

Etude prospective sur les Professions de la Photographie

(décembre 2016)

SYNTHESE

Cette étude a été menée sous l'égide de la Branche des Professions de la Photographie, avec le soutien technique et financier de l'Observatoire prospectif du commerce. La réalisation de l'étude a été confiée au Cabinet Ambroise Bouteille & Associés.

Durée de l'étude : 10 mois (mars à décembre 2016)

Nombre de professionnels de la photographie rencontrés dans le cadre de cette étude : 37

La Branche de la photographie est fortement impactée par plusieurs grands facteurs d'évolution concomitants

► Les usages sociétaux de l'image photographique sont profondément et durablement bouleversés

- Le développement du tout numérique, en particulier des smartphones et des capteurs d'images, a engendré la **massification et la banalisation des prises de vues**.
- L'image devient un support de la communication d'importance croissante du fait :
 - de sa diffusion instantanée qui renforce son rôle dans la communication ;
 - de la vidéo qui remplace de plus en plus l'image fixe ;
 - des réseaux sociaux ;
 - mais encore et surtout du **développement du marketing personnel** (*personal branding*).
- Parallèlement à cette consommation d'images effrénée, **une tendance sociale à percevoir la photo comme une expérience et un objet de luxe** se développe.
- Le traitement de l'image se simplifie et offre des possibilités considérables dont s'emparent largement les particuliers.
- **Pour une grande majorité d'individus, l'aspect technique de la photo tend à prendre une moindre importance**, ce d'autant plus que les appareils et les logiciels de traitement sont désormais capables de suppléer aux erreurs de prises de vue.

► Les comportements et les attentes des clients évoluent de manière lourde et rapide

- Le **canal commercial du Web** est à la fois un **atout à mobiliser impérativement** par les professionnels de la Branche et une menace concurrentielle majeure.
- **Les comportements des clients mutent de manière rapide et radicale** ; toutes les classes d'âge et d'appartenance sociales sont concernées par ces évolutions :
 - le client s'impose et exige : les règles d'écoute et de pouvoir se sont inversées dans tous les échanges marchands ;
 - l'individualisation et la singularisation du client induisent pour les professionnels de la Branche une diversité des comportements et des types de besoins ;
 - les clients sont de plus en plus infidèles et zappeurs ;
 - le client recherche désormais l'émotion et la surprise.

- La **surinformation des clients** a divers effets :
 - l'importance des savoirs techniques est relativisée dans tous les aspects de la relation commerciale ;
 - la connaissance de la concurrence par les clients (notamment via les sites de comparaison) fragilise et banalise l'offre proposée par les professionnels.
- **Les comportements et les approches des clients « Grand public/Particuliers » ou « Entreprise » sont globalement les mêmes.** Toutefois, le client « Entreprise » exprime des attentes plus marquées vis-à-vis de la spécialisation et exige une plus grande capacité de négociation.

► **La réglementation complexe influe sur l'exercice des diverses professions de la Branche**

- Les professionnels exerçant des activités photographiques font face à **un éventail de possibilités pour choisir leur statut** (entreprise individuelle ou non, statut de commerçant ou d'artisan, etc.)

L'existence de cette diversité de statuts engendre une inégalité des situations fiscales et sociales entre les professionnels exerçant des activités photographiques.

Ces inégalités peuvent entraîner des distorsions concurrentielles particulièrement préjudiciables à certains professionnels de la Branche.

- La **photographie scolaire, tout comme celle d'identité** sont des activités actuellement **protégées de la concurrence externe** car fortement encadrées par la réglementation.
- Pour les photographes, la dématérialisation des photographies d'identités est une opportunité. Toutefois, la manne de la photo d'identité risque à l'avenir de se tarir dans la mesure où il se pourrait que les papiers officiels ne requièrent, à terme, plus de photos, **mais privilégient plutôt les techniques d'empreintes biométriques** (doigts, mains, yeux, voix...).
- La photographie aérienne grâce aux drones constitue une nouvelle possibilité commerciale que la réglementation a récemment contrainte.

► Les enjeux de concurrence demeurent forts ; tous les secteurs d'activité de la Branche ne sont pas concernés au même titre

- Dans le **secteur de la vente de matériel**, le partage du marché est en évolution :
 - La concurrence des **grandes enseignes spécialisées** (Fnac, Darty, Boulanger, etc.) se **maintient**, tandis que celle des multi-spécialistes (Auchan, Carrefour, etc.) décroît.
 - **La concurrence des sites marchands en ligne et des pure players se confirme** : ces acteurs sont de plus en plus agressifs et profitent des distorsions concurrentielles existantes (ex : écarts de TVA entre les Etats, etc.).
 - **Une concurrence par les fournisseurs est susceptible de voir le jour.**
 - Les vendeurs de **matériel d'occasion** ne sont pour le moment **pas** perçus par les professionnels de la Branche comme représentant une **concurrence significative**.
- C'est dans le **secteur de la prise de vue** que la **concurrence est la plus évolutive et la plus féroce**, la microentreprise en étant l'expression la plus évidente.

En particulier dans ce secteur, **les risques d'ubérisation constituent une menace potentielle pour la profession.**

La photographie d'entreprise a connu une épuration de la concurrence, du fait notamment de la crise économique, de la disparition quasi systématique des services de photo internes aux entreprises. Ces services recourent désormais à des prestataires externes compte tenu la nécessité d'utiliser de nouveaux outils impliquant des investissements matériels importants.

- Dans le **secteur du tirage et des travaux photos**, la **suprémie des pure players est confirmée**.

► Le nombre limité de fournisseurs, surtout dans le matériel, favorise leur emprise

- Le **nombre restreint de fournisseurs** de matériel contribue à renforcer l'importance de leur pouvoir.
- La **politique commerciale** des leaders fournisseurs de matériel devient de plus en plus **contraignante** et handicape les magasins de petite et moyenne taille.
- Toutefois, contrairement à d'autres secteurs du commerce, on n'assiste **pas actuellement** à un **durcissement** significatif des conditions de **négociation des prix**.

► **La technologie est en évolution constante mais aucune rupture aussi considérable que celle vécue lors de l'arrivée du numérique n'est envisagée par les professionnels**

- De nouvelles technologies dans lesquelles les photographes doivent songer à investir pour faire face aux défis de demain émergent, telles que :
 - les drones ;
 - le virtuel et la réalité augmentée ;
 - la 3D (impression en 3D notamment) ;
 - la photographie/vidéo 360° (en 3D ou non).

Cette démarche d'investissement paraît d'autant plus complexe aux professionnels de la Branche que l'usage de certaines de ces technologies est à la frontière du domaine de la photographie.

- La montée en puissance des appareils hybrides, qui entraîne un **rapprochement d'usage entre photo et vidéo**, semble être la seule évolution impactante en termes de marché.
- Les fonctions photographiques des smartphones continuent à se développer de manière accélérée.

► **Contrairement à d'autres secteurs, la conjoncture économique ne devrait peser que faiblement sur le développement de la Branche**

- Néanmoins, certains secteurs d'activité de la Branche ainsi que les structures les plus fragiles pourraient être plus sensibles à une conjoncture défavorable durable.

Ces grandes évolutions imposent aux professionnels de la Branche d'adapter leurs activités

► Les conséquences concernant les activités de **vente et de revente de matériel**

⇒ Réflexions sur des évolutions possibles du magasin traditionnel

- L'étude prospective laisse transparaître **certaines inquiétudes quant aux activités d'avenir de la Branche dans ce domaine.**

Malgré le développement des franchises et des groupements, **un nombre important de petits magasins photo multi-activités a disparu ces dernières années.** Ce mouvement se poursuit.

⇒ Réflexion sur l'émergence des nouveaux modèles de magasins de vente de matériel

- Les **magasins ultra spécialisés**, ne proposant que du matériel semblent avoir une **capacité significative (mais limité en nombre) de développement.**

► Les conséquences concernant les **activités de prise de vue : photo sociale – évènementiel – studio – photographie d'entreprise**

⇒ Photographie sociale – évènementiel – studio

- **Les grandes évolutions à l'œuvre dans la Branche engendrent un certain renouveau des activités** qui ne saurait cependant compenser les pertes en effectifs et en chiffre d'affaires que la Branche a subi ces dernières années.
- Des **modèles économiques** plus flexibles et novateurs devront être mis en place pour s'adapter aux contraintes de coûts (locaux, matériels) et aux évolutions des attentes des clients.
- Ce renouveau des activités et la nécessité de bâtir des modèles économiques innovants mettent en évidence l'importance pour les photographes de :
 - développer la vente multicanale **en s'insérant sur le Web** ;
 - valoriser son offre, notamment **sur les réseaux sociaux** ;
 - s'interroger sur sa localisation physique, voire même remettre en question l'existence d'une présence physique.
- A plus long terme (5 à 10 ans) pourraient apparaître de grands centres de photographie, implantés uniquement dans les grandes métropoles et proposant un accueil élaboré et des services nouveaux.

- De grandes plateformes de médiation **spécialisées** permettant un « co-working » sur les aspects non artistiques du métier et ayant pour objectif de permettre à chaque professionnel de se concentrer sur son style propre (et de le mettre en valeur) pourraient aussi voir le jour.
- Ce domaine d'activité restera malgré tout celui le plus fragilisé, notamment par le nombre et l'impact probablement croissant des intervenants semi-professionnels, voire des amateurs « plus ou moins éclairés ».

⇒ Photographie d'entreprise

- Il s'agit d'un **marché difficile, ayant des exigences de sécurité sur les travaux** (délais, confidentialité de réalisation, etc.) que des photographes travaillant seuls peuvent difficilement satisfaire.

Par ailleurs, la contractualisation sur cette nature de marchés sera de plus en plus confiée à des commerciaux internes rompus à la négociation, ce à quoi les photographes ne seront pas nécessairement préparés.

- **Le regroupement, de plusieurs professionnels (de façon ponctuelle sur une mission) sera probablement de plus en plus nécessaire** pour rassurer les décideurs et ainsi accéder à des marchés plus importants.
- De **nouvelles opportunités** pourraient voir le jour en lien avec le nouveau marché de **la photo comme source de données (data)** ; en effet, la photographie est porteuse d'une multitude d'informations (lieu, date, etc.) et la capacité à identifier ces données et à les monétariser devient un enjeu majeur.
- Le développement de structures plus importantes, soutenues par des plateformes de médiation spécialisées et dédiées uniquement au monde de l'entreprise est à terme également envisageable.

⇒ Photographie scolaire

- Ce domaine, à l'avenir **ne devrait pas évoluer de manière décisive**. Il est actuellement occupé par de gros faiseurs, ce qui laisse peu de place à de nouveaux intervenants.
- Par ailleurs **la réglementation est extrêmement précise** et s'agissant d'enfants et de jeunes adolescents, de telles évolutions sont plus qu'improbables à court /moyen terme.

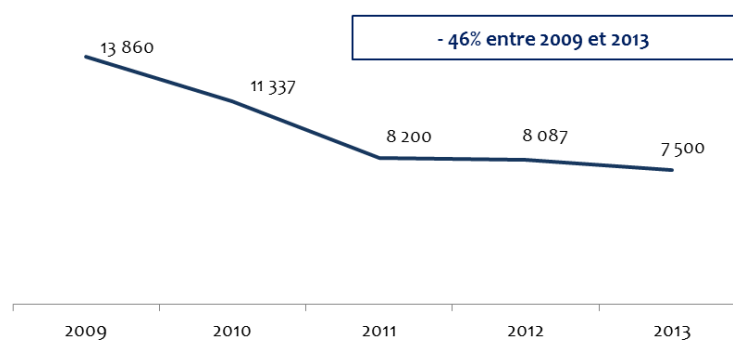
► Les conséquences concernant les activités de tirages et travaux photo

- **Les stations automatiques de tirage devraient continuer à se développer** ; leur praticité, leur disponibilité 24/24 sont des atouts discriminants sur le tirage de masse.
- Les **grands faiseurs** de tirage **sur Internet** devraient également confirmer leur position en continuant à différencier leurs produits, en développant une activité importante autour de la post-production et en trustant les travaux confiés par les grands centres de photographie tels qu'ils pourraient se développer.
- **Les pure players devraient continuer à affirmer leur position dominante** et trouver des relais de croissance dans l'exploitation de la data liée à la photographie.
- **L'activité de certains professionnels ayant pignon sur rue pourrait subsister** en accentuant leur offre sur des travaux de niche à haute qualité ou très spécifiques (objet unique à forte valeur).

Ces évolutions ont également des conséquences sur le nombre de professionnels de la photographie et leurs statuts

► Une baisse préoccupante des effectifs salariés au sein de la Branche des professions de la photographie

Le nombre de salariés au sein de la Branche des professions de la photographie (CCN 2162)

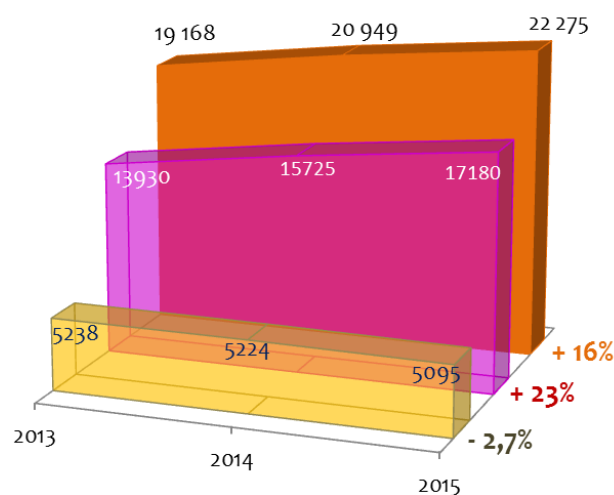


Source: DADS
Traitements: Ambroise Bouteille et Associés

► Le nombre de Travailleurs Non-Salariés (TNS) inclus sous le code NAF 74.20Z (Activités photographiques) augmente quant à lui considérablement

Les Travailleurs Non Salariés (TNS) dont l'entreprise est déclarée sous le code NAF 74.20Z (Activités photographiques)

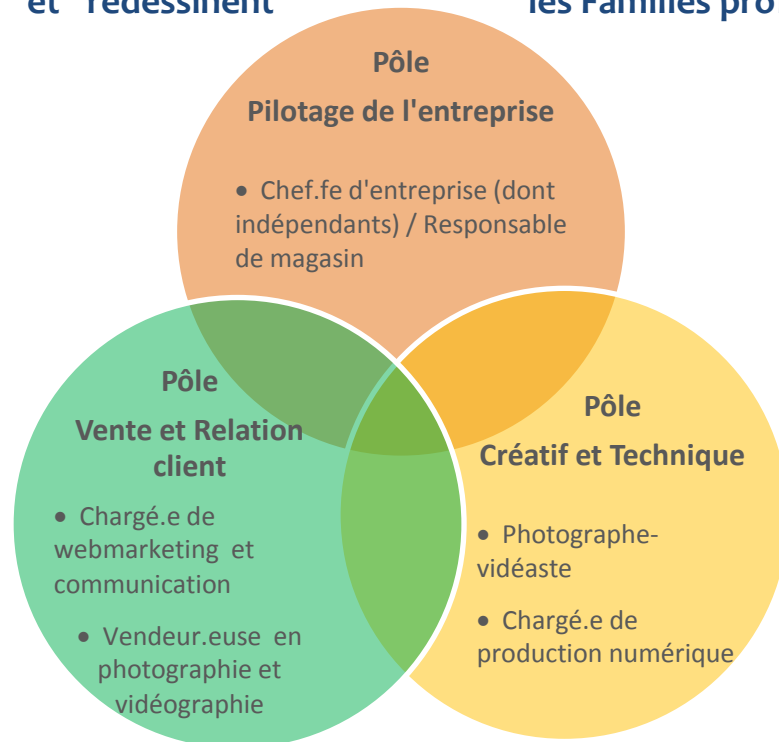
- Travailleurs Non Salariés enregistrés sous un autre statut que celui de microentrepreneur
- Travailleurs Non Salariés enregistrés sous le statut de microentrepreneur
- Total des Travailleurs Non Salariés



Source: Régime Social des Indépendants
Traitements: Ambroise Bouteille et Associés

L'évolution des activités entraîne nécessairement une mutation des métiers et des compétences des professionnels de la photographie

- ▶ Les évolutions qui impactent la Branche ont des conséquences sur les métiers et redessinent les Familles professionnelles



- ▶ Les frontières entre les familles de métiers anciennement définies par segment de clientèle (Particulier/Entreprise) s'effacent
 - Aujourd'hui, les professionnels de la Branche cumulent souvent l'exercice de plusieurs activités entre les segments Particulier et Entreprise.
 - Au final, **de nombreuses compétences deviennent transversales à plusieurs métiers de la Branche.**
- ▶ De nouveaux pôles de compétences, dont la stratégie et la relation client, se renforcent considérablement pour pouvoir relever les nouveaux défis économiques auxquels doivent faire face les professionnels
 - Un même professionnel de la photographie est susceptible de mobiliser des compétences présentes dans chacun des trois pôles.

- Les évolutions qui impactent la Branche ont des conséquences sur les métiers et les activités et redéfinissent donc les compétences à détenir¹

Pôles	Enjeux	Activités
Pôle Pilotage de l'entreprise	Evaluer son projet au regard de son environnement afin de pouvoir définir un positionnement offensif adapté au monde d'aujourd'hui	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mise en place d'une veille attentive des évolutions concurrentielles, sociétales et technologiques ▶ Appréciation de la pertinence d'une politique partenariale
	Proposer une offre pertinente, innovante et rentable	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Structuration d'une offre commerciale inédite et originale ▶ Adaptation du <i>business model</i> et en particulier fixation des prix
	Définir des méthodes de prospection, de vente et de relation client résolument multi-canal	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Développement d'un argumentaire de valorisation de l'offre commerciale ▶ Décision d'investissement dans un local (magasin/studio/etc.) ▶ Développement du e-commerce
	Gérer son affaire avec rigueur	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gestion des stocks ▶ Gestion comptable et budgétaire ▶ Dimensionnement et mobilisation des moyens matériels nécessaires à la réalisation des activités de l'entreprise ▶ Choix du statut juridique et fiscal le mieux adapté à sa situation ▶ Maîtrise des règles clés en matière sociale, commerciale et photographique
	Manager son équipe	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Organisation des activités à réaliser ▶ Animation et motivation des collaborateurs
	Développer les compétences de son équipe	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Repérage des compétences manquantes et nécessaires ▶ Développement des compétences de son/ses salarié.e.s ▶ Recrutement de nouveaux profils pour répondre aux besoins en compétences
	Gérer le personnel	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Maîtrise des réglementations en vigueur ▶ Suivi des obligations administratives et financières relatives au personnel

¹ La liste détaillée des compétences est consultable dans la Cartographie des métiers et des compétences de la Branche

Pôles	Enjeux	Activités
Pôle Vente et relation client	Réaliser une vitrine virtuelle	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaboration d'une « vitrine virtuelle » : site internet, blog, profil sur les réseaux sociaux
	Prospecter et engager un contact client résolument multi canal	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mise en œuvre d'un webmarketing participant activement au développement commercial ▶ Réalisation de campagnes de communication physiques
	Capter le client et le fidéliser	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mise en valeur de l'espace commercial physique ▶ Réception et mise en rayon des produits ▶ Mise en œuvre d'opérations commerciales (soldes, promotions, etc.)
	Accueillir le client et réaliser une vente de matériel, de prestations et de services	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Compréhension du client et de ses attentes ▶ Conduite d'une vente de matériel, de prestations ou de services ▶ Réalisation d'opérations d'encaissement ▶ Réalisation d'une facture
	Développer une relation de service	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mise en place d'un Service Après-Vente (SAV) ▶ Garantie d'un service client à la hauteur des attentes du prospect
Pôle Créatif et Technique	Créer des évènements et/ou des ambiances adaptés aux nouvelles attentes et utilisations des clients	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Co-construction du déroulement de la prestation avec le client ▶ Repérages et recherches en amont de la prise de vue ▶ Création d'évènements uniques destinés à être immortalisés ▶ Interactions avec les sujets lors du déroulement de la prise de vue
	Maîtriser l'ensemble des techniques de prise de vue : traditionnelles mais aussi et surtout innovantes	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Choix de la (nouvelle) technologie la plus adaptée à la réalisation de la prise de vue : appareil photo, drone, caméra, 2D/3D, 360°, etc. ▶ Réalisation des réglages techniques nécessaires à la prise de vue ▶ Collaboration technique interne et externe avec les autres professionnels de la photographie ▶ Respect et entretien du matériel et des locaux nécessaires à la prise de vue ▶ Premier tri des prises de vue

La CPNEFP de la Branche des Professions de la Photographie poursuivra donc ses travaux autour des pistes de réflexion suivantes

AXE 1 AXE 2 AXE 3 AXE 4

▶ **Sensibiliser les professionnels aux défis d'avenir auxquels ils devront faire face**

- Engager une **campagne de sensibilisation** auprès des entreprises et des salariés
- Soutenir les professionnels dans le **développement de stratégies de commercialisation innovantes**
- Partager et **diffuser les bonnes pratiques**

▶ **Permettre aux acteurs de la Branche d'agir sur la réglementation et/ou de s'y adapter**

- **Faciliter l'appréhension des statuts juridiques**
- Continuer d'**infléchir la réglementation** pour protéger et soutenir le développement des professionnels de la Branche

▶ **Outiller les entreprises face aux problématiques de GRH rencontrées, dont le recrutement**

- **Recruter de nouveaux types de profils** pour répondre aux évolutions des besoins des entreprises
- Développer des **parcours d'intégration** à destination des **nouveaux entrants** dans la profession

▶ **Faire correspondre l'offre de formation aux besoins en compétences**

- Informer sur les **possibilités d'évolution professionnelle** pour inciter les entreprises et les salariés à recourir à la formation
- Préciser progressivement la **politique de certification** de la Branche
- Susciter la mise en œuvre de **formations adaptées aux besoins en compétences**