

LE SALON DE LA PHOTO
5-8 octobre 2023
Grande Halle de La Villette

2023 : LA PHOTO À L'ÈRE DE L'IA, ENTRE TRADITION RETROUVÉE ET DÉSIR D'INNOVATION.

Etude réalisée pour le Salon de la Photo et l'Alliance Française des Industries du Numérique (AFNUM).

Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1000 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 6 au 18 juillet 2023.

Cette enquête est réalisée chaque année depuis 2015. Cette vague d'enquête 2023 est la 8ème édition de ce baromètre.

LA PRATIQUE PHOTO SE STABILISE, LA VIDÉO SE BANALISE

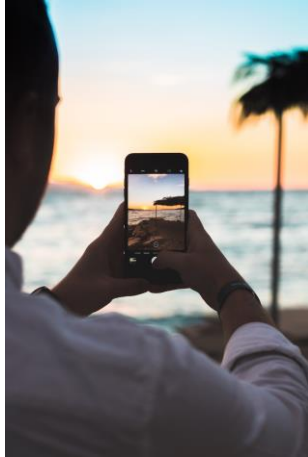


Depuis 2015 les passionnés de photos sont toujours aussi nombreux : 65% pour les moins de 30 ans et 67% chez les cadres et la part d'experts se maintient au fil des années.

La majorité des pratiquants ont déjà fait de la vidéo, 10% en font même quotidiennement. Cette pratique devient de plus en plus récréative car c'est un matériel léger, facile à utiliser et ne demandant pas de réelle maîtrise.

En plus de filmer, 1 pratiquant sur 2 fait aussi du montage vidéo et recherche de plus en plus de conseils.

LA PHOTO : ENTRE FONCTIONS TRADITIONNELLES ET INNOVATION



La photo « souvenir » recule sur le long terme, mais la fonction traditionnelle de la photo se réactive en 2023 : faire de la photo permet de garder des souvenirs (58%), et d'immortaliser quelque chose de beau (40%).

La pratique photo reste fortement associée à l'expression personnelle et à l'activité artistique, 70% des pratiquants pensent que chacun peut devenir artiste en faisant des photos.

Le développement des outils comme les filtres ou les effets permet de jouer de plus en plus avec ses photos, 53% utilisent des applications smartphone qui modifient leurs photos.

Chez les plus jeunes, publier ses photos revient à maintenir le lien avec ses amis, à rester connecté (49%). Ainsi WhatsApp, TikTok et LinkedIn poursuivent leur essor. Facebook perd 9 points depuis 2016 mais domine les réseaux sociaux, X perd 4 points depuis 2022.

5 thématiques de publications en ligne en hausse en 2023 :

- Les voyages : +6 points (vs 2022)
- La nature et les animaux : +7 points (vs 2022)
- La cuisine et la nourriture : +7 points (vs 2022)
- L'art, la culture et les sorties : +7 points (vs 2022)
- La mode : +3 points (vs 2022)

Plus d'1/3 des pratiquants estiment que l'IA est légitime en matière de photos et 38% pensent que les photos générées par des intelligences artificielles sont de vraies photos.

L'intégration de l'IA est encore loin d'être acceptée. En effet 50% considèrent que c'est une menace, alors que 31% des moins de 30 ans appréhendent cela comme une chance ou une opportunité.

Cependant, 1/4 des pratiquants se projettent dans un futur où l'intelligence artificielle occupe un rôle majeur dans la création photographique :

48% pensent qu'il est probable que demain, toutes les photos seront automatiquement retouchées par des IA, et 26% souhaitent qu'il n'y ait plus besoin d'appareils pour faire des photos qui seront alors créées pour eux sur demande.

AVEC LA CRISE, LE TAUX D'ÉQUIPEMENT DÉCROIT MAIS N'ENRAYE PAS LES INTENTIONS D'ACHAT



Après de fortes évolutions, le taux d'équipement stagne depuis le début des années 2020. Le smartphone progresse sensiblement chez les enfants et jeunes adolescents (+6 points vs 2022), le reflex et l'hybride sont en hausse (+2 points) alors que l'instantané baisse de 6 points par rapport à 2022.

Les accessoires sont plus prisés en 2023. Ainsi les imprimantes (+ 7 points vs 2022), les batteries complémentaires (+ 2 points vs 2022) et les trépieds (+ 3 points vs 2022) sont en hausse.

Plus de 50% des pratiquants ont un désir d'achat, les bridges et les compacts suscitent plus d'engouement en 2023.

Le marché de l'occasion de la photo poursuit son déploiement. 24% des interrogés ont acheté un appareil d'occasion (+ 12 points depuis 2017).

Le marché du reconditionnement reste stable, mais attire plus d'1/3 des pratiquants, surtout les plus jeunes. Ils sont 23% pour la génération des moins de 30 ans.

En 2023, beaucoup d'attentes vis à vis des fabricants sont à la hausse, surtout en ce qui concerne la qualité de l'image (41%) et la légèreté des produits (35%).

Les jeunes adultes adorent les appareils photo avec un design « rétro/vintage », toujours à la mode.

PARCOURS D'ACHAT : ATTENTION CROISSANTE ACCORDEE AU PRIX ET MONTEE DES PRATIQUES ONLINE



L'importance accordée au prix (67%, soit + 11 points vs 2022) et aux promotions n'a jamais été aussi élevée, et les repères pour orienter ses choix se renforcent : La marque (45%), les conseils des vendeurs (29%), et les recommandations des proches influencent 23% des pratiquants. On se tourne moins vers les lieux physiques en amont des achats : 12% y vont pour trouver des idées, 23% pour recueillir des informations et 12% pour comparer les prix.

Pour la phase d'achat, les magasins perdent 3 points par rapport à 2022 et pour 55% le service après vente se passe de plus en plus sur les réseaux sociaux.

En revanche, **pour découvrir les nouveautés, le « Touch and try » est important** pour 53% des pratiquants et les événements photos et vidéo physiques sont largement privilégiés aux événements en ligne.

L'IMAGE IMPRIMÉE RESTE TRÈS VALORISÉE

On note un coup d'arrêt à la progression du tout virtuel (- 3 points par rapport à 2022) et **la photo imprimée reprend de la valeur**. En effet 67% pensent que rien ne peut remplacer une photo imprimée. On remarque que de plus en plus d'individus exposent leurs photos (79% des moins de 30 ans) et créent des albums (67%). Pour l'impression, le prix est le premier critère d'influence.



CONCLUSIONS

2023 : LA PHOTOGRAPHIE REVIENT A SES FONCTIONS ESSENTIELLES

- **La fonction « souvenir » de la photo** qui avait tendance à décliner, est réactivée.
- Avec la photo souvenir se développe **la photo matérielle**. En effet, imprimer ses photos répond au besoin exprimé par les pratiquants de garder des souvenirs tangibles. **Albums photos, photos pour se créer une déco à domicile, scrapbooking** sont des tendances toujours dynamiques.
- L'attrait pour les impressions n'a cessé d'augmenter au fil des années tandis qu'un avenir dominé par les **images virtuelles suscite un peu plus de méfiance en 2023**. En parallèle, **la photo retouchée continue de faire des adeptes** : les filtres et les effets permettent à chacun de jouer avec ses photos et contribuent à faire de la photographie un mode d'expression personnel.
- Avec le développement des réseaux sociaux, la photo devient toujours plus **un moyen de se lier et de rester connecté aux autres, en particulier chez les plus jeunes**.

LES PRATIQUANTS S'OUVRENT AUX INNOVATIONS DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET A LA VIDEO.

- **Le développement de l'intelligence artificielle touche aussi la pratique de la photographie.** Si les pratiquants photo sont encore divisés sur ce sujet, un quart des pratiquants – et une frange de pratiquants plus importante encore chez les jeunes hommes urbains - **considère positivement l'intégration de l'IA dans la pratique photo.**
- Par ailleurs, la **pratique de la vidéo s'enrichit** et devient de plus en plus sophistiquée tout en **se banalisant**. Il devient de plus en plus facile de produire des vidéos de qualité grâce à **l'accessoirisation** et aux réseaux sociaux qui mettent à disposition une palette d'outils aux utilisateurs. Ceux-ci sont de plus en plus en demande de **conseils relatifs au montage** et au choix d'un appareil permettant de faire de la vidéo.

LES INTENTIONS D'ACHAT SE MAINTIENNENT MALGRE L'INFLATION

- Malgré un contexte économique difficile et des taux d'équipement figés, **les intentions d'achat se maintiennent** et les passionnés restent toujours aussi nombreux.
- **Avec la crise, les pratiquants font attention à leur budget et restreignent leurs dépenses** en photographie **mais l'attrait pour les appareils photo ne baisse pas**. Et sur le long terme, appareils, objectifs et accessoires ont eu tendance à augmenter.
- Le smartphone reste largement plus répandu dans la pratique photo et confirme son statut **d'appareil grand public** tandis que les autres appareils restent plus confidentiels. Cette année, on peut voir que **le smartphone fait même un bond dans la pratique photo des enfants**.
- Avec la hausse des prix, **les circuits alternatifs trouvent des débouchés : le marché de l'occasion poursuit sa croissance** et celui du reconditionnement, bien qu'encore de niche, intéresse plus de la moitié des pratiquants, avec un potentiel plus important chez les jeunes. **De plus en plus d'appareils photos sont achetés en reconditionnement**, notamment le compact, le reflex et l'hybride.

LE SOUCI DU PRIX ET LE BESOIN DE REPERES AU CŒUR DES PARCOURS D'ACHAT

- **Le prix** est un enjeu majeur cette année. Mais ce n'est pas le seul critère qui monte pour les décisions d'achat, signe que les pratiquants ont besoin de plusieurs repères solides pour faire le bon choix : **la marque, les conseils des vendeurs, les avis des autres consommateurs et les notes sont aussi de plus en plus regardés.**
- Dans un souci d'amélioration de leurs appareils, les fabricants doivent avant tout concentrer leurs efforts sur **la qualité de l'image, la légèreté et l'ergonomie, tout en justifiant du meilleur rapport qualité / prix.**
- La sortie des confinements avait redonné goût aux Français pour les enseignes physiques. Cet élan retombe **au profit d'Internet, particulièrement pour trouver des idées et comparer les prix. Les enseignes physiques restent toutefois des points de contact importants** pour voir les produits, les prendre en main, se faire conseiller, etc...

[Retrouver l'étude complète sur ce lien](#)

Informations pratiques

Salon de la Photo

Du jeudi 5 au dimanche 8 octobre 2023 – Tous les jours de 10h à 19h

Grande Halle de la Villette - 211, avenue Jean Jaurès, Paris 19

Tarif entrée en prévente : billet plein tarif 13€, billet tarif réduit 7€

Tarif entrée sur place : billet plein tarif 15€, billet tarif réduit 8€

www.lesalondelaphoto.com

Accréditation presse : <https://www.lesalondelaphoto.com/Presse/demande-d-accréditation>

Kit média : <https://www.lesalondelaphoto.com/Presse/kit-media>

Contact Presse :

2^e BUREAU

lesalondelaphoto@2e-bureau.com

Tel : +33 1 42 33 93 18

Tel : +33 6 08 82 95 33

www.2ebureau.com



Le groupe Comexposium, l'un des leaders mondiaux de l'organisation d'événements, est impliqué dans des manifestations BtoC et BtoB, couvrant différents secteurs d'activité aussi variés que l'agroalimentaire, l'agriculture, la mode, le digital, la sécurité, la construction, le high-tech, l'optique et les transports. Comexposium accueille 45 000 exposants et plus de 3 millions de visiteurs dans 26 pays à travers le monde entier. Comexposium se développe mondialement avec une présence dans une trentaine de pays : Algérie, Allemagne, Argentine, Australie, Belgique, Canada, Chine, Corée, Danemark, Émirats arabes unis, Espagne, États-Unis, Inde, Indonésie, Italie, Japon, Mexique, Monaco, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Philippines, Qatar, Royaume-Uni, Russie, Singapour, Suède, Thaïlande et la Turquie. www.comexposium.fr