

PHOTOGRAPHE

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?

| COMPÉTENCES  | SPÉCIFICITÉS  | VIE PRIVÉE  |
|--|---|---|
| Qualification professionnelle ● ● ● ● ● | Poids des investissements ● ● ● ● ● | Niveau de rémunération ● ● ● ● ● |
| Aptitudes commerciales ● ● ● ● ● | Importance de la qualité de l'emplacement ● ● ● ● ● | Degré des contraintes horaires ● ● ● ● ● |
| Maîtrise de la gestion ● ● ● ● ● | Intensité de la concurrence ● ● ● ● ● | Facilité de remplacement ● ● ● ● ● |

SOMMAIRE

| | |
|---|----|
| LE MARCHÉ DU PHOTOGRAPHE..... | 2 |
| LA RÉGLEMENTATION DU PHOTOGRAPHE | 5 |
| L'ACTIVITÉ DU PHOTOGRAPHE..... | 7 |
| LES POINTS DE VIGILANCE DU PHOTOGRAPHE..... | 10 |
| EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR | 12 |

LE MARCHÉ DU PHOTOGRAPHE

L'arrivée du numérique sur le marché de la photographie à la fin des années 90, a bouleversé le secteur.

Bien que cette technologie offre un potentiel de nouveaux services et de produits, les professionnels du secteur sont fortement concurrencés et doivent s'adapter aux évolutions très rapides :

- sur le segment du matériel, on observe un net ralentissement des ventes d'appareils photo, le marché du numérique étant arrivé à maturité. Cependant, le marché du numérique garde un potentiel de développement important grâce aux innovations qui stimulent le renouvellement des équipements. Bien que les magasins spécialisés restent un canal privilégié pour l'acquisition du matériel haut de gamme, la Grande Distribution et les Grandes Surfaces Spécialisées réalisent un volume de vente important bénéficiant de prix plus attractifs. De plus, le canal Internet est en pleine croissance grâce à l'essor du e-commerce.

- sur le segment du développement, les photographes traditionnels sont concurrencés par l'arrivée de nouvelles solutions de développement : les solutions d'impression à domicile, les bornes autonomes de tirage ainsi que les sites internet spécialisés qui proposent des prix très compétitifs. Le développement chez un professionnel devient donc occasionnel.

Les pressions concurrentielles subies sur le segment du numérique conjuguées à la chute des activités traditionnelles des professionnels (tirages photo sur papier argentique, vente de pellicules et de films...) pénalisent fortement les niveaux de rentabilité et menacent le maintien de l'activité de nombreux acteurs du secteur.

Tendances

Face aux pressions concurrentielles qui s'intensifient sur le segment du développement, les photographes devront développer les ventes de produits à forte valeur ajoutée qui nécessitent les conseils d'un spécialiste.

L'organisation du marché

- **Les réseaux de fabricants de films** ont développé des concepts de magasins qui s'appuient sur la notoriété de la marque et assurent la vente des appareils et services associés aux travaux photo.
- **Les minilabs** réalisent eux-mêmes les travaux photo en s'appuyant sur la rapidité des développements.
- **Les groupements rattachés à une centrale d'achat** : magasins de matériels photo/video, ils proposent du matériel haut de gamme.
- **les sites en ligne** : ils se sont développés massivement ces dernières années et proposent de nombreux services supplémentaires au développement (hébergement de photos en ligne, impression sous forme de book, impression sous des objets du quotidien....).

| | | PHOTOGRAPHE |
|---|------|--------------------------|
| NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR | 2016 | 21 345 ⁽¹⁾ |
| | | |
| CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros) | 2014 | 1,030 Md€ ⁽²⁾ |
| | | |
| ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2010) | 2016 | 99,5 ⁽³⁾ |
| | 2015 | 102,3 |
| | 2014 | 102,8 |
| | 2013 | 102,8 |
| | 2012 | 104,1 |
| | 2011 | 103,8 |
| | 2010 | 100,0 |

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2016 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 1er janvier 2016, "Activités photographiques".

⁽²⁾ Source : INSEE, ESANE.

⁽³⁾ Source : INSEE, ICA.

LA RÉGLEMENTATION DU PHOTOGRAPHE

Les aptitudes professionnelles

Aucun diplôme n'est obligatoire pour exercer la profession. Toutefois, le photographe d'art est souvent issu d'une formation spécialisée ou artistique. Les autres professionnels doivent disposer de solides connaissances techniques en chimie, optique mais aussi en informatique, dans le multimédia et les types de matériels. Les réseaux de commerce intégré (fabricants, discounts, minilabs) assurent la formation marketing et commerciale selon leurs propres objectifs de marché.

La prise de vue exige un talent et une technicité spécifique. La vente de matériel nécessite une excellente connaissance de toutes les techniques de photographie et une curiosité permanente pour connaître toutes les nouveautés technologiques (APS, numérique, multimédia). Le conseil, le sérieux et les aptitudes commerciales sont indispensables pour se différencier de l'offre des grandes surfaces et des hard-discounts.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

L'inscription au Registre du Commerce et des Sociétés est complétée par une inscription au Registre des Métiers pour les professionnels réalisant également le développement.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

Pour effectuer des prises de vue, le professionnel doit détenir une carte professionnelle qu'il obtient auprès de la Préfecture. Il doit respecter quelques règles spécifiques à sa profession :

- le photographe est tenu de restituer à son client les films et négatifs après traitement. Il s'engage à n'en faire aucun usage personnel, manipulation ou exploitation commerciale
- si un film est perdu ou abîmé, le professionnel doit en restituer un nouveau avec tirage et développement gratuits ,
- des normes anti-pollution spécifiques imposent des obligations en matière de traitement des déchets (papiers, produits chimiques, encres...).

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant sur les baux commerciaux : les loyers des locaux commerciaux sont indexés sur un nouvel indice de révision des loyers (Indice des Loyers Commerciaux) intégrant une méthode de calcul pondéré (calculé pour 50% sur l'indice des prix à la consommation, pour 25% sur l'indice du chiffre d'affaires du commerce de détail et pour 25% sur l'indice des prix à la consommation).

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'ACTIVITÉ DU PHOTOGRAPHE

Les investissements

Les investissements sont élevés. Le pas-de-porte et l'agencement constituent en moyenne 50% des investissements. Le matériel doit être de haute technologie. Le financement est assuré par crédit bail ou location financière. Le stock d'appareils photographiques doit être souvent renouvelé du fait des évolutions technologiques très rapides.

La gestion

Le suivi au quotidien

Le professionnel ventile son chiffre d'affaires entre vente de matériel, prises de vue et développement, même s'il le sous-traite. Pour la vente de matériel, le professionnel suit la répartition des ventes entre appareils de haute technologie, appareils compacts, appareils jetables, fournitures et accessoires de photographie. Lorsque ses stocks sont trop élevés, il effectue des promotions sur le matériel le plus sensible aux dépréciations.

Les recettes de l'activité

La vente de matériel est généralement insuffisante pour assurer la rentabilité d'une affaire, le développement n'est viable que si le nombre de tirages dépasse un seuil minimum. Ceci oblige le professionnel à diversifier ses recettes en vendant des albums, cadres et autres objets-cadeaux ou en assurant des services (photocopies...). La vente de consommables et les services de développement sont soutenus tout au long de l'année, alors que la vente de matériel reste saisonnière (de juin à septembre et de décembre à fin janvier).

Les charges à surveiller

Les achats représentent plus de 50% du chiffre d'affaires. Ce sont, pour l'essentiel, des appareils, des accessoires et des consommables. Arrivent ensuite les charges externes qui sont constituées par les loyers, la maintenance, les loyers de crédit bail...

La maîtrise du résultat

La rentabilité du commerce de détail de photographe dépend surtout de la maîtrise du chiffre d'affaires. Pour l'activité de développement, elle doit être suffisante pour couvrir les investissements et générer une rentabilité. Pour la vente de matériel, la rotation des stocks doit être suffisamment rapide pour conserver un niveau de marge correct. La gestion des consommables doit être optimale pour conforter le résultat et la trésorerie. Les coûts de fonctionnement (frais de personnel, loyers, frais financiers) doivent être également parfaitement maîtrisés.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

Les fonds propres doivent représenter 30% maximum du total du bilan et être suffisants pour financer le besoin en fonds de roulement lié au poids des stocks.

| | | PHOTOGRAPHE |
|--|------------------------------|-----------------------|
| EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION | 2016 | 4 487 ⁽¹⁾ |
| | 2015 | 4 410 |
| | 2014 | 5 843 |
| | 2013 | 5 004 |
| | 2012 | 4 251 |
| | 2011 | 3 899 |
| | 2010 | 4 379 |
| LES RATIOS DE GESTION CLEFS | Chiffre d'affaires moyen | 106 K€ ⁽²⁾ |
| | Marge brute | 83,45 % du CA |
| | Excédent brut d'exploitation | 35,92 % du CA |
| | Rotation des stocks | 85 jours de CA |
| | Crédit clients | 14 jours de CA |
| | Crédits fournisseurs | 39 jours de CA |
| | Besoin en fonds de roulement | 5 jours de CA |

⁽¹⁾Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾Source : Moyenne indicative élaborée à partir de données Insee "Données du compte de résultat et bilan pour les personnes physiques". Données exprimées en % et jours de chiffre d'affaires.

Les principales difficultés du métier

Le développement de la technologie numérique a conduit à l'accroissement du risque du secteur. Les professionnels doivent faire face à la chute de leur activité traditionnelle (tirage photo, vente de pellicules et de films) conjuguée à l'intensification des pressions concurrentielles (arrivée de nouveaux acteurs sur le marché).

• Les innovations techniques :

Dans ce domaine, une innovation technique majeure survient tous les 2 à 3 ans. Le développement du numérique a contraint les professionnels à s'adapter et à consentir des investissements dédiés à cette technologie.

• La concurrence des grandes surfaces, hard discounters et du e-commerce :

Les grandes surfaces occupent une place prépondérante dans la distribution des films, des jetables et des travaux photos. Le e-commerce s'impose grâce à des prix très bas, aussi bien sur le segment du développement photo que sur le segment de la vente de matériel.

• La banalisation de la pratique du développement/impression personnelle

En effet, de plus en plus d'utilisateurs sont séduits par cette nouvelle méthode de développement qui allie rapidité et faible coût.

Dans ce contexte, les professionnels qui réussissent savent se différencier des grands distributeurs par la qualité de leurs conseils, notamment en nouvelles

technologies, et de leurs services. Un emplacement de premier ordre et un niveau de fonds propres élevés sont également indispensables.

| | | PHOTOGRAPHE |
|--|------------------------|-------------------|
| TAUX DE SURVIE AU- DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES | Photographie | Nc ⁽¹⁾ |
| | Commerce et réparation | 46,1 % |
| | Moyenne tous secteurs | 51,9 % |

⁽¹⁾Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2006.

Les principales organisations professionnelles

CSPP

Chambre Syndicale des Photographes Professionnels
69 rue du Rochechouart - 75009 Paris
Tel : 01 45 23 49 46

GNPP

Groupement National de la Photographie Professionnelle
121 rue vieille du Temple - 75003 Paris
Tel : 01 42 77 02 25
<http://www.gnpp.com>

API

Association pour la Promotion de l'Image
5 bis rue Jacquemont - 75017 PARIS
Tél : 01 40 25 96 65 - Fax : 01 42 29 02 22

La presse spécialisée

Profession Photographe

<http://www.profession-photographe.com/>

Photo

<http://www.photo.fr>