

BAROMETRE 2011 PHOTOBX

LES FRANÇAIS ET LE DÉVELOPPEMENT PHOTO

« La société numérique va-t-elle tuer le développement photo ? »

Pour la deuxième année consécutive, PhotoBox, leader européen du tirage photo en ligne, a interrogé un millier de français afin de mieux connaître leurs comportements, leurs habitudes en matière de prises de photos, de rangement, de stockage et de développement.

Phénomène de société à part entière, 95% des personnes interrogées en 2011 déclarent prendre des photos avec leurs appareils numériques, la révolution numérique induit de nouveaux comportements d'impression, de nouveaux usages mais également de nouvelles interrogations de la part du « photoconso-acteur ». (cf. également l'analyse du sociologue Jean-Claude Kaufmann)

L'étude réalisée par TNS Sofres* met particulièrement en évidence le **rôle prédominant des femmes, des familles mais aussi des jeunes** en matière de développement photo. Elle dévoile que si la gestion des photos numériques est devenue plus **complexe**, la **dimension privée** des photos reste la préoccupation principale.

Enfin, elle met en lumière que **les usages d'impression photo sont devenus riches et variés**, et que le Livre photo s'impose en particulier pour les photos de l'été.

Une activité familiale et féminine

→ **Bien que suréquipés en numérique, les foyers français continuent d'imprimer. Les femmes, les jeunes et les couples avec enfants sont les premiers utilisateurs du développement en ligne.**

- 98% des familles avec enfants prennent des photos. Le pourcentage augmente sensiblement au sein des familles n'ayant qu'un enfant (99,4%).
- 90% des familles avec enfants impriment leurs photos.
- Le développement photo est une activité significativement plus féminine : 67% des femmes s'en occupent elles-mêmes pour le foyer.

→ **Une pratique très répandue sans pour autant être quotidienne**

- 95% des français prennent des photos numériques, 1% utilisent uniquement l'argentique et 4% déclarent ne jamais prendre de photos.
- 42% des français prennent des photos régulièrement, toutes les semaines ou presque.
- 23% déclarent en prendre au quotidien ou presque.
- 63% d'entre eux prennent des photos à l'occasion d'événements importants.

→ **86% des français réservent leurs photos à la sphère privée.** Le photographe souhaite les partager avec ses proches et ainsi se souvenir des moments passés.

- **37% des personnes sondées sont inquiètes à propos des photos qui circulent sur le net.** La méfiance s'installe vis-à-vis des réseaux sociaux et de l'usage incontrôlé qui pourrait être fait des photos mises en ligne.
- **30% d'entre eux ont déjà essayé de supprimer des photos partagées avec leurs amis.**

Les jeunes sont aussi fans de développement photo

→ **Les photographes sont sur représentés parmi les jeunes** (76% s'occupent eux-mêmes des prises de photo)

→ **La notion de temps qui passe concerne aussi les plus jeunes** puisque 83% des -35 ans déclarent que les photos sont importantes car le temps passe si vite

→ **Les moins de 35 ans sont les plus nombreux à poster leurs photos sur Facebook.**

- Mais globalement, Facebook suscite plutôt de la **méfiance**. Même si 20% des français postent leurs photos sur ce réseau, une forte majorité ne se reconnaît pas dans ce mode de partage.

→ **Les moins de 35 ans sont les plus nombreux à déclarer imprimer souvent leurs photos.**

La photo numérique est complexe

→ **Stocker et ranger, deux activités problématiques**

- La proportion de personnes déclarant stocker elles-mêmes leurs fichiers est en baisse : 75% en moyenne contre 82% en 2010.
- 89% disposent de leurs propres méthodes de rangement.
- 55% déclarent que le rangement et la sélection des fichiers numériques leur prennent beaucoup de temps et pour près de la moitié, si cela leur était facilité, ils imprimeraient plus souvent leurs photos.

→ **Près de 6 français sur 10 indiquent avoir peur de perdre leurs photos numériques.**

- La peur de perdre ses fichiers numériques demeure mais seuls 12% déclarent avoir dû faire face à une perte durant les 12 derniers mois.
- Ce sont les jeunes de moins de 35 ans (67%) et les femmes (64%) qui ont le plus peur de cette perte.

→ **Il existe désormais deux types de photos, celles que l'on stocke sur son ordinateur et celles que l'on sélectionne pour en faire des albums ou des Livres photo.**

- Les français sont aussi nombreux à déclarer avoir besoin d'imprimer certaines photos (67%) qu'à considérer que les photos sont avant tous des fichiers à visualiser sur écrans (64%)

Le développement photo se porte bien

→ **87% des français (principalement des jeunes et des femmes) déclarent développer leurs photos numériques.** 6% le font systématiquement, 16% régulièrement, 66% de temps en temps.

→ **66% des français se considèrent comme des imprimeurs occasionnels contre 59% en 2010.**

→ L'imprimante personnelle et les sites spécialisés, deux options pour développer

- 58% des personnes interrogées déclarent imprimer leurs photos à domicile sur leur ordinateur personnel contre 41% via des sites internet.
- 49% des familles avec enfants optent pour l'impression via internet avec une moyenne de 5 sites visités et 2,4 utilisés.
- L'impression chez des professionnels de la photo poursuit son déclin (40% en 2010 vs 34% en 2011).

→ Livre photo, tirage classique, les deux formats préférés

- Le tirage papier classique continue à perdre des parts de marché (69% en 2011 contre 78% en 2010) mais demeure majoritaire.
- Près d'un internaute sur quatre a déjà utilisé le Livre photo pour ses propres photos en 2011 contre un sur cinq en 2010. Le potentiel de développement est très important, jusqu'à 60% d'utilisateurs.
- Le Livre photo est le format le plus connu chez les moins de 35 ans et les actifs.

Le Livre photo s'impose comme le produit phare

→ **Le Livre photo connaît un succès grandissant** qui devrait perdurer dans les années à venir

- 93% de ceux qui ont déjà réalisé un Livre photo déclarent vouloir en réaliser d'autres à l'avenir
- 49% de ceux qui n'en ont pas réalisé déclarent prévoir le faire à l'avenir

→ Le Livre photo, un cadeau à part entière, un produit valorisant

- Le Livre photo est un cadeau que l'on se fait aussi bien à soi-même (49%) que pour offrir à un tiers (48%).
- Un Livre photo est montré en moyenne à 12 personnes contre 9 pour un tirage photo classique.
- 75% des utilisateurs de Livres photo trouvent que ce produit met en valeur les photos mieux que n'importe quel autre support.
- 93% souhaitent cependant que son prix soit plus attractif et sa réalisation plus facile (83%).

PhotoBox, le site de tirage en ligne préféré des français

- PhotoBox bénéficie de 53% de notoriété globale et est le seul acteur dont la notoriété est en augmentation.
- C'est la marque la plus citée spontanément et en première position.
- C'est le 1^{er} site préféré des français notamment pour le Livre photo.

L'été, le grand moment pour développer ses photos

→ 76% des français ont l'intention de développer leurs photos pour l'été 2011, dont 70% comptent en faire développer autant ou plus que l'année précédente.

→ 46% déclarent avoir l'intention d'en faire un Livre photo. Les utilisateurs de Livres photo sont 77% à avoir l'intention d'en réaliser un pour leurs photos de l'été.

** Sondage réalisé du 5 au 11 avril 2011 auprès de 1 000 individus représentatifs des internautes français âgés de 18 ans et plus selon un échantillon représentatif en termes de sexe, âge et de PCS.*

PhotoBox en quelques mots...

PhotoBox est une marque du groupe Photoways. Présent dans 15 pays, le groupe Photoways est pionnier et leader du marché européen du tirage en ligne. Le groupe propose un service en ligne complet offrant tirage, stockage et partage de photos numériques ainsi que de très nombreux produits innovants à base de photos (Livres photo, calendriers, posters etc.). La société opère sous les marques PhotoBox et Photoways.

Le groupe a fusionné avec son homologue anglais PhotoBox en avril 2006, numéro un du marché britannique, devenant ainsi un leader Européen sur ce marché. Il est détenu majoritairement par les fonds de capital-risque Index Ventures, Highland Capital et HarbourVest. Son Président est Stanislas Laurent, ex-Directeur Général d'AOL Europe.

Quelques références :

- Elu Service client de l'année 2011
- 25^{ème} site marchand en France selon le classement L'Entreprise de Juin 2011
- Site préféré des français en 2010 et 2011 (étude TNS-Sofres)

Pour plus d'informations, visitez le site www.photobox.fr

Contacts presse : Profile PR

Presse écrite off et on-line

Aurélie Lévèillé / aleveille@profilepr.fr Tél. 01 56 26 72 23

TV-Radio

Julie Chabeaudie / jchabeaudie@profilepr.fr Tél. 01 56 26 72 01