantité totale de photos de clients traitées.

Les découvertes de cette enquête photo ayant pour thème «Comment la Suisse prend ses photos» reposent sur les données Exif d'un total de 6,2 millions de photos traitées durant le dernier trimestre 2014.

Les données Exif sont des données anonymisées, qui ne donnent aucune information sur les données privées des clients ou les sujets qu'ils ont photographiés.

Les données Exif, quèsaco?

Exif est l'abréviation officielle de «Exchangeable Image File Format» – à l'origine une norme industrielle japonaise, qui est devenue un format standard d'enregistrement des métadonnées dans les photos numériques. Les données Exif sont directement inscrites dans les fichiers d'images au format JPEG ou TIFF, et sont enregistrées dans «l'en-tête» (espace au début du fichier image, avant les informations d'image en elles-mêmes).

Les découvertes d'ifolor

Les coulisses de la photo en Suisse

LES SUISSES **AIMENT** LES APPAREILS DE MILIEU DE GAMME. LES APPAREILS COMPACTS **PERDENT** DU TERRAIN. LES ACTION-CAMS À LA **CONQUÊTE** DU MARCHÉ DE MASSE. LES UTILISATEURS D'IOS FONT **DÉVELOPPER** PLUS DE **PHOTOS** CHEZ IFOLOR QUE LES UTILISATEURS D'ANDROID. LA **TENDANCE** EST AUX VALEURS ISO STANDARD. LA PHOTO SUR SMARTPHONE EN PLEIN **ESSOR**.

Les suisses aiment les appareils de gamme moyenne

Les gagnants et les perdants

Des appareils de plus en plus diversifiés. D'après les informations de la Photoindustrie-Verband (association allemande de l'industrie photographique), les marques commercialisent des systèmes d'appareils toujours plus diversifiés. Les appareils réflex numériques, compacts, bridges et hybrides et les smartphones sont bien connus des photographes professionnels comme des amateurs. Depuis longtemps maintenant, les petites caméras légères appelées action-cams font fureur. Elles comptent maintenant parmi les appareils les plus prisés, en particulier pour les activités sportives.

Un regard sur les marques d'appareils révèle que parmi les photos traitées par ifolor, Canon est largement en tête

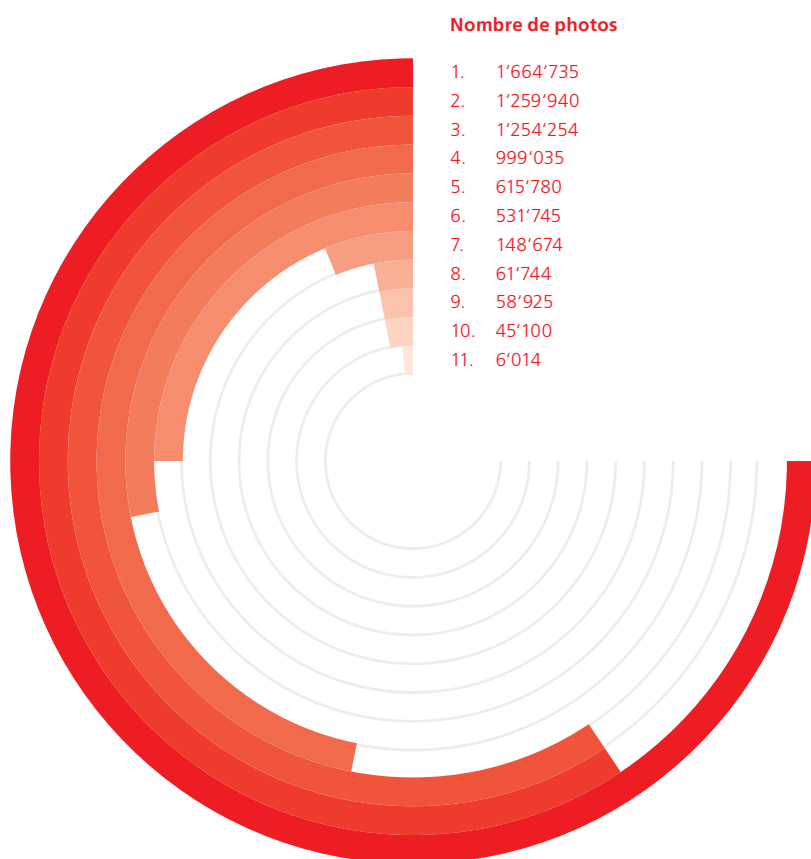
avec 1,66 millions de photos. Derrière elle, Nikon et Apple sont au coude à coude, avec près de 1,25 millions de photos chacun.

Durant le dernier semestre 2014, ifolor a reçu un total de près de 6,2 millions de photos possédant un ensemble de données Exif complet. Si on se penche sur les modèles d'appareils, on constate qu'avec 34,5 pour cent soit près de 2,14 millions de photos, les appareils réflex numériques sont les plus utilisés. Au premier rang, les reflex numériques de milieu de gamme tels que les Canon EOS 600D et 550D et le Nikon D7000 donnent clairement le ton.

En termes de part de marché, les reflex numériques sont suivis de près par les

smartphones. 31 pour cent, soit 1,9 millions de photos, ont été prises avec ce type d'appareil.

L'analyse des photos de smartphones montre que les modèles d'Apple l'iPhone 4S avec près de 430 000 photos et l'iPhone 5 avec près de 310 000 photos arrivent respectivement en 1ère et en 2ème position. Les action-cams de la marque GoPro sont la lanterne rouge du tableau d'évaluation, avec 6014 photos traitées. Ces modèles de caméras étant relativement nouveaux sur le marché et actuellement en devenir, il sera très intéressant d'observer l'évolution de cette technologie dans les années à venir.



Toutes les données sont indiquées en %

1. Canon	2. Nikon	3. Apple
25	19	19
4. Sony	5. Panasonic	6. Samsung
15	9	8
7. Olympus	8. Nokia	9. Fujifilm
2	1	1
10. HTC	11. GoPro	
1	0.09	

GoPro, un créateur de tendances à la conquête du marché de masse

La génération YouTube aime par dessus tout les cascades de casse-cous et les vidéos spectaculaires. D'après les informations de l'institut GfK Switzerland, premier institut de recherche de marché en Suisse, le marché des action-cams connaît une croissance fulgurante en Suisse aussi: au cours des trois dernière années, les ventes ont plus que doublé. Si l'on en croit les chiffres des ventes publiés par Swico, l'Association suisse des fournisseurs de TIC, en 2012 encore, seulement 37 000 unités ont été vendues. En 2013, ce nombre est passé à 53 000 et l'année dernière, il a atteint 88 000 unités. Avec cette augmentation, le chiffre d'affaires généré avoisinait les 30 millions de francs.

2014 Unités vendues

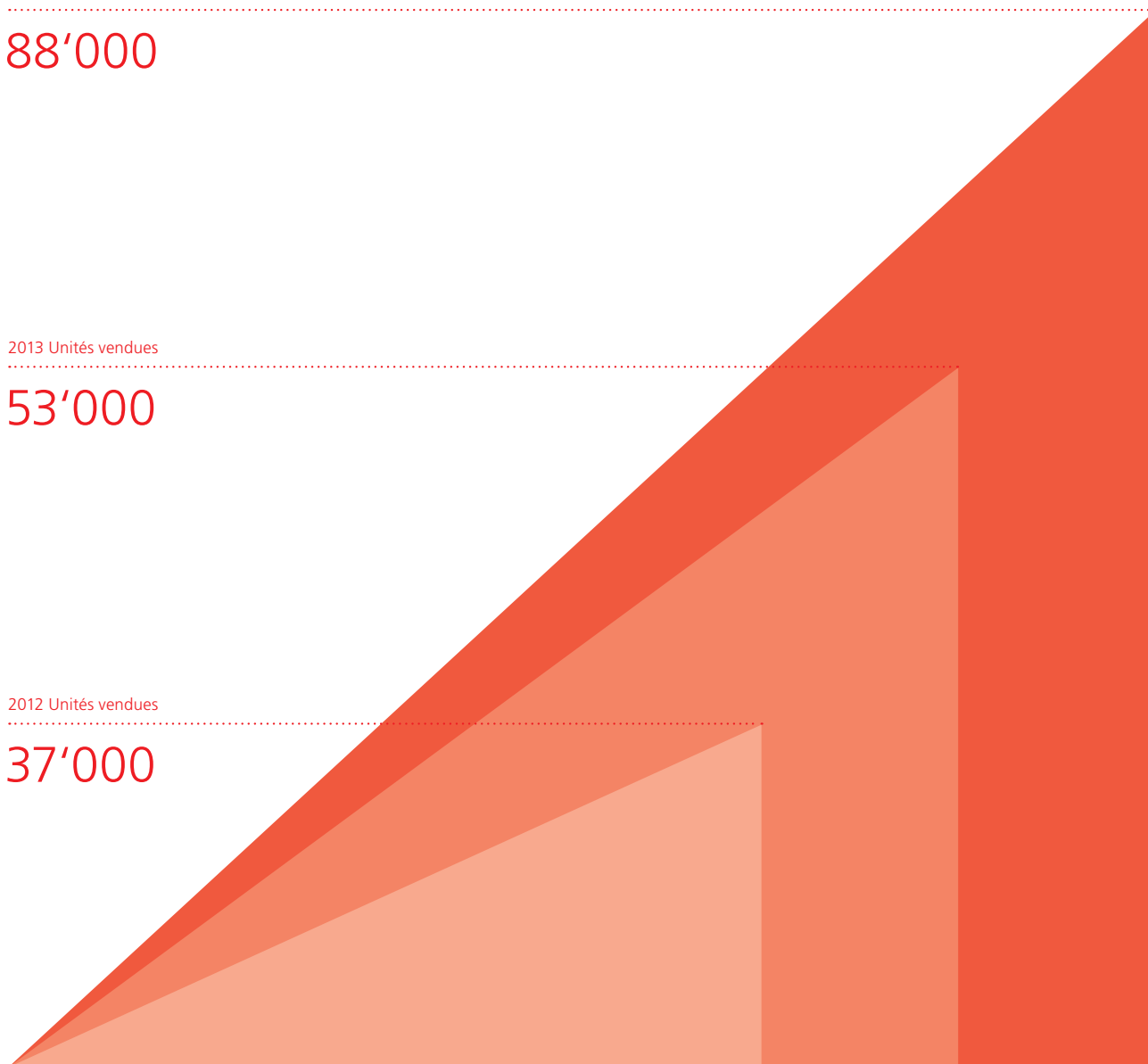
88'000

2013 Unités vendues

53'000

2012 Unités vendues

37'000



Le secteur suisse de l'imagerie à la baisse

Les appareils compacts perdent du terrain

En 2005, avec 932 000 appareils vendus, le marché suisse de l'imagerie a généré un chiffre d'affaires total de 527 millions de francs, un record. Depuis, les ventes sont à la baisse. D'après les informations de l'institut GfK Switzerland, en 2013 encore, 715 000 appareils ont été vendus, pour une valeur de 298 millions de francs.

Presque toutes les catégories d'appareils sont concernées par cette tendance baissière. Mais les appareils compacts sont ceux qui en souffrent le plus. En 2013, avec 411 000 appareils compacts vendus, le chiffre d'affaires était de 108 millions de francs, tandis qu'en 2005, les 742 000 appareils vendus étaient presque trois fois plus nombreux, et le chiffre d'affaires enregistré était de 321 millions de francs. Sur le segment des reflex numériques, en 2005, les 69 000 appareils vendus ont généré un chiffre d'affaires de 118 millions de francs. Chose étonnante, pour 126 000 appareils vendus en 2013, le chiffre d'affaires est retombé à 115 millions de francs. La demande en reflex numériques a été stimulée par des offres attractives, ce qui a entraîné une chute des prix moyens. En conséquence, malgré un nombre d'appareils vendus presque doublé, le chiffre d'affaires généré a légèrement baissé.

Ce repli du segment des appareils compacts s'explique d'une part par le fait qu'aujourd'hui, les reflex numériques, qui offrent la possibilité de changer d'objectif et intègrent un équipement technique plus performant, sont disponibles à un prix largement plus abordable qu'auparavant. D'autre part, cette baisse est due à l'amélioration constante des performances photographiques des smartphones, qui sont devenus de plus en plus populaires, en quelques années seulement.

Le repli qu'ont connu les appareils bridges se ressent également dans le nombre de photos traitées par ifolor en 2014. Ainsi, au dernier trimestre 2014, les clients d'ifolor n'ont transmis que 215 770 photos prises avec des bridges, ce qui représente quelque 3,5 pour cent des photos seulement. Parmi ces photos, 42 500 ont été prises avec le modèle de Sony DSC-HX20V et 26 200 avec le modèle de bridge de Panasonic, le DMC-FZ200.

Reflex numérique

34.5%



Smartphone

31.0%



Appareil compact

28.8%



Bridge

3.5%



Appareil hybride

1.9%



Tablette

0.3%



Les clients d'ifolor utilisent iOS

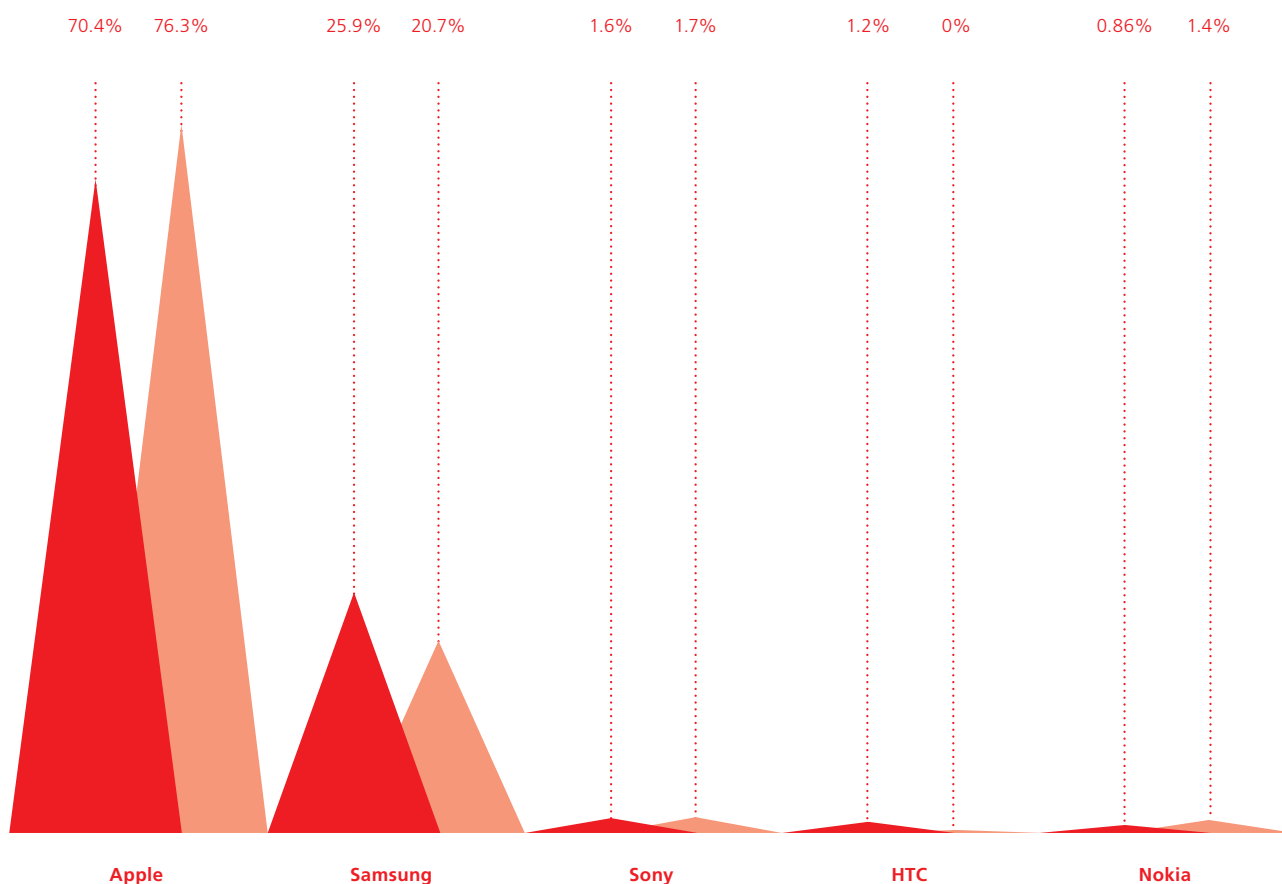
La photo sur smartphone en plein essor

31 pour cent des photos évaluées en 2014 ont été prises avec un smartphone. Une année auparavant, la part occupée par les smartphone n'était encore que de 23 pour cent.

70,4 pour cent de toutes les photos prises avec un smartphone ont été capturées avec un appareil Apple. Samsung arrive en seconde position avec 25,9 pour cent des photos et Sony prend la troisième place avec 1,9 pour cent. La quatrième et la cinquième position sont occupées par HTC et Nokia, avec des pourcentages respectifs de 1,2 et 0,9 pour cent.

Apple a toujours le vent en poupe

▲ 2014
▲ 2013



La comparaison des valeurs obtenues en 2014 avec celles de 2013 montre qu'Apple a perdu du terrain sur son concurrent Samsung, perte qui représente environ 6 pour cent des photos analysées. Si on regarde ces résultats de plus près, on voit qu'en 2014, le nombre de modèles de Samsung différents a largement augmenté comparé à 2013.

Alors qu'en 2013, on trouvait encore quelques photos prises avec le système d'exploitation de Nokia, Symbian, dans l'évaluation de 2014, elles ont complètement disparu. On pourrait croire que le système d'exploitation de Windows allait prendre de l'ampleur, mais pourtant, la part qui lui est imputable disparaît et cette année, elle atteint 1 petit pour cent.

Sur le marché suisse, Android mène le jeu

La part d'utilisateurs d'iPhone et d'utilisateurs d'Android ne correspond pas aux observations et évaluations du marché global en Suisse. D'après le WEISSBUCH 2014, rapport sur le marché des TIC en Suisse, Android a détrôné Apple sur le segment des smartphones. En 2013, pour la première fois, le nombre de smartphones vendus avec un système d'exploitation Google était plus important que le nombre d'iPhones. La part de marché des appareils Android a augmenté de 4,4 pour cent pour atteindre 49,5 pour cent en 2013, largement devant les 42,2 pour cent réservés à iOS. Cependant, chez ifolor, cette destitution d'iOS au profit d'Android passe encore inaperçue et nous attendons avec impatience les résultats de l'étude de 2015.

«Ce que nous constatons pour le moment: les utilisateurs d'iOS développent 2,5 fois plus de photos que les utilisateurs d'Android. Mais l'enquête ne dit pas s'il s'agit des photographes les plus soignés.»

Filip P. Schwarz

Le saviez vous...?

...que 69 pour cent des suisses possèdent un smartphone?

...que dans les années à venir, la part des propriétaires de smartphone va encore augmenter pour atteindre 75 pour cent?

...que parmi les jeunes suisses âgés de 15 à 29 ans, neuf sur dix possèdent un smartphone?

...que la génération des 50 ans et plus est de plus en plus adepte des smartphones? Chez les 50-74 ans, la part des propriétaires de smartphones s'élève à 43 pour cent.

Source: Enquête représentative de l'Institut de recherches de marché et sociales LINK, janvier 2014

Prendre ses photos avec une valeur ISO standard, c'est tendance

La valeur ISO 50 est la plus utilisée

Outre les catégories et les modèles d'appareils, ifolor a passé à la loupe l'ensemble des valeurs ISO contenues dans les données Exif collectées. Sur les appareils numériques, la valeur ISO (définie par l'Organisation internationale de normalisation) désigne la photosensibilité du capteur photographique. ifolor a joué au détective afin de déterminer ce que l'étude permet de conclure quant au comportement photographique en Suisse.

Les appareils intégrés aux smartphones sont toujours plus performants. En effet, les smartphones intègrent désormais un équipement technique de pointe et disposent déjà de valeurs ISO supérieures à 800. D'après une étude comparative réalisée par Home Electronics, les modèles Apple 4S et 5, la série Xperia de Sony et les Samsung Galaxy S3 et S3 mini offrent ces performances.

La majorité des photos de smartphone traitées par ifolor – 56,7 pour cent précisément – ont pourtant été prises avec une valeur ISO de 50, habituelle pour les smartphones. 21,5 pour cent présentaient une valeur ISO de 80 et

8,2 pour cent une valeur ISO de 100. On ne peut que supposer que les propriétaires de smartphones n'exploitent pas toutes les possibilités techniques de leurs appareils, puisqu'ils manquent de connaissances sur les valeurs ISO, l'ouverture et les vitesses d'obturation, ou parce qu'ils privilégient le fonctionnement automatique.

Lorsque les clients utilisent un reflex numérique, ces données sont toutes autres. 35,1 pour cent des photos traitées présentent une valeur ISO de 100. 20,3 pour cent tournent autour d'une valeur ISO de 200 et 25,6 pour cent d'une valeur ISO de 400. S'agissant des valeurs ISO plus élevées, on retrouve une valeur ISO de 800 dans 9,2 pour cent des photos et une valeur de 1600 dans 4,7 pour cent des photos.

On constate donc que les utilisateurs de reflex numériques privilégient des valeurs ISO beaucoup plus élevées que les utilisateurs de smartphones. Un fait avéré, malgré les appareils high-tech dont disposent désormais les smartphones. En effet, les propriétaires de reflex numériques ont plus de marge

de manœuvre avant d'atteindre les limites de leur appareil. Ils disposent de valeurs ISO extrêmes de 3200 et 6400, qui leur permettent de capturer des clichés dans la pénombre. On peut imaginer exploiter ces possibilités en photographiant la voûte céleste par exemple. Les reflex numériques sont également avantageux en ce sens que les modèles les plus évolués produisent des photos de qualité presque sans bruit d'image, même en utilisant des valeurs ISO élevées voir extrêmes.

L'enquête révèle que les clients d'ifolor qui prennent leurs photos avec des reflex numériques voir des appareils hybrides profitent largement de cet avantage technique.

Le bruit d'image, qu'est-ce que c'est?

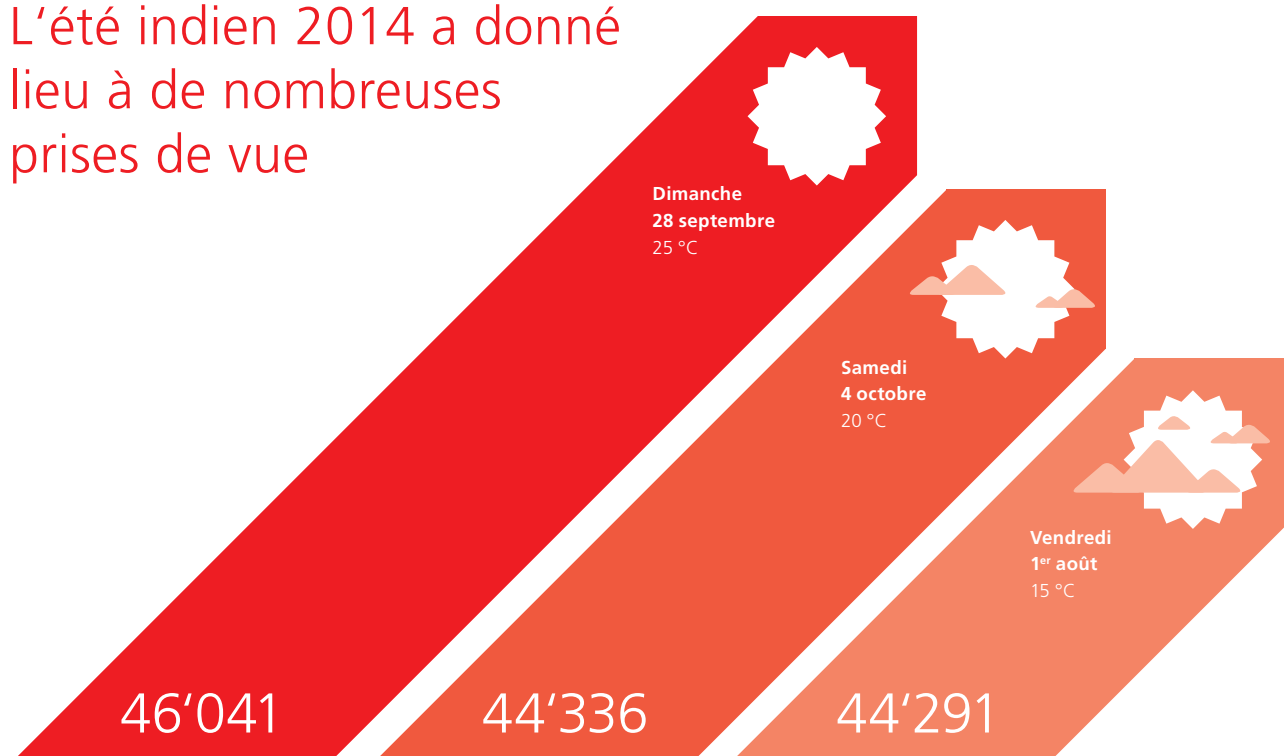
Le «bruit d'image» désigne les effets structurels susceptibles d'affecter la qualité de l'image. Les photos présentant un bruit d'image semblent granuleuses, pixélisées, voir floues – telles qu'elles pouvaient être avec les anciens appareils analogiques avec pellicule, lorsqu'on utilisait des valeurs ISO très élevées. Le bruit d'image se produit lorsque le photographe utilise une valeur ISO très élevée ou que la photo est compressée, c'est à dire que sa taille est réduite. Grâce aux logiciels d'édition d'images, le bruit d'image peut être en partie réduit après coup.

Les suisses ont l'humeur à la photographie

Les journées les plus propices à la photo en 2014

La photographie est un secteur en plein boom. Les gens n'ont encore jamais pris autant de photos, et la tendance qui consiste à capturer chaque instant n'a jamais été aussi forte. Bien sûr, les selfies & co. contribuent grandement au phénomène. Alors si l'envie de prendre des photos augmente, y a-t-il d'autres conclusions à tirer en la matière? Sur les préférences saisonnières des suisses peut-être? Grâce aux données Exif analysées, ifolor a découvert que trois jours de l'année dernière ont particulièrement poussé les suisses à dégainer leur appareil.

L'été indien 2014 a donné lieu à de nombreuses prises de vue



Ce dimanche, deux initiatives populaires étaient soumises au vote. La participation a chuté comparé à l'an dernier, en tombant en dessous de 46 pour cent.

Date officielle de début des vacances d'automne. Du 2 au 4 octobre, la Suisse a connu de belles journées ensoleillées.

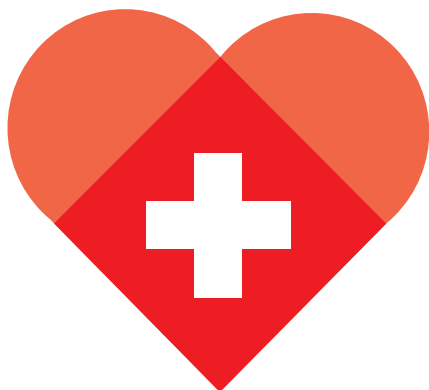
Fête nationale suisse – un long weekend très pluvieux.

La photographie attire de plus en plus d'adeptes

D'après les résultats obtenus par l'institut GfK pour le premier semestre 2014 concernant le marché mondial de la photo, aujourd'hui, une personne sur trois achète un appareil photo. Nombre de ces appareils sont intégrés à un smartphone. Le boom des smartphones rend la photographie toujours plus attractive, pour tout un chacun. En 2014, 1,2 milliard de smartphones ont été vendus partout dans le monde, tels que le rapportent les analystes de marché de Gartner. Comparé à 2013, cela représente une augmentation de 28,4 pour cent.

Comment la Suisse prend ses photos

Un aperçu des découvertes d'ifolor



La tendance est aux **valeurs ISO standard**



Les utilisateurs d'iOS font **développer** plus de **photos** chez ifolor que les utilisateurs d'Android



Les suisses aiment les **appareils de milieu de gamme**



Les appareils compacts perdent du terrain



Les action-cams à la conquête du marché de masse



La photo sur smartphone en plein essor

Petit portrait

ifolor est un prestataire de services en ligne international qui fournit des produits photo personnalisés à ses clients finaux (B2C). L'offre rassemble des produits attractifs et de qualité supérieure autour du thème de la photo, tels que des livres photo, des calendriers photo, des cartes de vœux photo, des photos sur toile et des photos numériques ainsi que différents cadeaux photo.

ifolor mène ses activités dans cinq pays: l'Allemagne, la Finlande, l'Autriche, la Suède et la Suisse. L'entreprise familiale suisse ifolor a été créée en 1961, et elle est leader du marché aussi bien en Suisse qu'en Finlande. L'entreprise entretient deux sites de production équipés des technologies les plus modernes au siège de l'entreprise à Kreuzlingen au bord du Lac de Constance (Suisse) et à Kerava près d'Helsinki (Finlande).

Les clients d'ifolor créent des produits photo personnalisés et uniques à partir de leurs photos, et les commandent en ligne simplement, rapidement et avec fiabilité. Pour ce faire, ifolor propose des applications en ligne et logicielles aux possibilités de personnalisation et de créations infinies, pour tous les appareils courants (Windows, Mac, smartphones et tablettes).

Auteur et éditeur:

Ifolor AG
Sonnenwiesenstrasse 2
8280 Kreuzlingen
Suisse

T +41 (0) 71 686 54 95
F +41 (0) 71 686 54 55
pr@ifolor.ch