

LES GRANDES FIRMES PHOTO-CINÉMA : QUE SONT-ELLES VRAIMENT ?

UN CLASSEMENT des sociétés photographiques (notre tableau) qui met en tête I.T.T. et Philips... cela a quelque chose de saugrenu mais résulte d'une approche qui prend en considération les firmes fabricantes dans la totalité de leurs productions. Cette méthode bouscule quelque peu la hiérarchie que nous établissons habituellement en ce qui concerne le marché photographique. I.T.T. malgré sa position de tête reste un marginal de la photographie. Son activité dans ce domaine appartient aux 5% de divers qui comportent à la fois des chaînes d'hôtels et du matériel photo. Avec 1% de son chiffre d'affaires en photo, l'activité portant sur les flashs et les formats 110 de cette société représente néanmoins 300 millions de nos francs.

Quel intérêt une firme, qui fabrique du matériel de télécommunications, des produits pour l'automobile et l'avion, qui détient des compagnies d'assurances et des chaînes d'hôtels, a-t-elle à se lancer sur le marché de la photo? Il s'agit de la récupération d'un

savoir-faire réutilisé sur des matériels grand public pour lesquels la firme possède déjà un réseau de distribution.

Le cas de Philips est déjà moins surprenant, il s'agit d'un des papes de l'image, mais de l'image électronique. La pièce de Philips dans le secteur de l'image argentique se situe principalement dans le cinéma professionnel. On pense rarement, par exemple, qu'à Paris plus de 90% des salles de cinéma sont équipées de matériel de cette société. Maintenant Philips se rapproche de l'amateur avec ses agrandisseurs et ses autres équipements de laboratoire.

Qu'il s'agisse d'I.T.T., de Philips et, dans une moindre mesure, de Robert Bosch, dont l'activité originelle porte sur l'automobile, nous sommes en face d'un comportement significatif de *noto dipoteo*. Les matériels photo et cinéma, qui ont été pendant plus d'un siècle et demi l'empire de sociétés spécialisées dans l'optique et la petite mécanique de précision, relèvent maintenant de l'électronique. Si bien que les firmes qui dans le domaine de la surface sensible où Fuji avec 10 000 personnes obtient un chiffre d'affaires très proche de celui Polaroid avec 20 000 personnes. Cela l'est également dans le secteur du matériel où Braun a besoin de 8 000 personnes pour réaliser un chiffre qui reste encore inférieur à celui d'Olympus avec 3 000 personnes. Même en tenant compte de la diversité des produits et des secteurs de marché concernés, ces rapprochements mettant en évidence la forte rentabilité japonaise.

Le dernier fabricant qui atteint un milliard de chiffre d'affaires reprendra officiellement dans quelques semaines les activités photo

maîtrisent ce nouveau créneau de la technique et improvisent rapidement fabricants de matériels photo et cinéma et raquent même d'y apporter des innovations.

LA SURFACE SENSIBLE

La véritable palton de tête du marché de la photographie est constitué par ceux qui fabriquent tout à la fois du matériel et de la surface sensible : Kodak, Agfa, Polaroid, Fuji, Orwo, dans une moindre mesure 3 M et Konishiroku. Ce dernier fabricant (marque Sakurai), ne diffuse encore que très peu de produits en Europe mais il est deuxième producteur de surface sensible au Japon et réalise 40% de son chiffre d'affaires à l'exportation, principalement avec les États-Unis. L'ensemble de ces sociétés constituent l'oligopole mondial de la surface sensible. Elles viennent loin en tête devant les autres, ce qui confirme la forte rentabilité de la fabrication du « consommable ».

Cette rentabilité de la surface sensible est mise en évidence, par exemple, par le cinéma de Bell et Howell. Il devient donc propriétaire de l'usine Bell et Howell qui était déjà au Japon et assure la distribution de ses produits pour le monde entier, ainsi que ceux de Mamiya. Leica, Rollei, Beaulieu, Chinon... autant de noms qui sont familiers aux oreilles de nos lecteurs. Leurs fabrications sont essentiellement photographiques et cinématographiques. Certaines de ces firmes ont souvent dû trouver des solutions draconiennes pour survivre. Rollei tenta de remonter le ponton fabricant à Singapour, Leitz a créé une usine au Portugal et s'est allié à Wild.

Quant aux firmes spécialisées dans le

comparaison entre Konishiroku et Canon qui ont un chiffre d'affaires très proche, mais le premier ayant 4 100 employés et Canon 7 700. Les fabricants de surface sensible ne limitent pas cette production au secteur photographique mais utilisent également leurs installations de couchage pour l'imprimerie, pour le microfilm, sauf Polaroid qui est à peu près le seul à posséder une usine spécialisée de produits.

Il est difficile de connaître la place de chaque catégorie de produits pour les sociétés américaines qui refusent de donner le détail de leur chiffre d'affaires. Pour l'Eastman Kodak, si l'on exclut du chiffre d'affaires la photo d'amateur et la photo professionnelle non photographiques (vitamines...), les 20% réalisés par les produits chimiques représentent quelque 11 milliards de francs, le reste concernant, en ordre décroissant, la santé, les sciences, le cinéma professionnel et l'audiovisuel, le secteur du bureau et l'imprimerie. Ce qui donne un profit assez proche de celui communiqué par cinéma d'amateur, le marasme qui règne actuellement sur ce marché risque de mettre les jours de certains en péril. Sankyo Seiki, non dépourvu de cordes à son arc, connaît de sérieux déficits à cause du matériel cinématographique et continue une rationalisation de sa production. Les bénéfices de Chinon décroissent également. La société Beaulieu joue sa carte de qualité et du très haut de gamme et réalise 70% de ses ventes à l'exportation. Elle a mis à l'étude des produits vidéo.

Hanimex, sur ce créneau, représente un cas à part. Cette société australienne a été créée en 1940 et fabrique aussi bien des

Fuji. La gamme d'Agfa est du même ordre avec une place importante pour les bandes magnétiques (son, vidéo et ordinaires).

Fuji débute au Japon 70% du marché de la photo et s'oppose à l'entrée de Kodak sur son marché, où la moindre baisse de prix de la surface sensible serait catastrophique. Elle est aidée sur ce terrain par la politique japonaise qui impose aux produits importés des taxes très élevées. On attend toujours de savoir pour quel système de photographie à développement instantané optera la firme du soleil levant. Choisira-t-elle le système Polaroid ou le système Kodak? Appartient-elle son propre procédé? Tout un pan du marché basculera du fait de ce choix qui devrait nous être révélé à la prochaine Photokina.

LE MATÉRIEL ET L'OPTIQUE

Si l'on demande à l'homme de la rue, Français moyen, quelles sont les grandes marques du matériel 24 x 36, il y a de fortes probabilités pour qu'on entende : Leica, Nikon, Rollei...

bicyclettes que des jeux télévisés et du matériel photo grand public, c'est à la manière des japonais, une jeune société qui prospère. Il manque à cette brève analyse beaucoup d'éléments que nous n'avons pu obtenir, topographique et comme Zenit (URSS) qui, avec le matériel Praktica (R.D.A.), représente 25% du marché français de la vente par correspondance en photographie, n'est pas présentée de façon complète car il est difficile d'obtenir des chiffres de ces pays. Précisons toutefois qu'il se fabrique annuellement 700 000 appareils reflex 24 x 36 en R.D.A. et 600 000 Zenit en U.R.S.S.

GINETTE BLÉRY

PRINCIPAUX GROUPES PRODUISANT DU MATÉRIEL PHOTO CINÉMA

FIRMES	MARQUES PHOTO CINÉMA	NOMBRE D'EMPLOYES	CHIFFRE D'AFFAIRES Francs français 1978	RÉPARTITION DES PRODUCTIONS
I.T.T. (U.S.A.)	I.T.T.	380 000	83,4 milliards	29% télécommunication et électronique - 26% produits pour avions, autos - 19% produits et services grand public - 21% assurances - 5% hôtels et divers dont photographie
PHILIPS (Pays-Bas)	Philips	387 900	69,2 milliards	10% éclairage et piles - 32% son et image grand public - 10% ménage - 25% matériel professionnel (dont cinéma et agrandisseur) - 10% divers
EASTMAN KODAK (U.S.A.)	Kodak	124 800	31,2 milliards	20% chimie non photographique - photo cinéma amateur moins de 50% - produits pour la santé, le cinéma professionnel, le bureau...
TOSHIBA (Japon)	Toshiba	63 000	26,4 milliards	39% Electro-ménager - 37% appareils électriques - 24% en matériel électronique et télécommunication - 2% divers dont photo
ROBERT BOSCH (R.F.A.)	Bauer Silma	110 000	23 milliards	60% de la production représentée par matériel auto garage, auto-radio, hi-fi, télévision - 40% électro-ménager, outillage, cuisines et photo cinéma
3 M (U.S.A.)	3 M	79 500	20 milliards	16% abrasifs, adhésifs - 12% sécurité, marquage - 8% produits électriques - 9% produits magnétiques - 7% produits médicaux - 11% photo et imprimerie - 12% reprographie, microfilm, audiovisuel
AGFA-GEVAERT (R.F.A.)	Agfa Pérutz	32 824	8,2 milliards	Photo-cinéma - reprographie - microfilm - imprimerie - bandes magnétiques
POLAROID (U.S.A.)	Polaroid	21 000	6 milliards	Photo et cinéma à développement instantané - verres pour lunettes
FUJI SHASHIN FILM (Japon)	Fuji	10 500	6 milliards	43% surfaces sensibles photo - 11% matériel photo-cinéma - 11% produits médicaux - 16% produits pour l'imprimerie - 19% divers
RICOH (Japon)	Ricoh	7 500	4 milliards	65% machines de bureau - 22% papier sensibilisé - 5% traitement des données - 4% télécommunication - 4% autres dont photo
CANON (Japon)	Canon	7 700	3,9 milliards	55% matériel photo - 13% calculatrices - 23% copieurs - 9% autres
KONISHIROKU SHASHIN KOYO (Japon)	Konica Sakura	4 200	3,5 milliards	30% surfaces sensibles - 14% papiers sensibles - 22% matériel photo - 24% copieurs - 10% autres
MITSUBISHI PAPER MILLS (Japon)	Mitsubishi	3 650	2,7 milliards	40% papier couché - 10% pâte à papier - 19% autres papiers - 20% papiers photographiques - 11% divers
OLYMPUS (Japon)	Olympus	3 100	2 milliards	50% matériel photo - 28% médical - 16% magnétophones
MINOLTA Camera (Japon)	Minolta Rokkor	5 620	1,8 milliard	74% matériel photo - 26% matériel de bureau et scientifique
NIPPON KOGAKU (Japon)	Nikon	5 315	1,7 milliard	67% matériel photo - 7% microscopes - 15% verres lunette - 4% instruments optiques - 4% télescopes - 3% autres
HOYA (Japon)	Hoya	1 300	1,3 milliard	29% verre ordinaire - 20% verre optique - 50% verre de lunette - 1% divers dont les filtres photo
BRAUN ELECTRIC (R.F.A.)	Nizo (caméras) Braun (flashs, projecteurs)	8 200	1,3 milliard	Plus de 50% en rasoirs et matériels de soin personnel - Hi-fi - matériel électronique grand public - flashs caméras
SANKYO SEIKI (Japon)	Sankyo	1 900	1,1 milliard	15% matériel lié à la musique - 17% magnétophones - 30% composants - 19% révéils électroniques - 11% matériel cinéma - 8% autres
OSAWA (Japon)	Bell & Howell Mamiya	1 200	1 milliard	12% montres et bijoux - 14% matériel photo cinéma - 25% automobiles - 14% matériel pour le sport - 35% autres
COPAL (Japon)	Copal	1 000	1 milliard	27% obturateurs - 30% cassettes, magnétophones - 16% révéils électroniques - 8% composants pour caméras - 10% instruments électriques - 9% autres
YASHICA (Japon)	Yashica Zeiss Contax	1 000	688 millions	69% appareils photo - 12% pièces détachées photo - 4% appareils son stéréophonique - 14% autres
WILD-LEITZ (R.F.A.)	Leica	5 000	625 millions	Matériel photo : plus de 50% - géodésie - médecine - matériel scientifique
ROLLEI (R.F.A. & Singapour)	Rollei Voigtlander	5 100	600 millions	Essentiellement matériel photo cinéma
HANIMEX (Australie)	Hanimex	2 100	500 millions	Bicyclettes - magnétophones à cassettes - jeux télévisés - matière photo
CHINON (Japon)	Chinon	480 millions	480 millions	Matériel photo : 16% - matériel cinéma : 40% - équipement stéréophonique de voiture : 24%
ASAHI OPTICAL Asahi Kogaku Kogyo (Japon)	Pentax	2 900	150 millions	46% appareils photo - 38% objectifs - 4% lunettes - 9% accessoires - 4% autres
BEAULIEU (France)	Beaulieu	57 millions	57 millions	Caméras et projecteurs Super 8 - Caméras 16 mm et 9,5 mm
CIBA-GEIGY (R.F.A.)	Ilford Lumière	5 500 en Grande Bretagne	non communiqué	Produits chimiques et pharmaceutiques - papiers photographiques pellicules
ZENIT (U.R.S.S.)	Zenit	aucune information	aucune information	Appareils photo et caméras populaires, optique
PENTACON (R.D.A.)	Praktica	aucune information	Matériel scientifique, caméras, appareils photographiques	
ORWO (R.D.A.)	Orwo	Probablement 25 000	aucune information	Surfaces sensibles, produits chimiques

QUELQUE 500 GRANDES MARQUES de produits photographiques ont été rassemblées au Salon de la Porte de Versailles, fin octobre. Que sont ces marques? C'est souvent difficile à dire. Une firme japonaise comme Haking tenait un stand : elle est inconnue du public parce qu'elle fabrique pour d'autres entreprises des appareils photo et divers matériels. Ricoh est un géant; Pentax un fabricant moyen. Mais ce dernier réalise surtout des appareils photographiques alors que les productions photo et cinéma de Ricoh ne font pas 4% de son chiffre d'affaires. Sans entrer dans les détails et de nous mener trop loin, voici quelques éléments qui vous montreront ce que sont les principaux groupes mondiaux qui alimentent le marché photographique.