COMMUNIQUÉ DE PRESSE

SALON de la PHOTO
Photographier, Filmer, Créer

AFNUM
Alliance Française des Industries du Numérique

LA PHOTO FACE AUX DÉFIS DES USAGES INNOVANTS

Une étude annuelle sur les tendances en matière de pratiques photographiques des Français, 9ème édition
Étude réalisée pour le Salon de la Photo et l'Alliance Française des Industries du Numérique (AFNUM) par Sociovision (Groupe Ifop)

Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1 000 personnes âgées de 15 à 65 ans pratiquants de photos.
- Méthode des quotas intégrant les critères de sexe, âge, région, taille d'agglomération, taille du foyer et CSP du répondant
- Données collectées via panel online du 24 juin au 9 Juillet 2024.
Cette enquête est réalisée chaque année depuis 2015. Cette vague d'enquête 2024 est la 9ème édition de ce baromètre.

À L'ÈRE DE LA VIDÉO ET DE L'IA, LES PRATIQUES PHOTO POURSUIVENT LEUR MUTATION

- La Photo est une véritable passion française et les français **se sentent plus experts dans leur pratique**
- La vidéo s'ancre dans le quotidien des Français : génération vloggeurs ?
- Pouvoir d'achat : le prix reste le critère d'achat n°1 pour tout type de produits
- Le parcours d'achat est hybride (digital et physique) et maitrisé
- Le marché de l'occasion prend son envol
- La tendance est au vintage et la photo devient le nouvel it-produit déco, avec un regain d'intérêt pour l'impression photo ou encore la création d'albums photos physiques
- Un regain d'intérêt pour l'innovation depuis 2020
- Les jeunes pratiquants encouragent la diffusion de l'IA

LA PHOTO, UNE VÉRITABLE PASSION FRANÇAISE

61%
des pratiquants photos (pro ou amateurs) se disent passionnés.
Depuis 2015, le nombre de passionnés photo continue à progresser.

La photo est une pratique quotidienne pour 55%
des pratiquants, soit 1/3 des personnes interviewées.
(+13 pts par rapport à 2016 et plus 3 pts par rapport à 2023).

Le désir d'immortaliser chaque instant est au plus haut :
les petits instants comme les grands moments !
69%
aiment photographier tous les moments de leur vie (+5 pts vs. 2016)

Plus que des souvenirs, une mise en scène de la vie quotidienne

Si la **photo « souvenir » reste la première motivation**, c'est la mise en en scène de la **vie quotidienne** qui se développe avec une progression des motivations de **2 points vs 2023**. La culture de l'apparence, notamment chez les jeunes (tendances sociétales notées de manière générale dans toutes les enquêtes Sociovision) est mise en lumière par la pratique de la photo.

- 54 % font des photos pour garder des souvenirs (-4 points vs 2023)
- **18% témoignent et racontent la réalité**
- **12% souhaitent sublimer et embellir leur vie**
- **11% mettent en valeur leur vie**
- **7% souhaitent mettre en valeur leur physique et leur corps**

La pratique de la photo n'est plus individuelle

La notion de partage et le désir d'initier ses amis ou sa famille, jusqu'alors stagnant, prend de l'ampleur auprès des pratiquants :

- **42% ont envie de partager leur expertise** (+ 5 points depuis 2023). Les pratiquants ont plus confiance dans leur pratique, ce qui leur donne envie de transmettre leur passion.
- **40% se sentent experts de la photo**.

Les enfants, passionnés de photo

La pratique photo a de plus en plus de jeunes adeptes de moins de 15 ans, en majorité sur smartphone (+17 points vs 2015) mais aussi sur appareils numériques. (+ 4 points vs 2023).
L'utilisation des appareils photo pour enfants reste stable **(18% de pratiquants)** tandis que les appareils instantanés enregistrent une hausse de 4 points vs 2015. À noter la progression des appareils prêt à photographier ou jetables avec +2 points vs 2023. Côté passion et transmission, il est intéressant de noter la **hausse de l'utilisation de l'argentique chez les moins de 15 ans** avec une progression de 2 points vs 2023.

LA VIDÉO S'ANCRE DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS : GÉNÉRATION VLOGGEURS ?

Les pratiques vidéo s'ancrent de plus en plus dans le quotidien, menées par une génération plus jeune et connectée aux réseaux sociaux.

30% **des répondants réalisent quotidiennement des vidéos** (+15 points depuis 2018 et +4 points depuis 2023).

63% **postent sur les réseaux sociaux** (+4 points depuis 2023). Les réseaux sociaux qui montent sont ceux qui proposent de la vidéo (YouTube, Tiktok, Snapchat, Instagram…) et font la part belle à la vidéo verticale. On assiste à la naissance d'une véritable génération de vloggeurs.

1/2 pratiquant **réalise ses montages vidéo.**

Des achats d'accessoires liés à cette nouvelle utilisation

Le marché de l'accessoire connait un véritable essor pour répondre aux nouveaux besoins. On note la progression de possession de perches à selfie (27% + 2 points vs 2023), de trepieds (27% +3 points vs 2023) ou de micros (20% + 2 points vs 2023).

PARCOURS D'ACHAT ET POUVOIR D'ACHAT

Le prix, critère numéro 1

Le prix reste le principal déterminant dans le choix d'un futur achat pour **63% des pratiquants. Les promotions** restent un critère important pour **35% des pratiquants**. À noter la part les **créateurs de contenus** (youtubeurs, Instagrameurs, bloggeurs…) **est grandissante dans l'influence d'intention d'achat avec +2 points vs 2023.**
Le prix est largement le premier critère également dans **le choix d'impression** de photos avec 57% soit + 3 points vs 2023. Les promotions (31%) et le conseil des vendeurs (19%) sont également en augmentation avec une hausse de 3 points vs 2023

Un parcours d'achat hybride et maîtrisé

Dans un contexte d'hyperchoix, les pratiquants savent identifier, mieux que jamais, les différents lieux de vente de matériel photo avec **55% qui déclarent connaître les bons circuits pour trouver les meilleures affaires.**
Le parcours d'achat idéal continue de passer par du repérage en ligne et une finalisation en physique. Internet est privilégié pour trouver des inspirations, recueillir des informations ou encore comparer les prix. 1/3 des répondants sont à l'aise avec un comportement hybride entre le physique et digital, le fait de jongler entre les 2 circuits de vente entre les 2 circuits de vente (internet/magasin). La tendance d'achats 100% digitale est portée par les plus jeunes.

Dans la perspective de l'achat d'un appareil photo, **les Français ont de plus en plus besoin d'être rassurés en ayant la possibilité de tester l'appareil**. Les essais personnalisés et les "**bonnes affaires**" guident vers le processus d'achat.

Le test et la manipulation sont primordiales pour 44% des pratiquants.

Les espaces physiques restent ainsi plébiscités par les pratiquants car **ils ont besoin d'être rassurés et d'avoir la possibilité de le prendre en main, de le manipuler (54%),** d'avoir la possibilité de **l'essayer dans le magasin (40%** soit +4 points vs 2023). On assite à une forte demande de démonstration par un conseiller et par la possibilité de tester l'appareil sur une courte durée avant l'achat définitif avec +4 points vs 2023.

L'occasion prend son envol

Le marché de l'occasion de la photo poursuit son déploiement avec une croissance dynamique pour les circuits alternatifs.

1/4 pratiquant **a déjà réalisé un achat d'occasion** (+14 points vs 2017 et +2 points vs 2023).

On assiste à la même dynamique pour la revente de matériel et appareil photo/vidéo (+4 points vs 2023) avec 36% de pratiquants.

En parallèle **le marché du reconditionné** progresse doucement avec 56% des répondants qui ont déjà acheté du matériel photo reconditionnée ou y ont déjà pensé.
Les achats d'occasion se portent principalement sur le smartphone, les appareils compacts, et reflex. A noter : un véritable dynamisme sur les objectifs avec une recherche d'accessoires très précise. **Les sites de vente de seconde main des grandes marques et les sites dédiés au reconditionné augmentent**, contrairement aux sites de vente entre particuliers.

LA PHOTO, TENDANCE VINTAGE & OBJET DÉCO

Tendance vintage

La nostalgie de l'argentique atteint des records...

56%

des pratiquants se disent nostalgiques de l'époque de l'argentique

(même s'ils ne l'ont pas connue) (+19 pts depuis 2015).

L'argentique redevient tendance chez les jeunes pour son côté «cool» et «vintage». Il en est de même pour les appareils instantanés plébiscités pour les événements et soirées.
Plus que jamais, le « vintage » séduit ! La tendance vintage se confirme tant pour les appareils photos (+13 points depuis 2016) que pour les impressions photo (+5 points vs 2019).
Cette appétence pour le vintage est similaire sur l'ensemble des marchés étudiés par Sociovision.

La photo, l'art de personnaliser sa déco tout en imprimant ses souvenirs

La photo devient une **tendance déco incontournable,** combinant personnalisation et souvenirs. Les Français aiment s'entourer des personnes qu'ils chérissent en mettant en scène leurs clichés. Que ce soit à travers des décorations murales, des photos suspendues ou encore des toiles et du papier peint personnalisé, **61 % des amateurs de photo utilisent leurs œuvres pour embellir leur intérieur.**

L'impression reste, quant à elle, une pratique solide : 8**9 % des Français impriment leurs photos,** un chiffre qui se maintient depuis 2015. Cette alliance entre personnalisation et impression fait de la photo un élément tendance essentiel de la décoration.

ÉQUIPEMENTS : INNOVATION ET ACCESSOIRES SUSCITENT UN INTERÊT GRANDISSANT

Le smartphone reste le premier équipement possédé par les Français (84% des répondants) et le compact est l'appareil qui connaît le plus fort déclin en 2024 (-6 points vs 2023). **Les appareils bridge, reflex et hybrides** restent stables par rapport aux années précédentes et **l'instantané** remonte légèrement.

Un regain d'intérêt pour l'innovation depuis 2020

L'innovation est au cœur des pratiques et intéresse de plus en plus les pratiquants dont **58%** aiment se tenir au courant des innovations techniques et des nouveaux produits (+9 points vs 2015) notamment une part grandissante de la **jeune génération** entre 20 et 24 ans. Par exemple 1/3 des pratiquants s'intéressent au marché en mutation des lunettes connectées pour leur pratique photo.

Les pratiquants s'équipent de plus en plus pour améliorer la prise de vue

Cela se remarque aussi dans les accessoires plébiscités par les pratiquants. Bien que les accessoires comme les imprimantes, les batteries complémentaires ou encore les trépieds restent les premiers accessoires des répondants, on remarque que les pratiquants s'équipent de plus en plus pour améliorer leurs prises de vue : drone (11% + 2 points vs 2023), casque de réalité virtuelle (10% + 2 points vs 2023), flash (24 % + 4 points vs 2023), filtres (15% +3 points vs 2023) ou accessoires intelligents type auto-suiveur ou encore stabilisateur (+3 points vs 2023).

Une demande de conseils post-production en augmentation

La demande de conseils porte de plus en plus sur la post-production : montages vidéo, (29% + 3 points vs 2023) et retouches photo (28% + 3 points vs 2023). Les autres demandes en hausse portent sur les projets d'achats d'appareils dédiés à la vidéo et la réalisation de photos spécifiques (pour les réseaux sociaux, pour les sites professionnels…).

Les jeunes pratiquants encouragent la diffusion de l'IA

Bien que des inquiétudes persistent autour de son utilisation, l'intelligence artificielle générative est de plus en plus reconnue comme un outil d'assistance dans la pratique photographique, notamment parmi les jeunes adeptes.

À mesure que la confiance dans le cloud se renforce… celui-ci est de plus en plus utilisé pour l'archivage de photos et vidéos.

65% **des Français font confiance aux espaces de stockage privé en ligne « Cloud »** (+4 points vs 2018)

78% **des personnes interrogées archivent leurs photos sur ces plateformes « Cloud »** (+14 points vs 2018)

CONCLUSION : LA PASSION PHOTOGRAPHIQUE FAIT FACE AUX DÉFIS DES NOUVEAUX USAGES

L'ENTHOUSIASME POUR LA PRATIQUE PHOTO NE FAIBLIT PAS

La passion et le sentiment d'expertise des pratiquants photo continuent de se renforcer, augmentant ainsi leur désir de partager ce loisir avec leurs proches, ainsi que leur dynamique d'équipements en accessoires pour améliorer la prise de vue (objectifs, trépieds...).

LA PRATIQUE VIDÉO SE DIFFUSE

Le smartphone continue de s'imposer comme la porte d'entrée vers la photographie, pour toutes les générations : près d'un pratiquant sur deux n'utilise que son smartphone pour sa pratique de la photographie. Les pratiques photo et vidéo s'ancrent de plus en plus dans le quotidien et s'hybrident, dans une volonté de mise en scène de soi imprégnée de la culture Tik Tok. Les nouveaux formats imposent de nouvelles normes.

LES INNOVATIONS TECHNIQUES SUSCITENT UN INTÉRÊT CROISSANT

Les applications de retouche sur smartphone se sont démocratisées et sont désormais utilisées par la majorité des pratiquants. Par ailleurs, la perspective de réaliser des photos avec des lunettes connectées plutôt qu'avec un smartphone séduit déjà un pratiquant sur trois.

UN PARCOURS D'ACHAT MAÎTRISÉ QUI INTÈGRE DE PLUS EN PLUS L'EXPERIENCE EN LIGNE

Aujourd'hui, la majorité des pratiquants disent savoir où acheter leurs équipements pour trouver les meilleures affaires. Si les circuits et événements physiques restent très valorisés (journées spéciales, expositions photo, Salon de la photo...), les achats ou événements en ligne sont de plus en plus appréciés (showroom online, etc.) Sur les marchés de seconde main de plus en plus dynamiques, les marketplaces gagnent du terrain face aux sites de vente entre particuliers.

UN MARCHÉ QUI DOIT AUTANT SATISFAIRE LES FANS DE VINTAGE QUE CEUX QUI RÊVENT DE NE MANIPULER QUE DES IMAGES VIRTUELLES

Cette année encore, la tendance à la nostalgie est forte. Elle se traduit par un intérêt marqué pour les appareils argentiques ou encore la création d'albums photos physiques par des pratiquants qui aiment les impressions à l'effet « vintage » et les formats plus actuels type « Instagram ». En parallèle, certains (plus minoritaires) aiment se projeter dans un monde où les images virtuelles auront complètement remplacé les images physiques...

Retrouvez l'étude complète sur ce lien

Du 10/10/2024 au 13/10/2024 GRANDE HALLE DE LA VILLETTE De 10 :00 à 19 :00
Billet Plein Tarif 13,00 €
Billet Tarif Réduit 7,00 €

Pour demander votre accréditation médias & influence
https://www.lesalondelaphoto.com/fr-FR/presse-createur-contenus/accredita9on
Pour télécharger le Kit média
https://www.lesalondelaphoto.com/fr-FR/presse-createur-contenus/kit-media

CONTACT PRESSE
AKAGENCY
Aleksandra KAWECKI
aleksandra@akagencyparis.com
Contact@akagencyparis.fr
0682303557

SALON de la PHOTO
Photographier, Filmer, Créer