

2025 : L'AVÈNEMENT D'UNE NOUVELLE CULTURE PHOTO

Une étude annuelle sur les tendances en matière de
pratiques photographiques des Français

10ème édition

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



MÉTHODOLOGIE

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 21 avril au 5 mai 2025.

Cette enquête est réalisée chaque année depuis 2015. Cette vague d'enquête 2025 est la 10^{ème} édition de ce baromètre.

SOMMAIRE

01

L'IMAGE, UNE PASSION
AU SERVICE DES
« MICRO-HISTOIRES »

02

L'ÉQUIPEMENT PHOTO
À L'HEURE DE L'I.A.

03

PARCOURS D'ACHAT :
LA QUÊTE DE CONSEILS
SE RENFORCE

04

L'IMAGE IMPRIMÉE
RÉSISTE À LA MONTÉE DE
L'IMAGE VIRTUELLE



01

L'IMAGE,
UNE PASSION AU SERVICE
DES « MICRO-HISTOIRES »

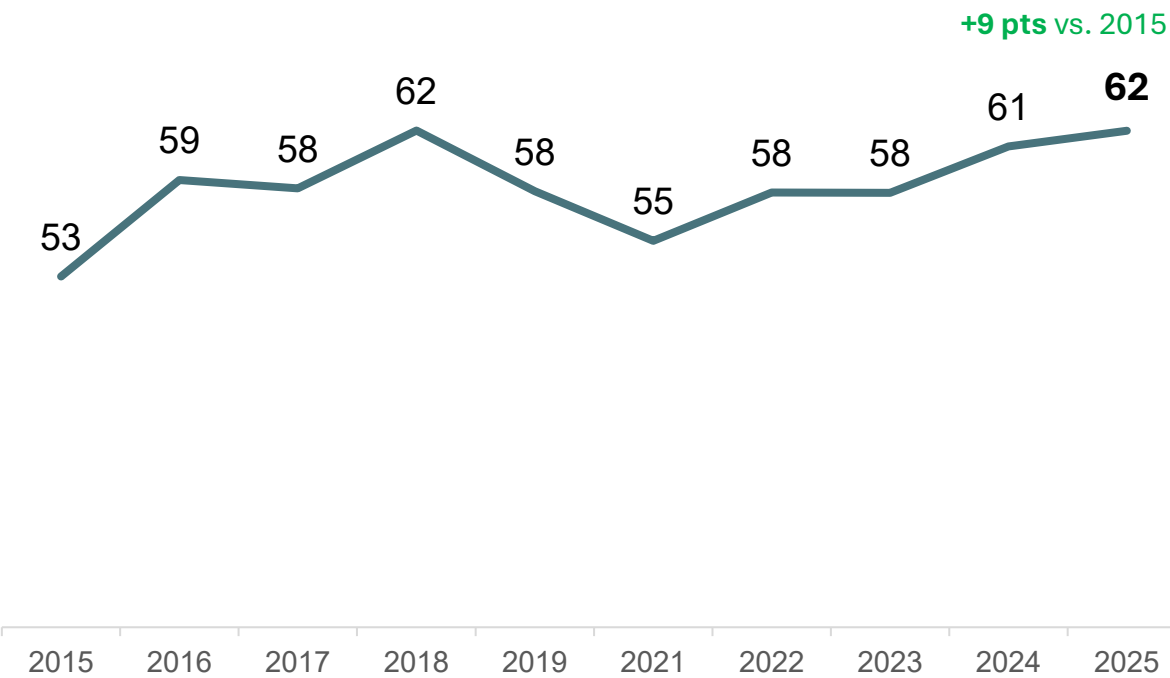


LA PHOTO, UN LOISIR
DE PLUS EN PLUS
PASSIONNÉ ET
PATRIMONIAL

Le nombre de « passionnés » de photo est au plus haut

La photo, pour moi, c'est une passion

% Total d'accord

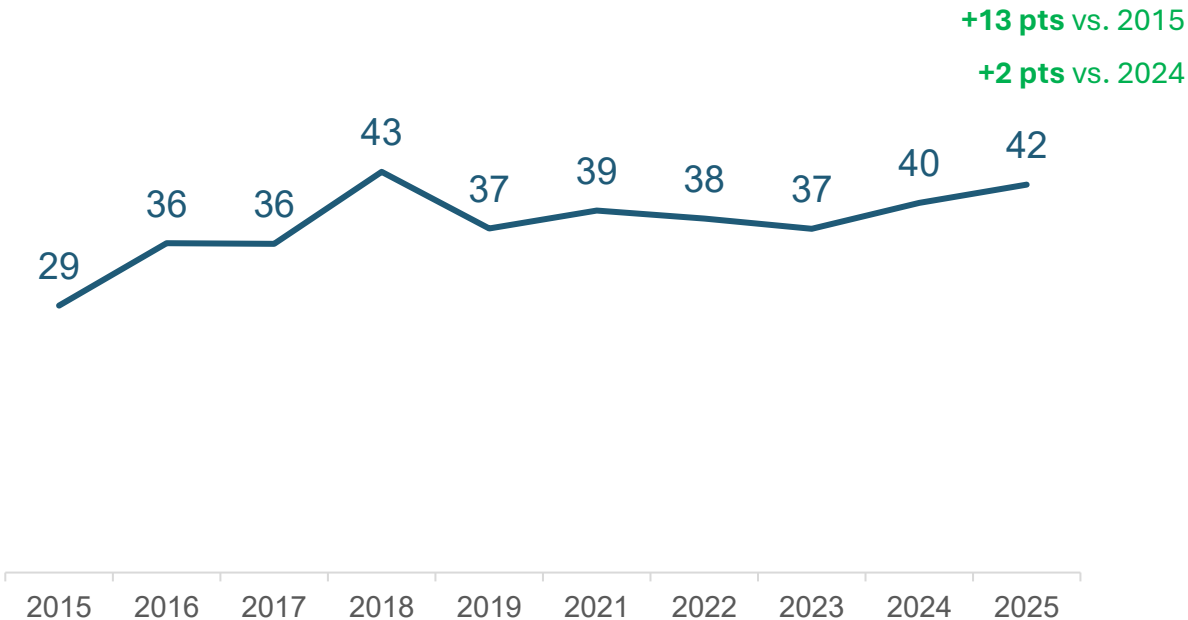




Les pratiquants se sentent de plus en plus experts

Je me sens expert(e) en matière de photographie

% Total d'accord

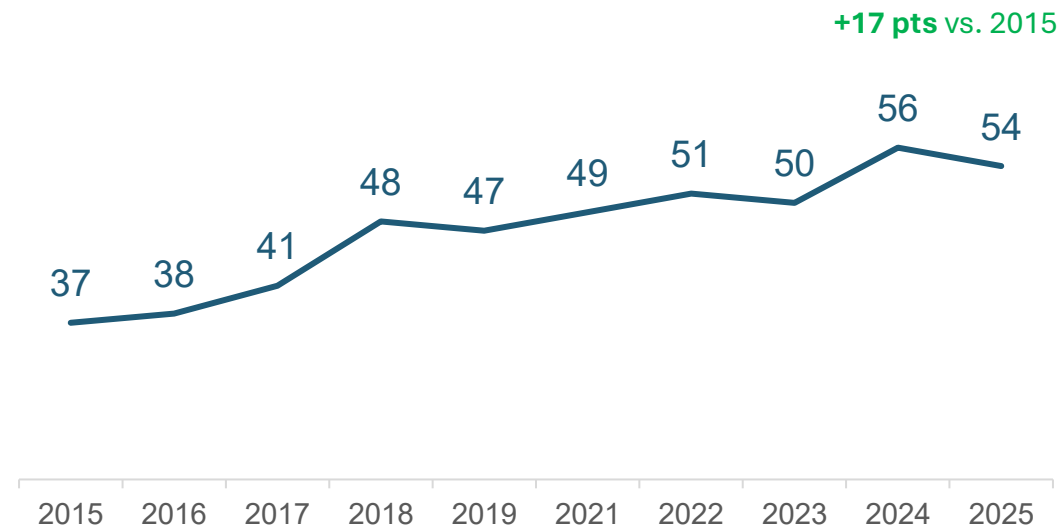


En 10 ans,
l'argentique s'est imposé comme une référence patrimoniale



Je suis nostalgique de l'époque de l'argentique

% Total d'accord

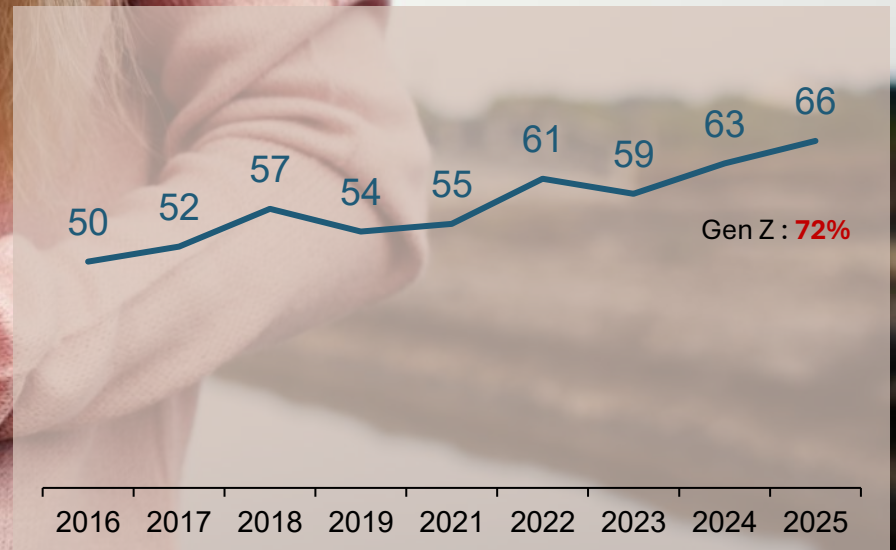


Le goût du vintage continue de gagner du terrain, encore plus chez les jeunes

J'adore les appareils photo avec un design rétro/vintage

% Total d'accord

+16 pts vs. 2015



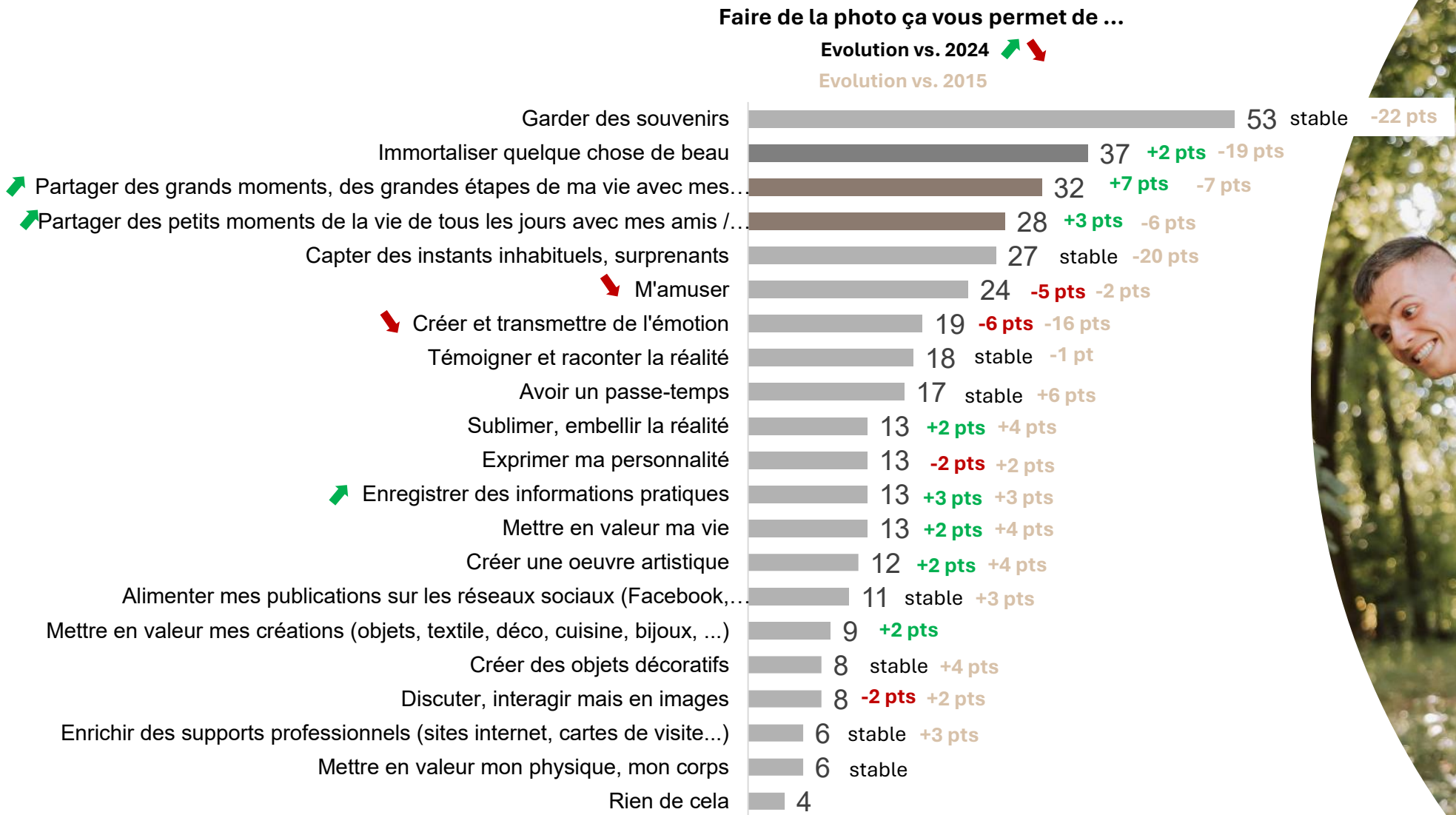
Les appareils photo vintage sont vus comme des objets de collection à part entière

Les appareils photo vintage sont des
objets de collection *
% Total d'accord

78%

** Nouvel item 2025*

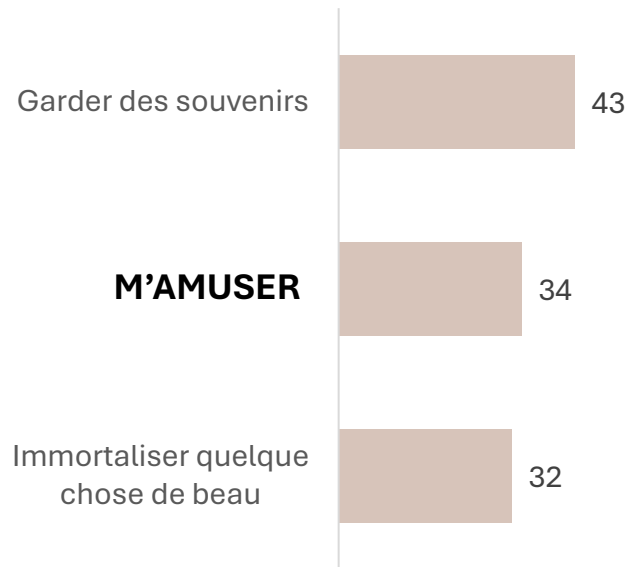
La photo souvenir perd du terrain au profit du partage des grands moments



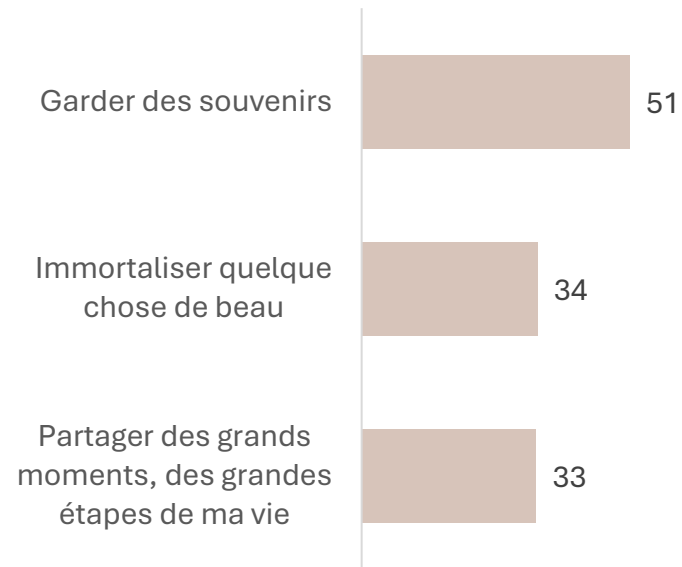
La Gen Z photographie pour s'amuser, les seniors pour se souvenir

Faire de la photo ça vous permet de ... TOP 3

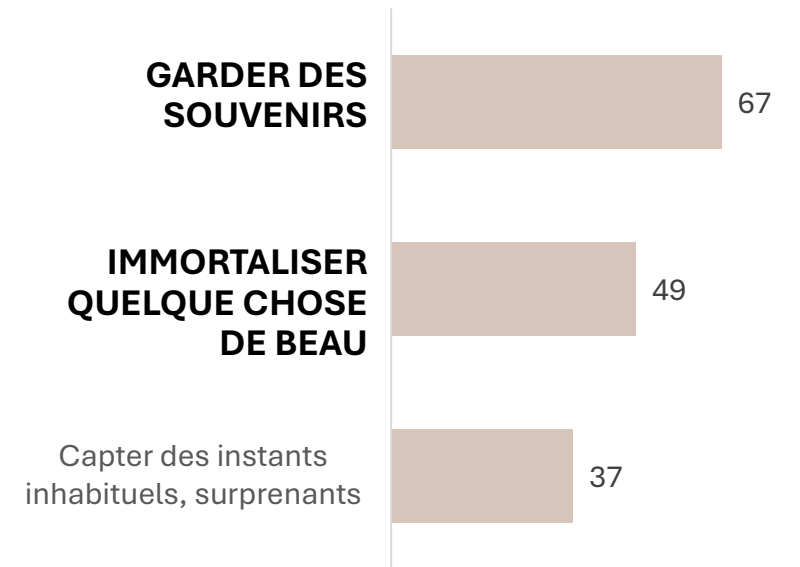
15-29 ans (Gen Z)



30-49 ans



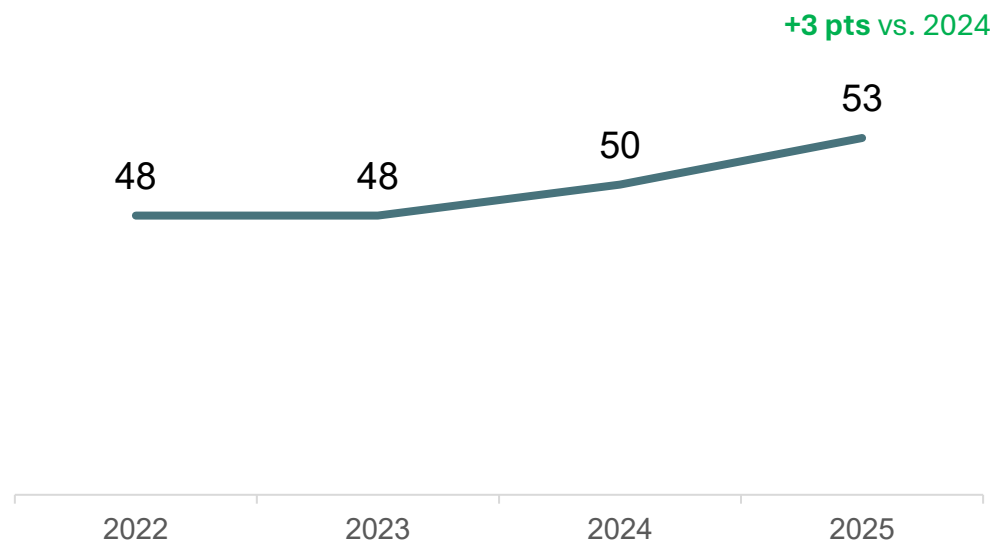
50-65 ans



Photographier en marchant : un loisir qui attire de plus en plus

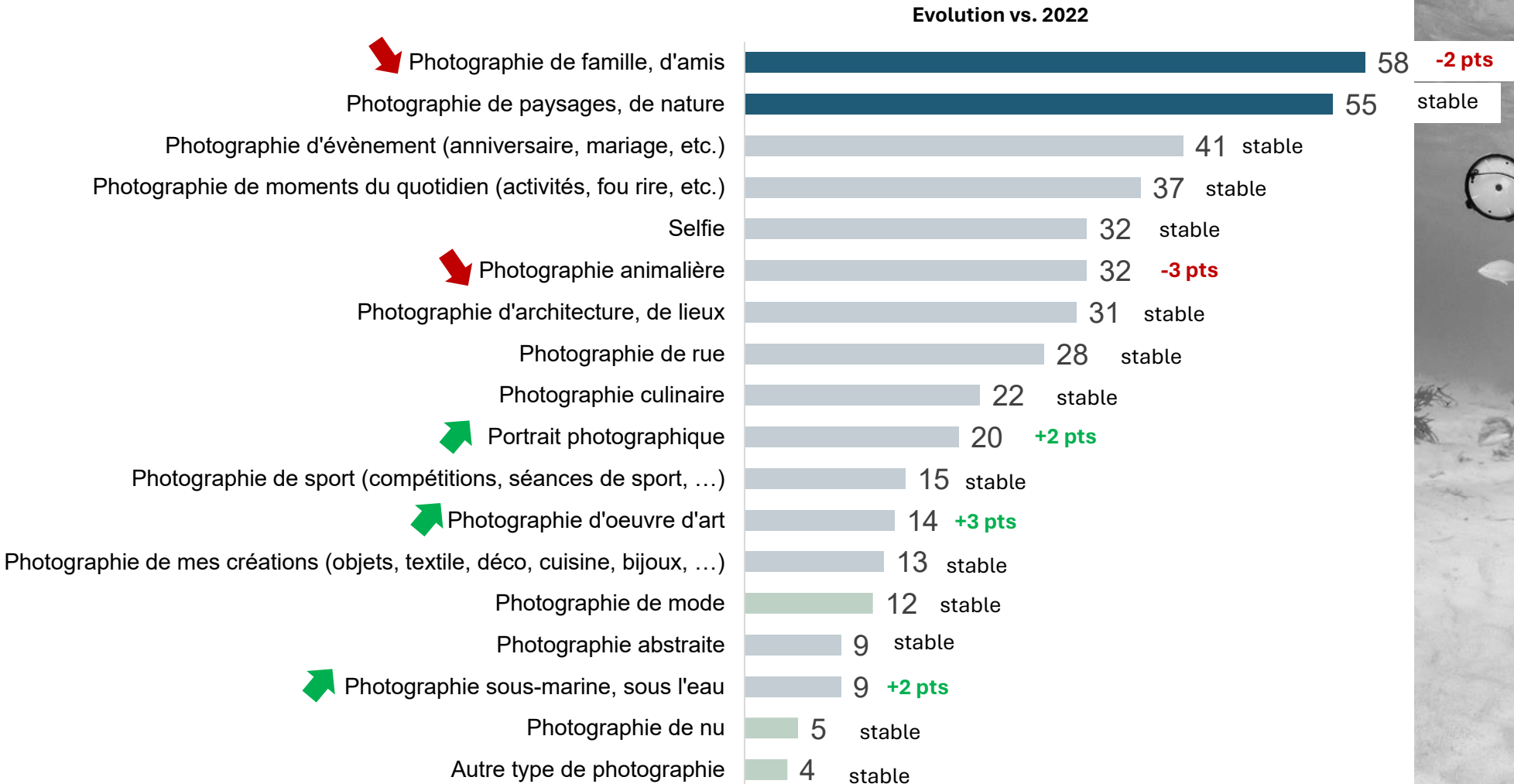
Faire une randonnée photo (balades, week-end, voyages pendant lesquels on prend des photos)

% Envie de le faire



En photo, les pratiquants privilégient les liens affectifs et la beauté du monde

Parmi les types de photos suivantes, quelles sont celles que vous prenez ?



Photographier son activité pro devient un réflexe, surtout chez les moins de 30 ans

J'ai besoin de faire de belles photos pour promouvoir mon activité professionnelle (sur les réseaux sociaux, sur des supports papiers, etc.)

% Total d'accord

47%

Stable vs. 2024

Gen Z :
57%

Surreprésentation vs. Total population





LA VIDÉO S'INSTALLE
DANS LE QUOTIDIEN

1.2

La vidéo s'impose doucement dans les pratiques des photographes



% FAIT DES VIDÉOS AU MOINS
UNE FOIS PAR SEMAINE

% FAIT DU MONTAGE VIDÉO AU MOINS
UNE FOIS PAR SEMAINE

% POSTE DES VIDÉOS SUR DES
PLATEFORMES DE VIDÉOS OU LES
RÉSEAUX SOCIAUX AU MOINS UNE FOIS
PAR SEMAINE

+2 pts vs. 2021

+2 pts vs. 2021

+2 pts vs. 2021

26 25 25 27 28

2021 2022 2023 2024 2025

18 17 17 19 20

2021 2022 2023 2024 2025

24 24 24 27 26

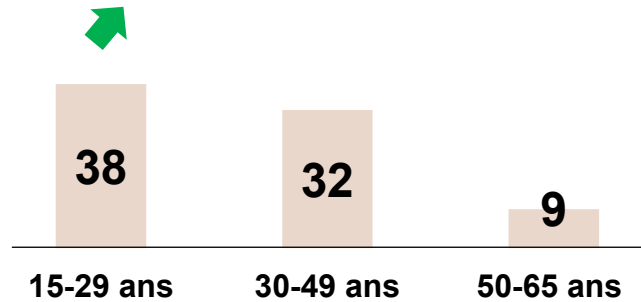
2021 2022 2023 2024 2025

La tendance «vlog» se confirme chez la Gen Z

% ACTIVITÉS HEBDOMADAIRES en lien avec la vidéo

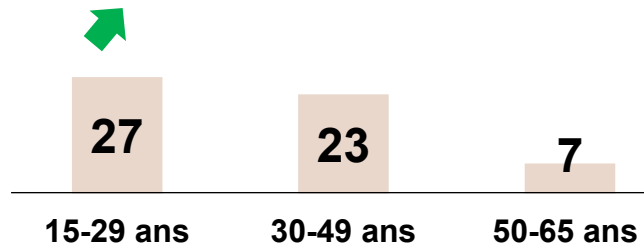
Faire des vidéos

+4 pts vs. 2021



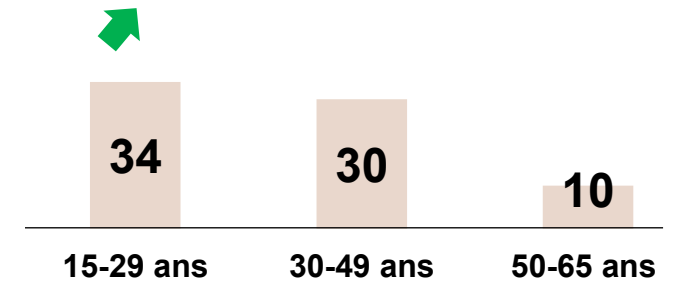
Faire du montage vidéo

+2 pts vs. 2021



Poster des vidéos sur des plateformes de vidéos ou les réseaux sociaux

+2 pts vs. 2021



La vidéo s'émancipe des grandes occasions pour entrer dans le quotidien

→ Pour un jeune sur deux, la vidéo est une pratique quotidienne

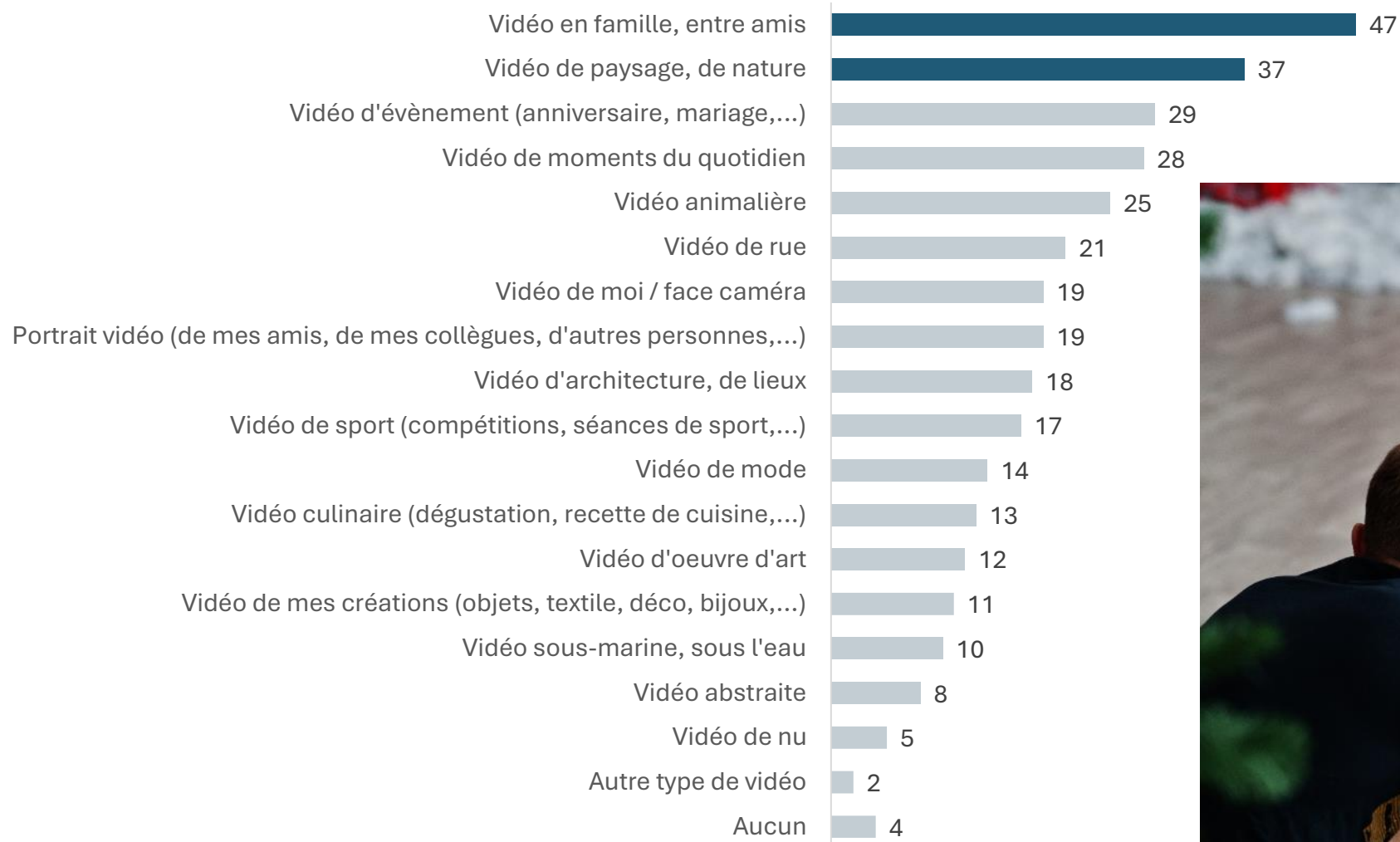


**Pour moi la vidéo,
c'est une pratique quotidienne**
(vs. c'est une pratique occasionnelle)



Les proches puis les paysages sont les principaux sujets artistiques des vidéos, comme pour la photo

Parmi les types de vidéos suivantes, quelles sont celles que vous prenez ? *



Base : Fait des vidéos 700 pers.

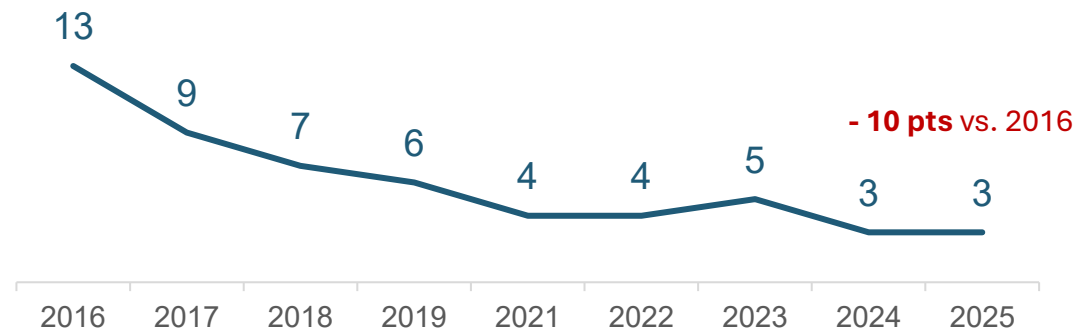
1.3



LES PRATIQUES
SOCIALES EN LIGNE
FONT ÉVOLUER LES
FORMATS

Le nombre de pratiquants totalement réfractaires aux réseaux sociaux diminue d'années en années

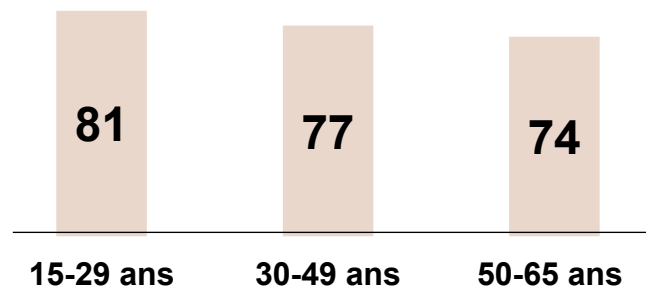
« Je ne suis présent sur aucun
réseau social »



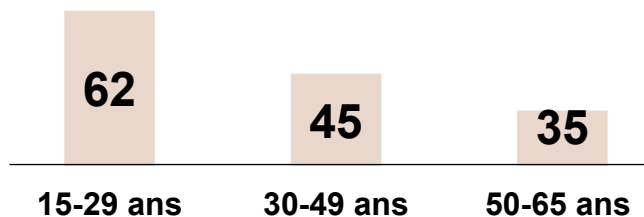
La Gen Z est la plus active sur les réseaux sociaux au quotidien

% ACTIVITÉS FAITES TOUS LES JOURS sur les réseaux sociaux

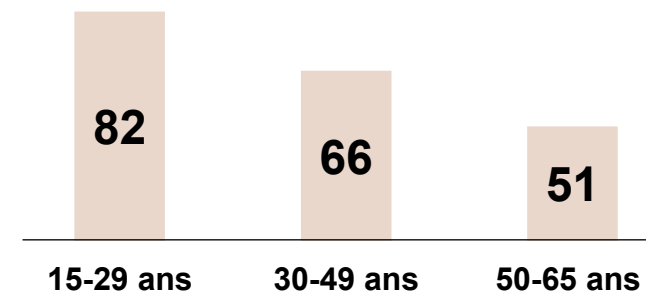
Lire/consulter du contenu en ligne



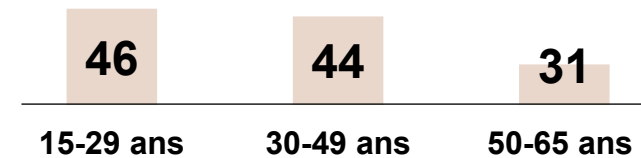
Partager du contenu d'un autre utilisateur/transférer du contenu en ligne



Liker des posts (commentaires, vidéos, photos, etc.)

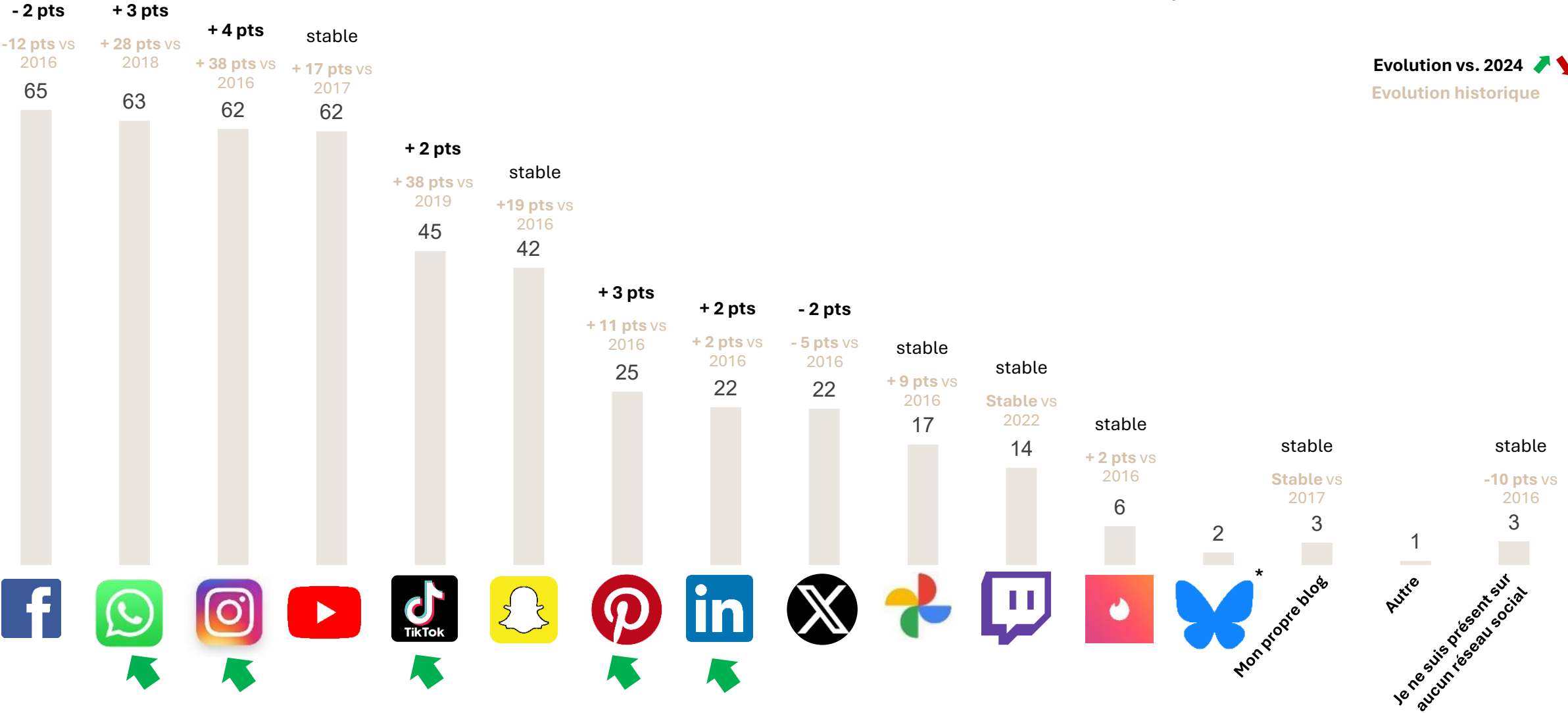


Commenter/donner des avis en ligne



Whatsapp, Instagram, Tiktok continuent leur expansion au sein des pratiquants de photo et vidéo

Sur quels RÉSEAUX SOCIAUX êtes-vous actif ?



la Gen Z est plus sensible aux réseaux sociaux qui proposent de la vidéo verticale

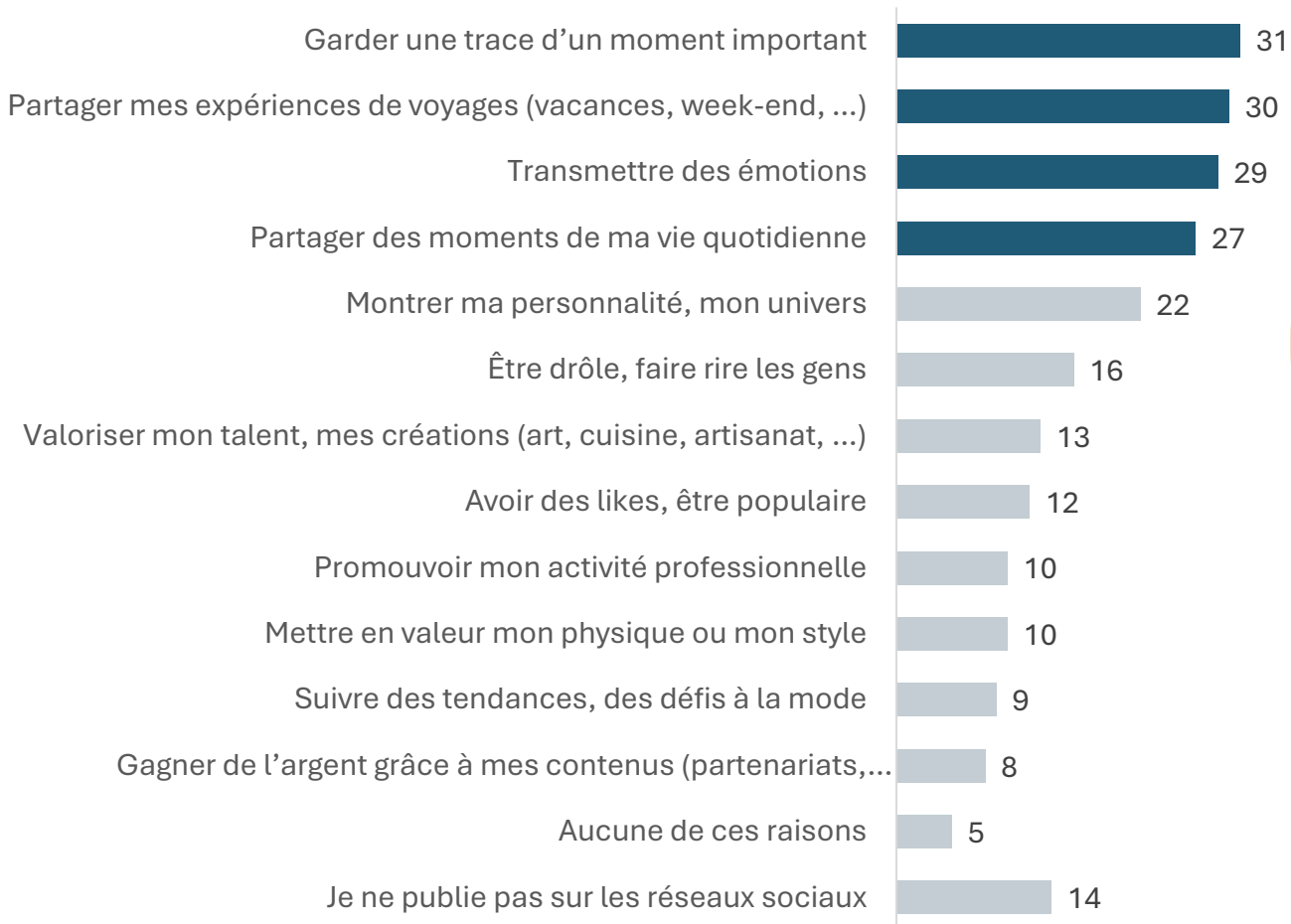
→ Youtube, un réseau social transgénérationnel

Sur quels RÉSEAUX SOCIAUX êtes-vous actif ?



Garder une trace, partager des instants vécus, transmettre des émotions sont au cœur de la motivation à publier

Lorsque vous publiez des photos ou des vidéos sur les réseaux sociaux, que cherchez-vous à faire ? *



→ 86 % des pratiquants présents sur les réseaux sociaux publient du contenu photo ou vidéo

La publication comme expression de soi chez les jeunes, comme mémoire ou émotion chez les autres

Lorsque vous publiez des photos ou des vidéos sur les réseaux sociaux, que cherchez-vous à faire ? ... TOP 3



30-49 ans

50-65 ans

**GARDER UNE TRACE
D'UN MOMENT
IMPORTANT**

Transmettre des émotions

Partager mes expériences
de voyages

Garder une trace d'un
moment important

Transmettre des émotions

Partager mes expériences
de voyages

35

32

32

28

28

25

Plus de la moitié des pratiquants veulent des destinations de vacances « Instagrammables »

Il m'arrive de choisir des lieux de vacances en pensant aux photos que je pourrai prendre (pour les poster sur les réseaux sociaux, pour mon plaisir personnel, pour les vendre, ...) *

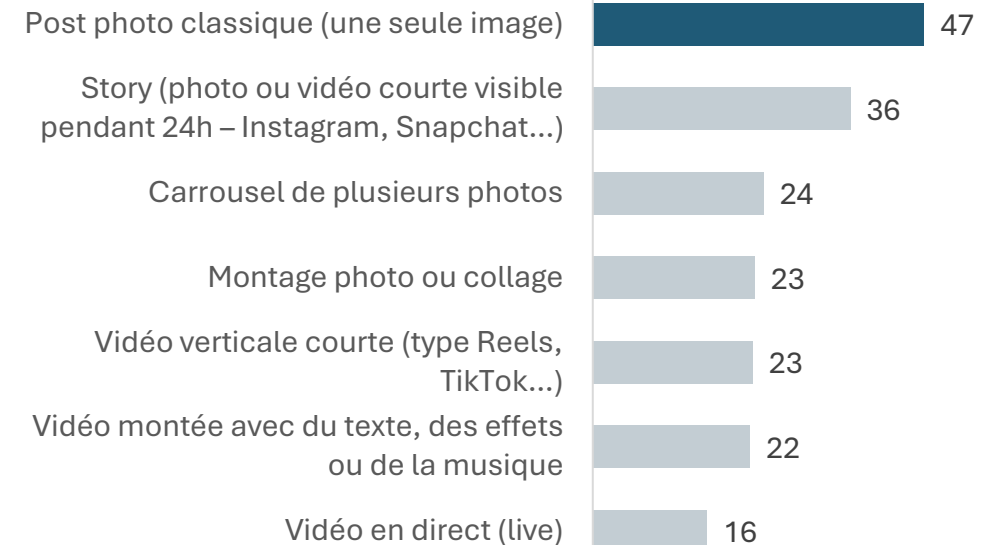
% Total d'accord

56%



La photo classique, reine des contenus publiés

Quels formats de contenus publiez-vous sur les réseaux sociaux ? *



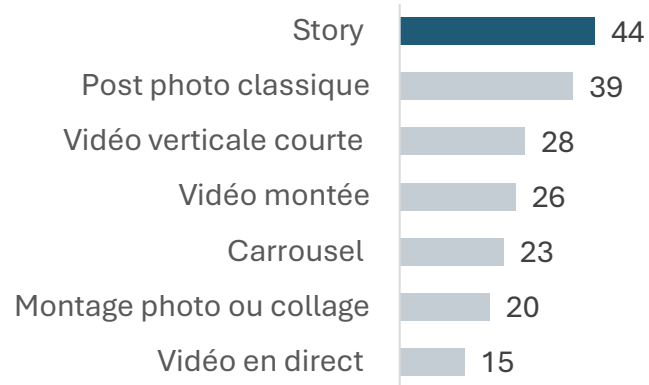
82% des pratiquants actifs sur les réseaux sociaux publient des contenus au format photo

63% des pratiquants actifs sur les réseaux sociaux publient des contenus au format vidéo

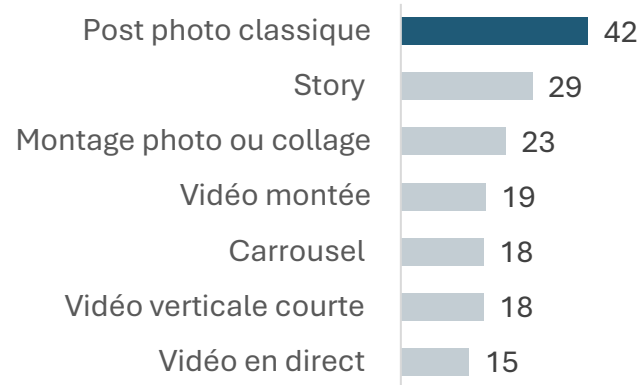
La « story », un format plébiscité par les plus jeunes

Quels formats de contenus publiez-vous sur les réseaux sociaux ?

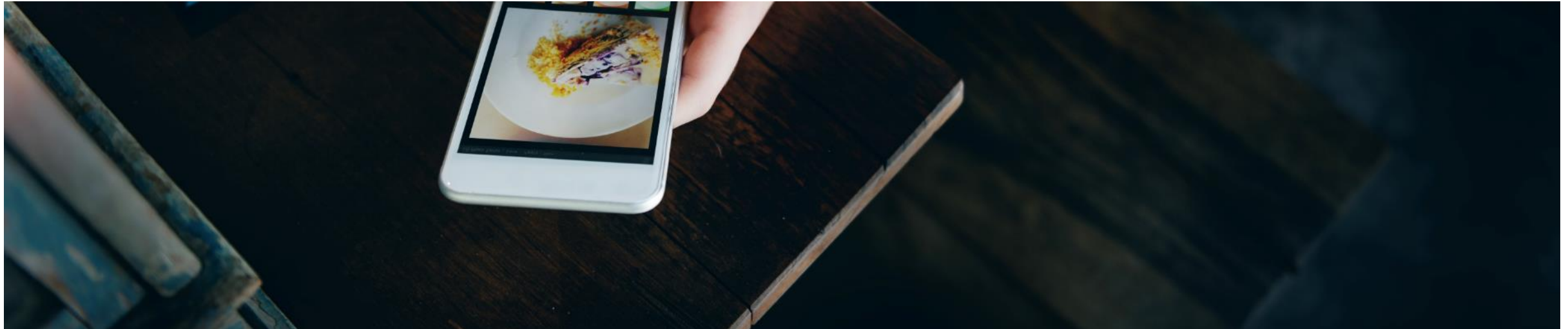
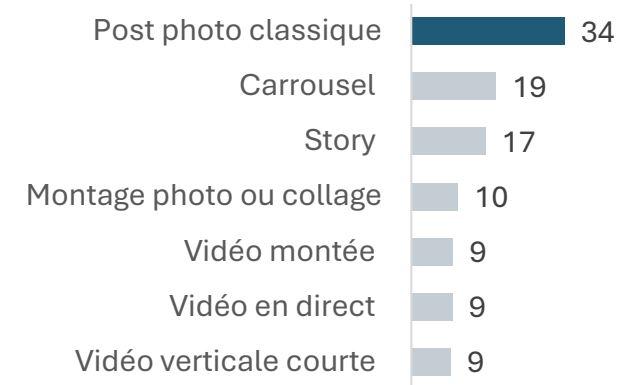
15-29 ans (Gen Z)



30-49 ans

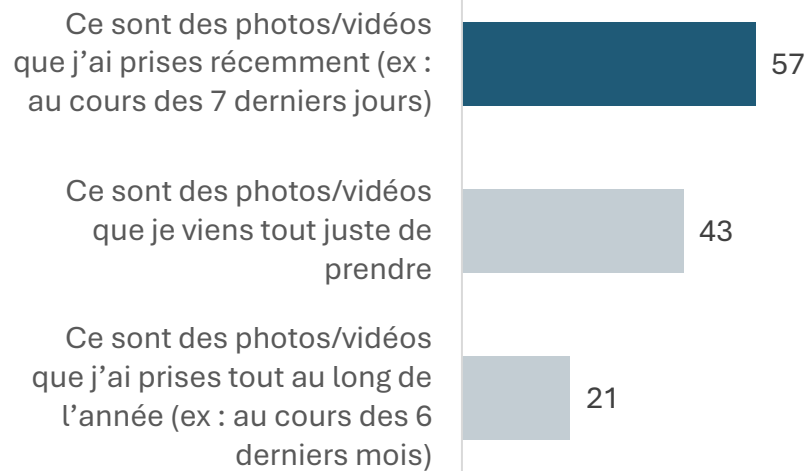


50-65 ans



La grande majorité du temps, les contenus publiés sur les réseaux sociaux sont ancrés dans l'instantanéité

Généralement de quand datent les photos/vidéos que vous publiez sur les réseaux sociaux ? *

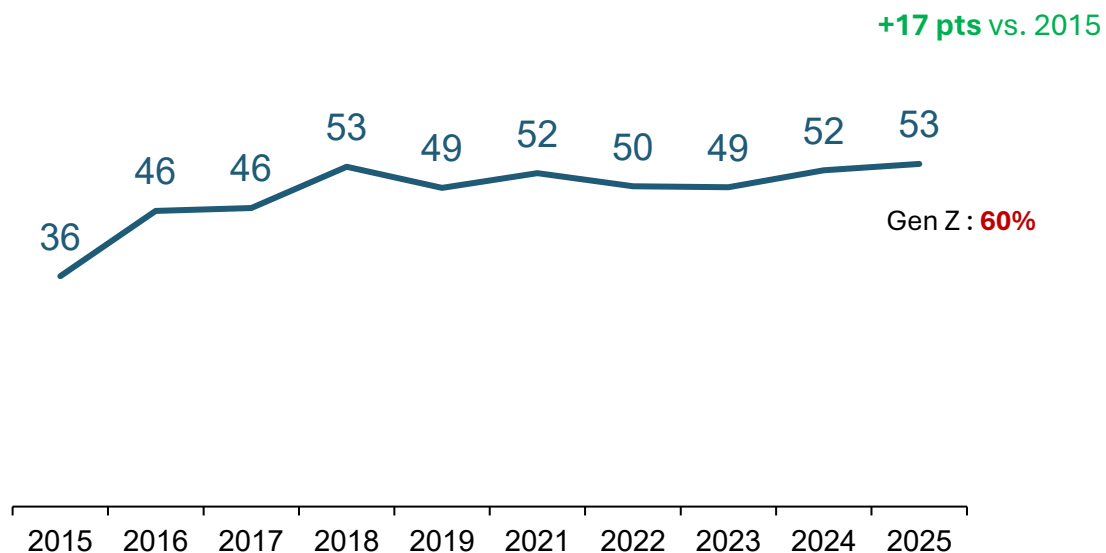


Publier pour garder le lien :
un réflexe bien ancré depuis 2018

→ Encore plus dans la Gen Z

**Je publie mes photos pour rester
connecté, ne pas me couper des autres**

% Total d'accord



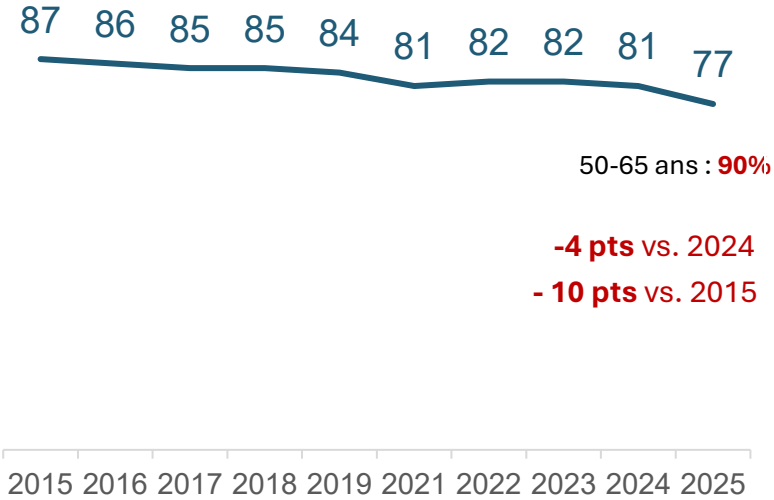


LES EFFETS ET
FILTRES
REDESSINENT LA
NORME VISUELLE

Si le naturel reste privilégié par la majorité, la photo retouchée progresse, surtout auprès des jeunes

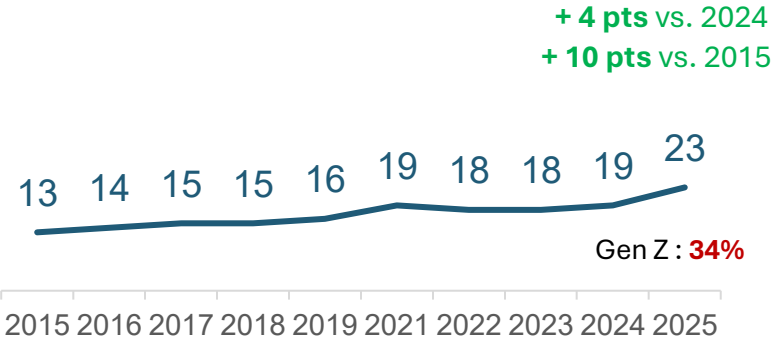
Pour vous une « bonne photo »,
c'est plutôt...

AU « NATUREL »



RETOUCHÉE

(utilisation de filtres, recadrage, modification des couleurs, ...)



Les filtres et autres effets séduisent aujourd'hui une majorité de pratiquants



Utiliser des applications
Smartphone qui permettent
de créer des effets, de
modifier mes photos

% Total pratique

+ 11 pts vs. 2017

+ 2 pts vs. 2024

58%

Près d'un pratiquant sur trois est désormais favorable à une retouche systématique par IA

Toutes les photos seront automatiquement **RETOUCHÉES**
PAR DES INTELLIGENCES ARTIFICIELLES
% Souhaitable

30%

Stable vs. 2024
+ 4 pts vs. 2023

Base : Total pratiquants
1 020 pers. 15-65 ans



10 ANS DE PASSION ET D'INNOVATION POUR UNE PHOTO EN CONSTANTE REDEFINITION



- **UNE PASSION PLUS FORTEMENT ASSUMÉE**

La photographie demeure une **pratique profondément ancrée chez les Français**, avec un sentiment d'expertise en progression. La part de pratiquants qui se disent **passionnés atteint un sommet historique**, témoignant d'un **lien émotionnel fort avec l'image**. L'attachement à l'**argentique** et au **design vintage** renforce cette **dimension patrimoniale et esthétique**, devenue centrale.

- **DES USAGES QUI S'INSCRIVENT DANS LE QUOTIDIEN**

La photographie et la vidéo s'installent durablement dans les habitudes. L'usage du **smartphone** continue d'initier une **nouvelle génération** de pratiquants, et la photographie devient de plus en plus un **moyen d'expression au service de soi**, de ses activités, ou de son univers personnel. La **motivation "souvenir"** décline au profit de l'**expression de soi, du témoignage**, de la valorisation de son activité professionnelle.

- **UNE PRATIQUE AUGMENTÉE PAR LA TECHNOLOGIE**

Filtres, retouches, effets : les outils numériques s'imposent comme des **réflexes**. L'**intelligence artificielle séduit déjà une partie des pratiquants pour assister la retouche**.

- **UNE CULTURE VISUELLE DE PLUS EN PLUS CONNECTÉE**

Les **réseaux sociaux occupent une place centrale** dans la pratique photographique. Une **large majorité de pratiquants y publient du contenu**, et une majorité **sélectionne ses lieux de vacances en pensant à l'esthétique** des clichés. La « **story** » devient un **format clé**, notamment chez les plus jeunes, tandis que les usages vidéo continuent de se développer, **de façon plus quotidienne et spontanée**.



02

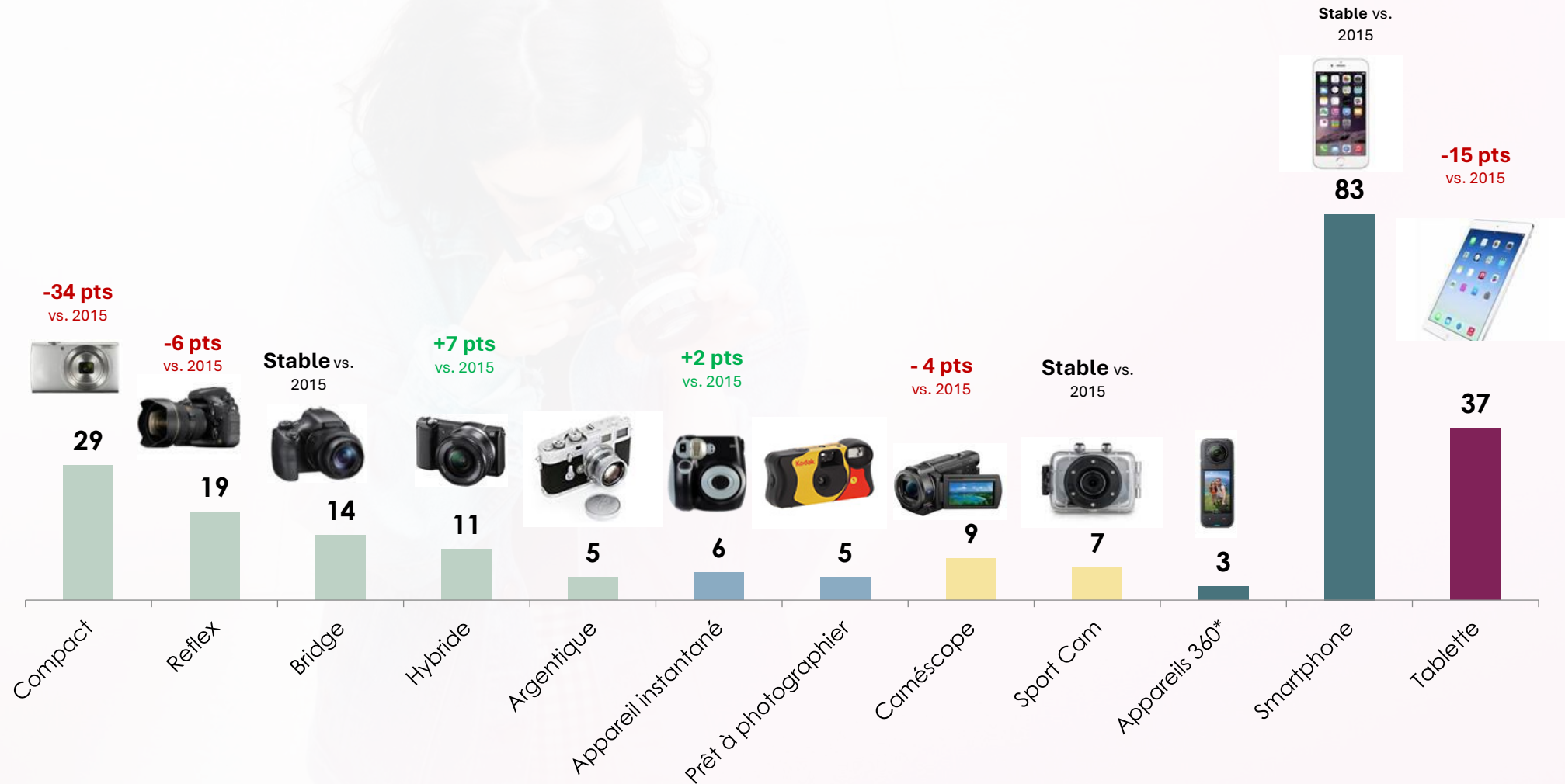
L'ÉQUIPEMENT PHOTO
À L'HEURE DE L'I.A.



DÉCLIN DES COMPACTS,
STABILITÉ DES REFLEX,

Le compact reste l'appareil photo numérique le plus courant chez les pratiquants

Parmi les appareils numériques suivants, lesquels POSSÉDEZ-VOUS personnellement ?



Le smartphone continue d'initier de plus en plus de nouveaux pratiquants à la photo

→ Plus de 7 jeunes sur 10 ont pris goût à la photo grâce au smartphone

C'est le smartphone qui m'a donné goût à la photo

% Total d'accord

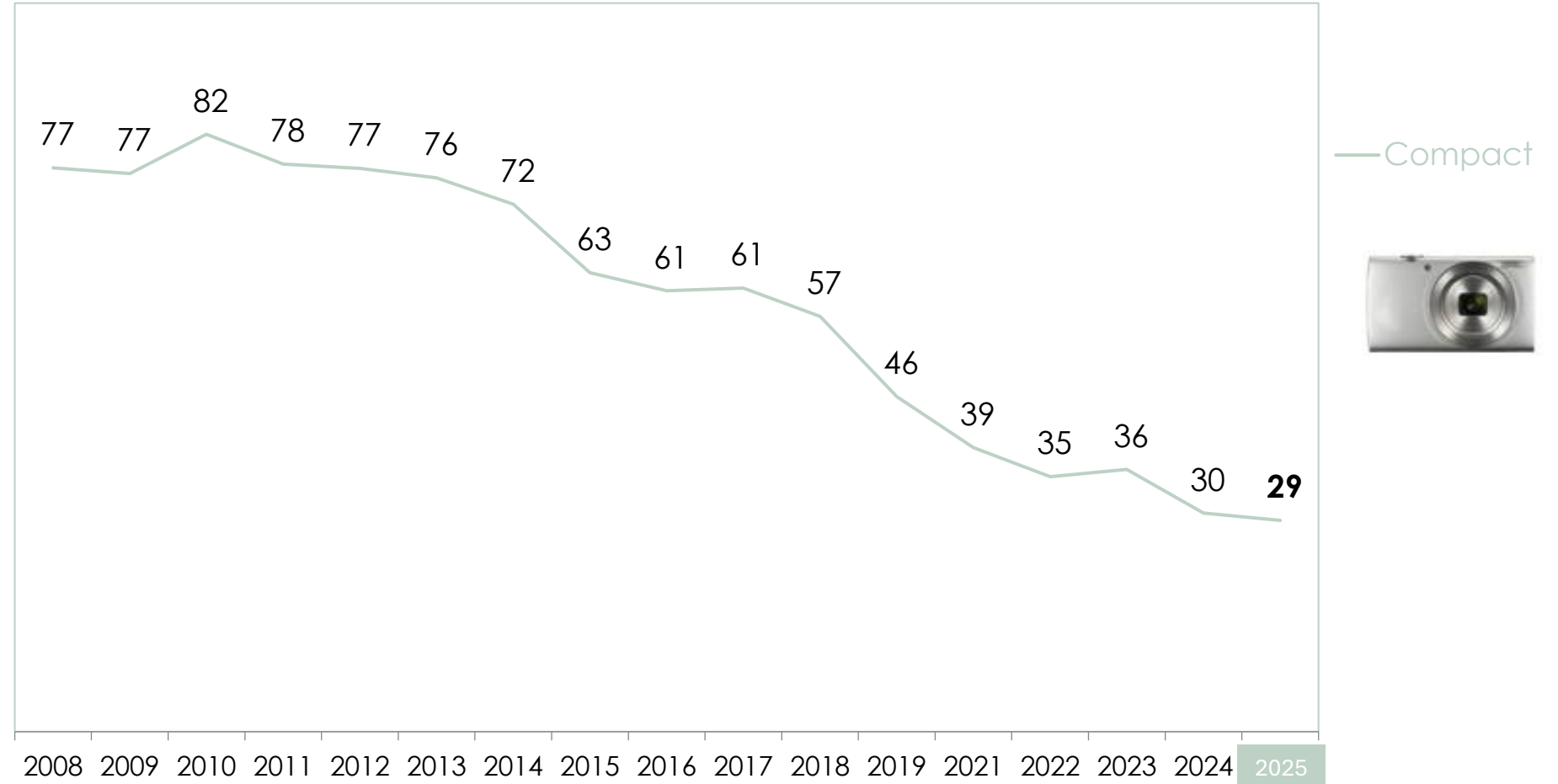
+ 29 pts depuis 2015

+2 pts vs. 2024



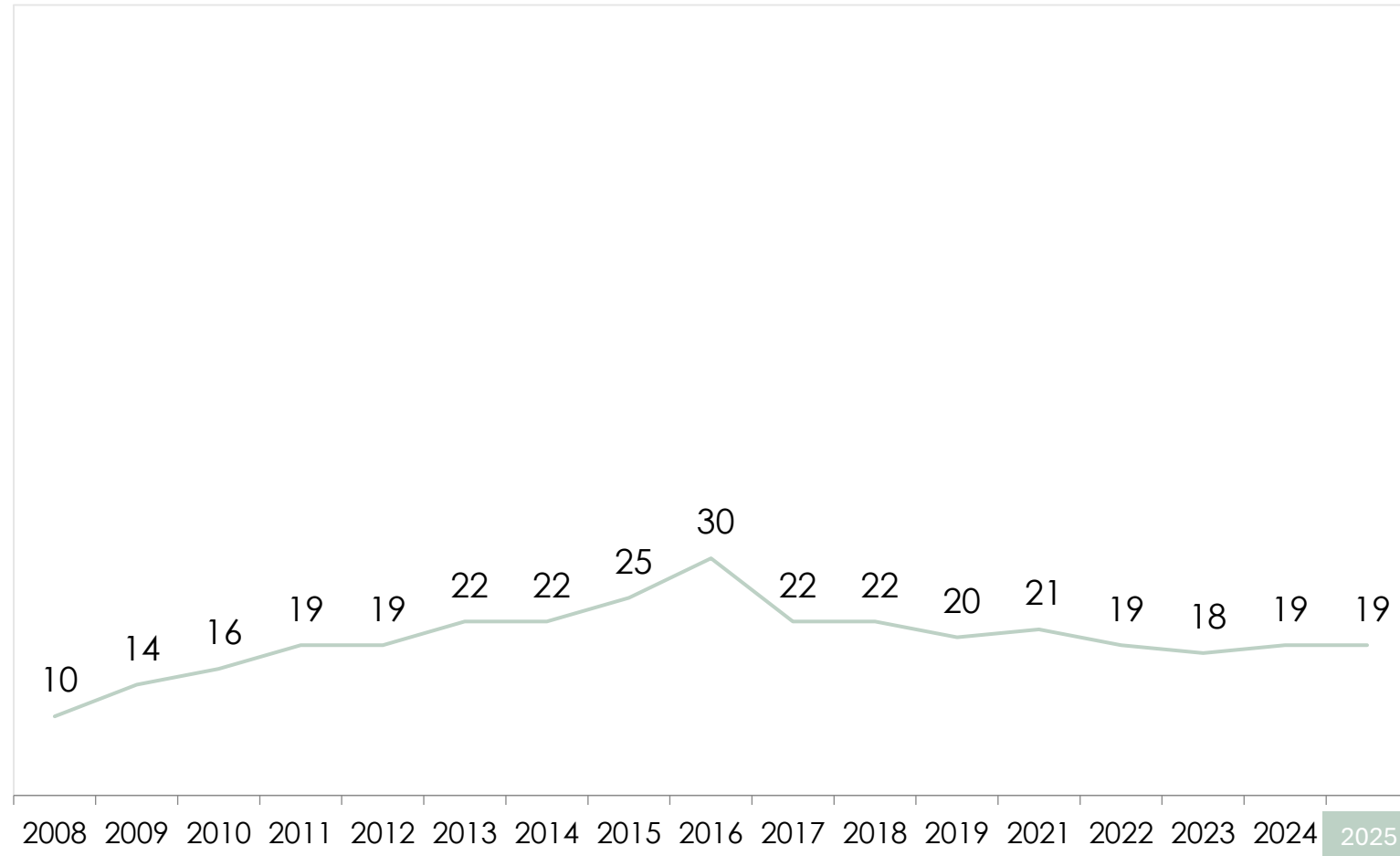
Les compacts poursuivent leur déclin auprès des pratiquants

Parmi les appareils numériques suivants, lesquels POSSÉDEZ-VOUS personnellement ?



Le reflex maintient son socle d'utilisateurs

Parmi les appareils numériques suivants, lesquels POSSÉDEZ-VOUS personnellement ?

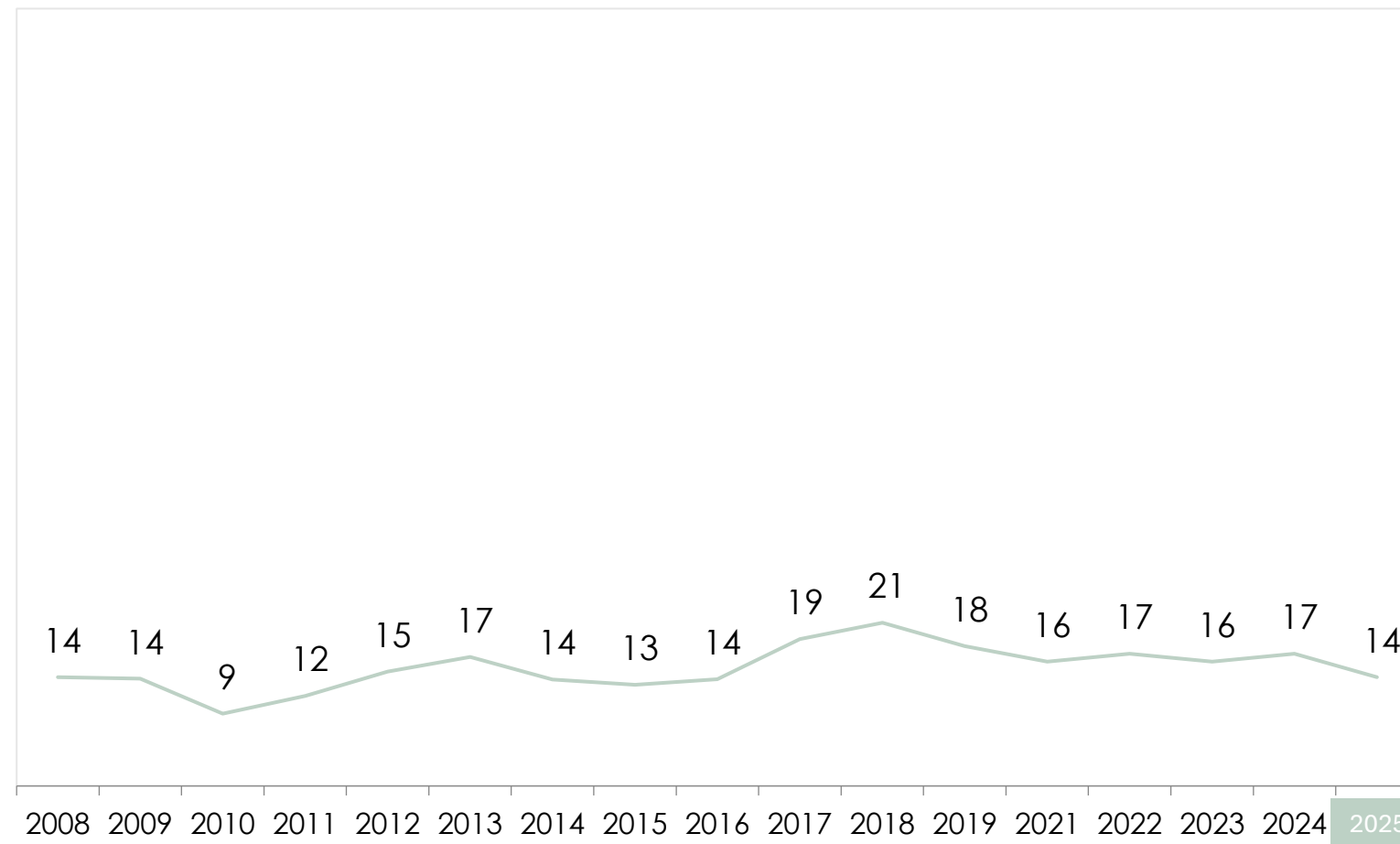


— Reflex



Le bridge perd du terrain en 2025

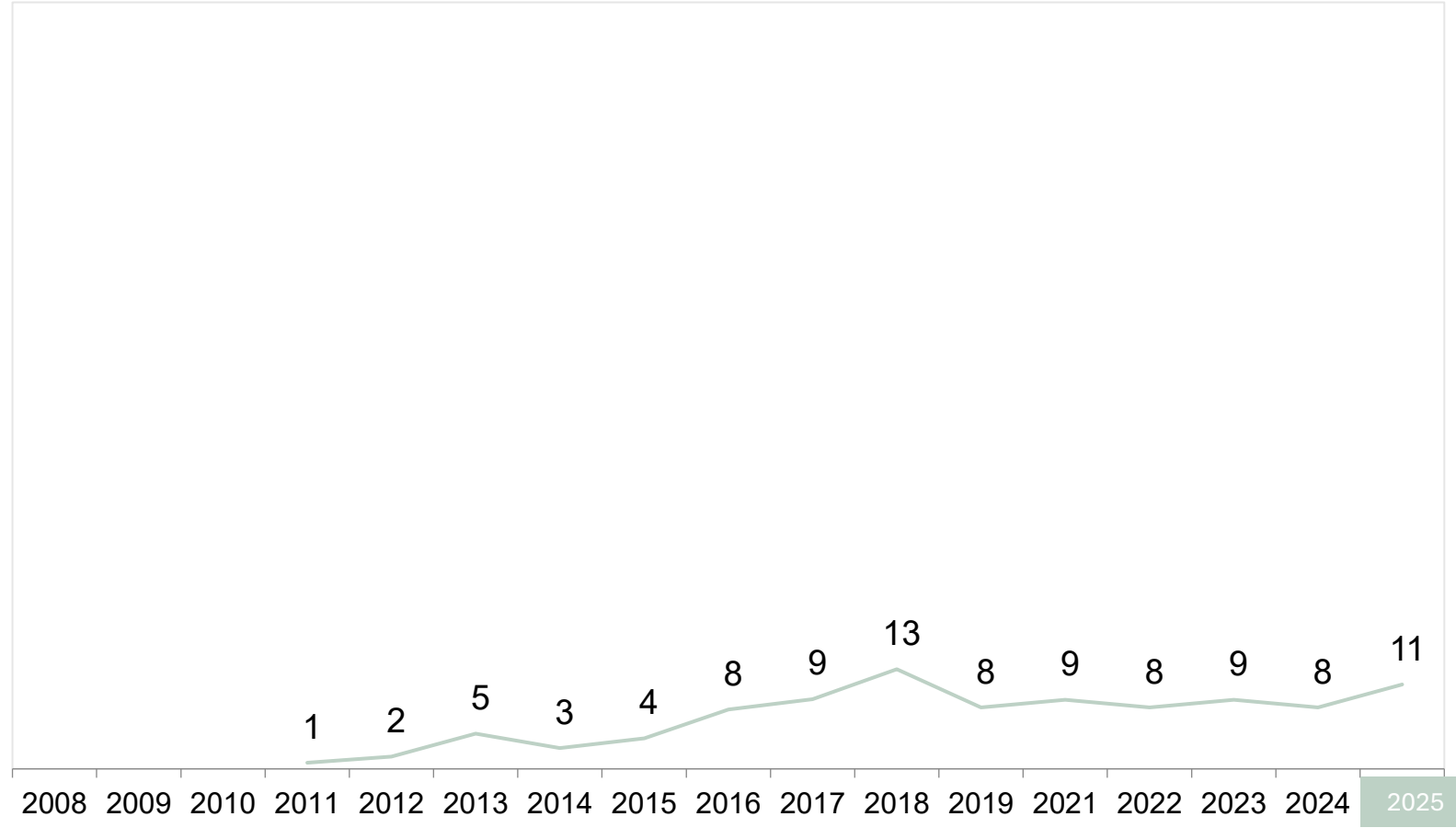
Parmi les appareils numériques suivants, lesquels POSSÉDEZ-VOUS personnellement ?



— Bridge

L'hybride progresse malgré une diffusion encore limitée

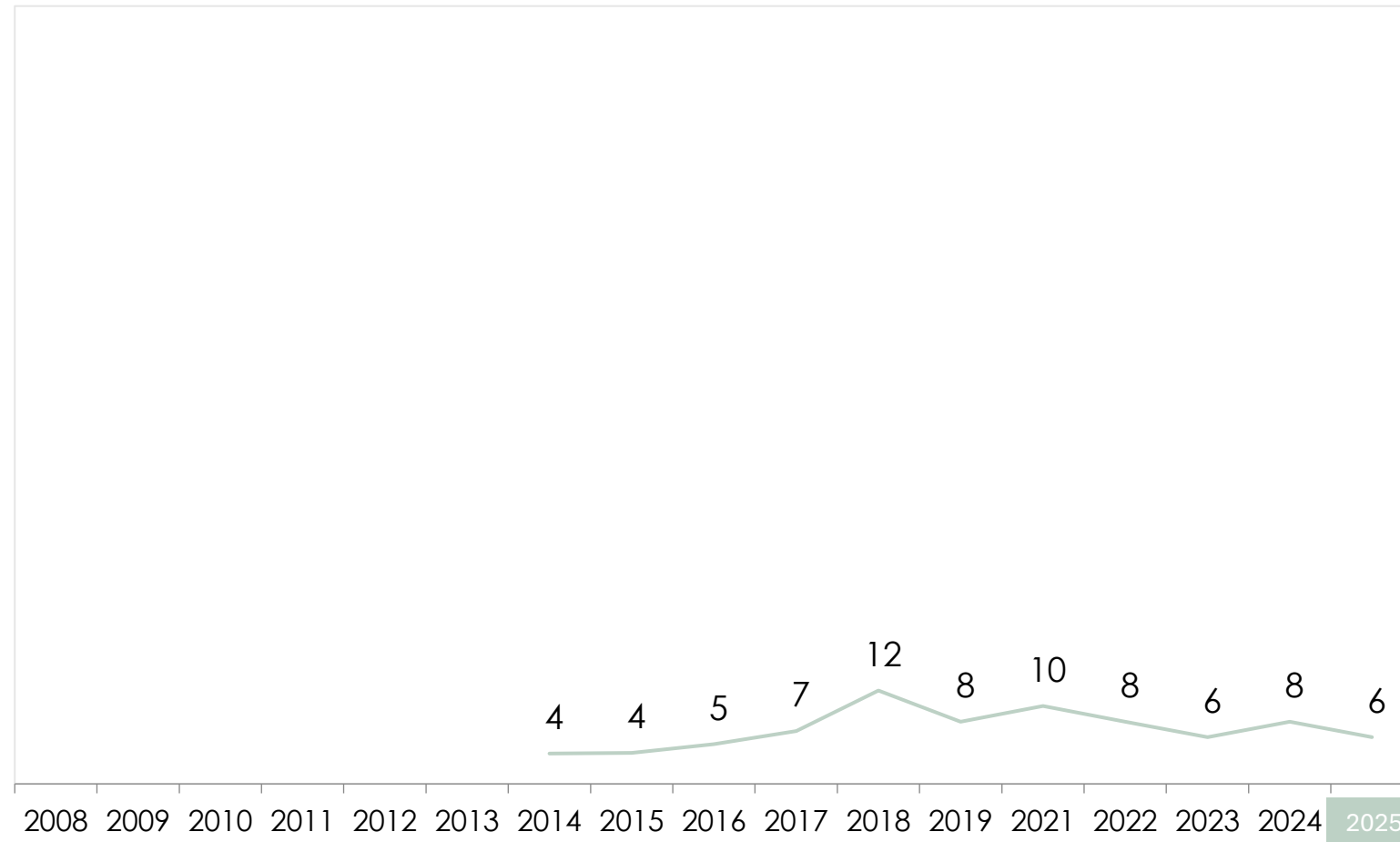
Parmi les appareils numériques suivants, lesquels POSSÉDEZ-VOUS personnellement ?



—Hybride

L'instantané perd son attrait après son pic de popularité passé

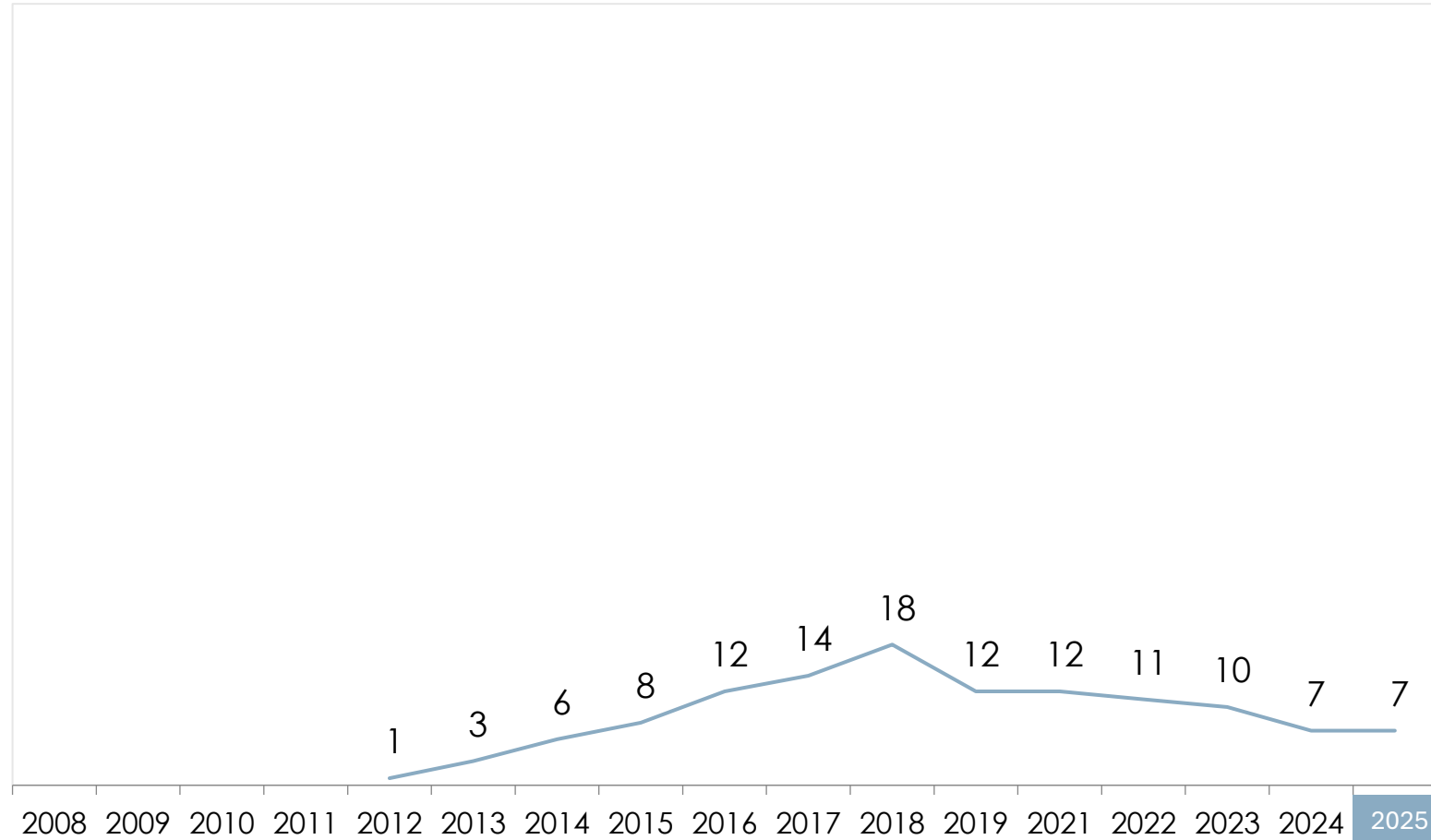
Parmi les appareils numériques suivants, lesquels POSSÉDEZ-VOUS personnellement ?



—Instantané

Les caméras sportives conservent un public de niche

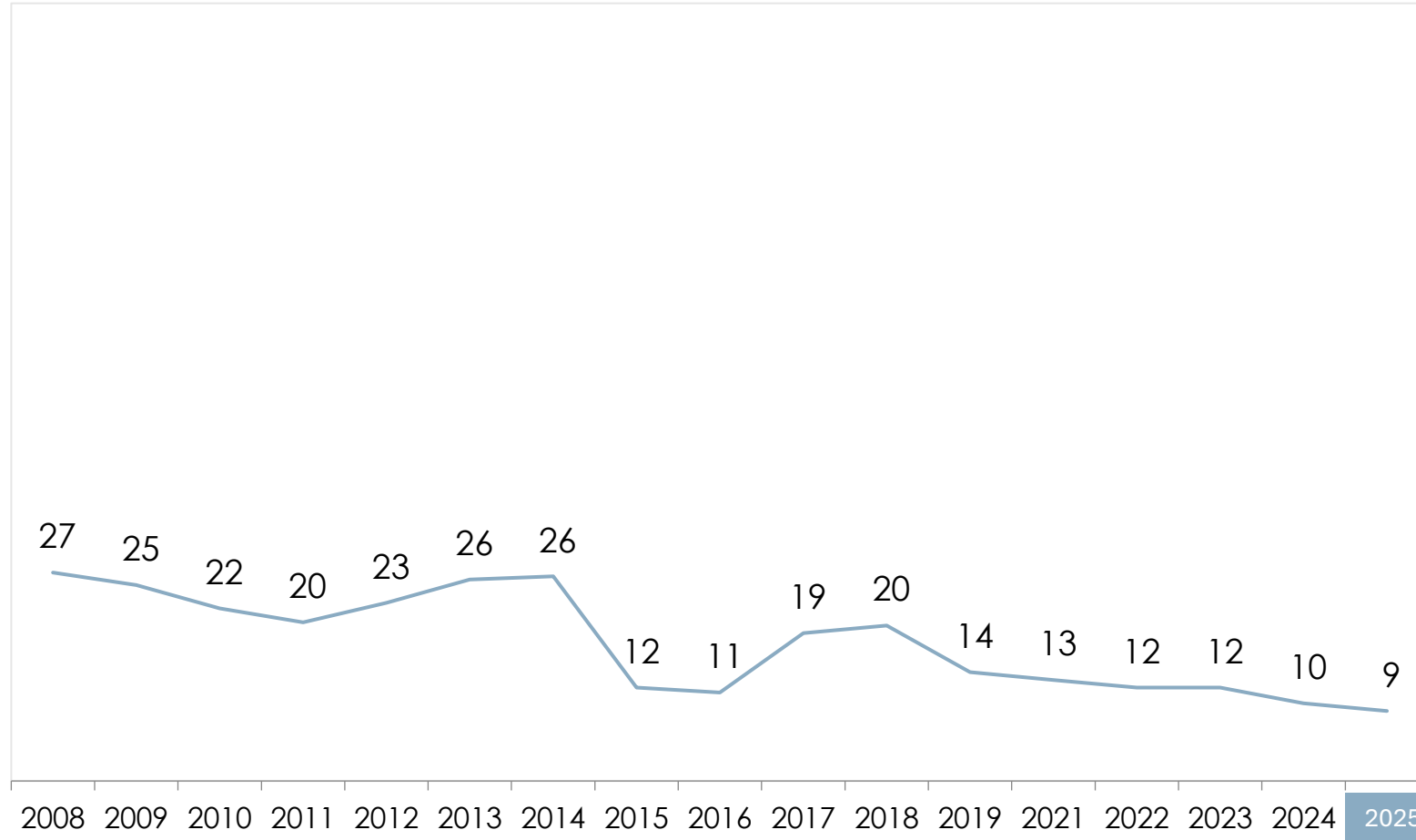
Parmi les appareils numériques suivants, lesquels **POSSÉDEZ-VOUS** personnellement ?



— Sport Cam

Le caméscope continue de disparaître progressivement des usages

Parmi les appareils numériques suivants, lesquels **POSSÉDEZ-VOUS** personnellement ?



— Caméscope

L'argentique et les appareils jetables restent marginaux

Parmi les appareils numériques suivants, lesquels POSSÉDEZ-VOUS personnellement ?



6 6 5

2023

2024

2025

— Argentique



5 5 5

2023

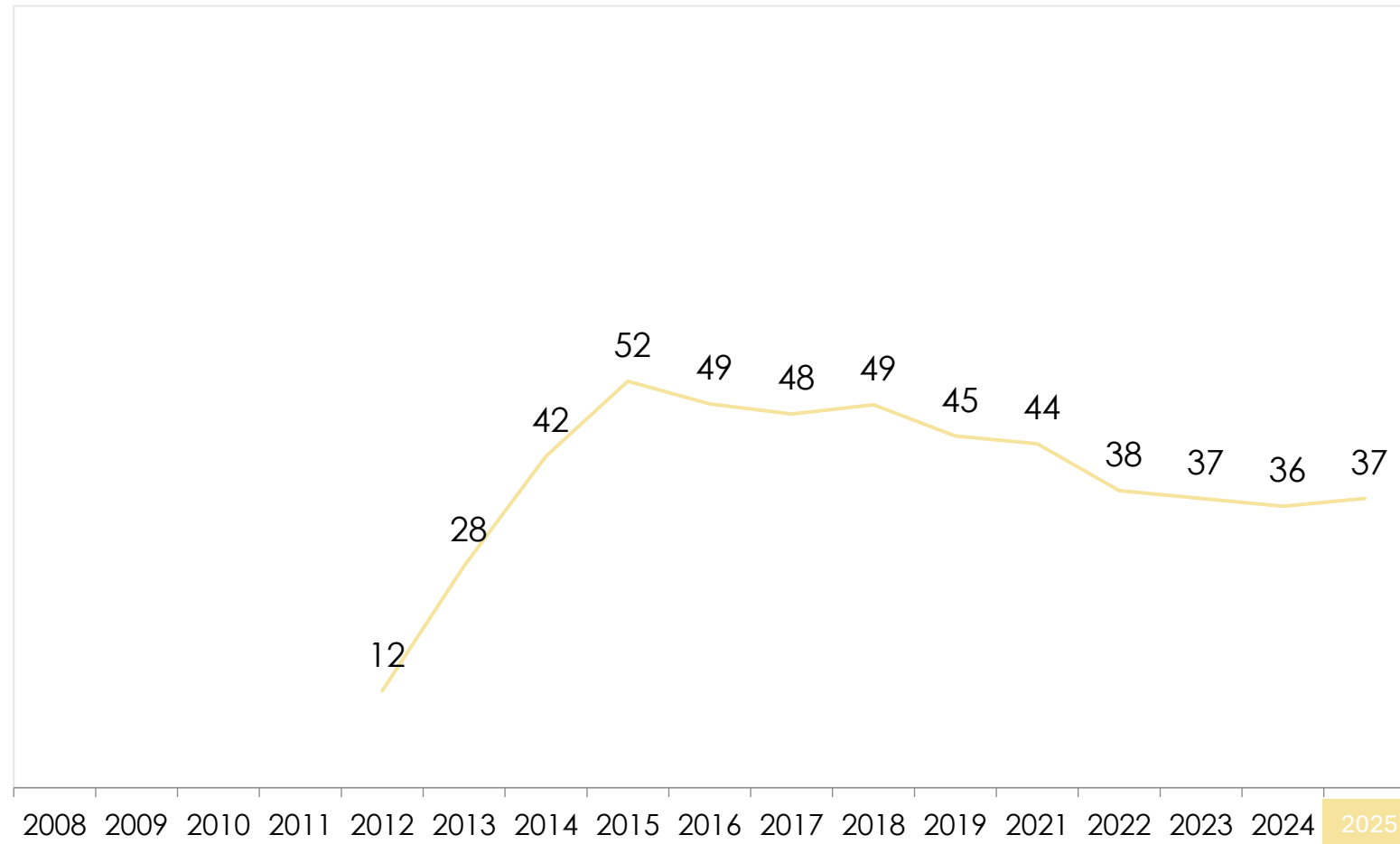
2024

2025

— Appareil P.A.P

La tablette cesse de reculer et retrouve un point d'équilibre

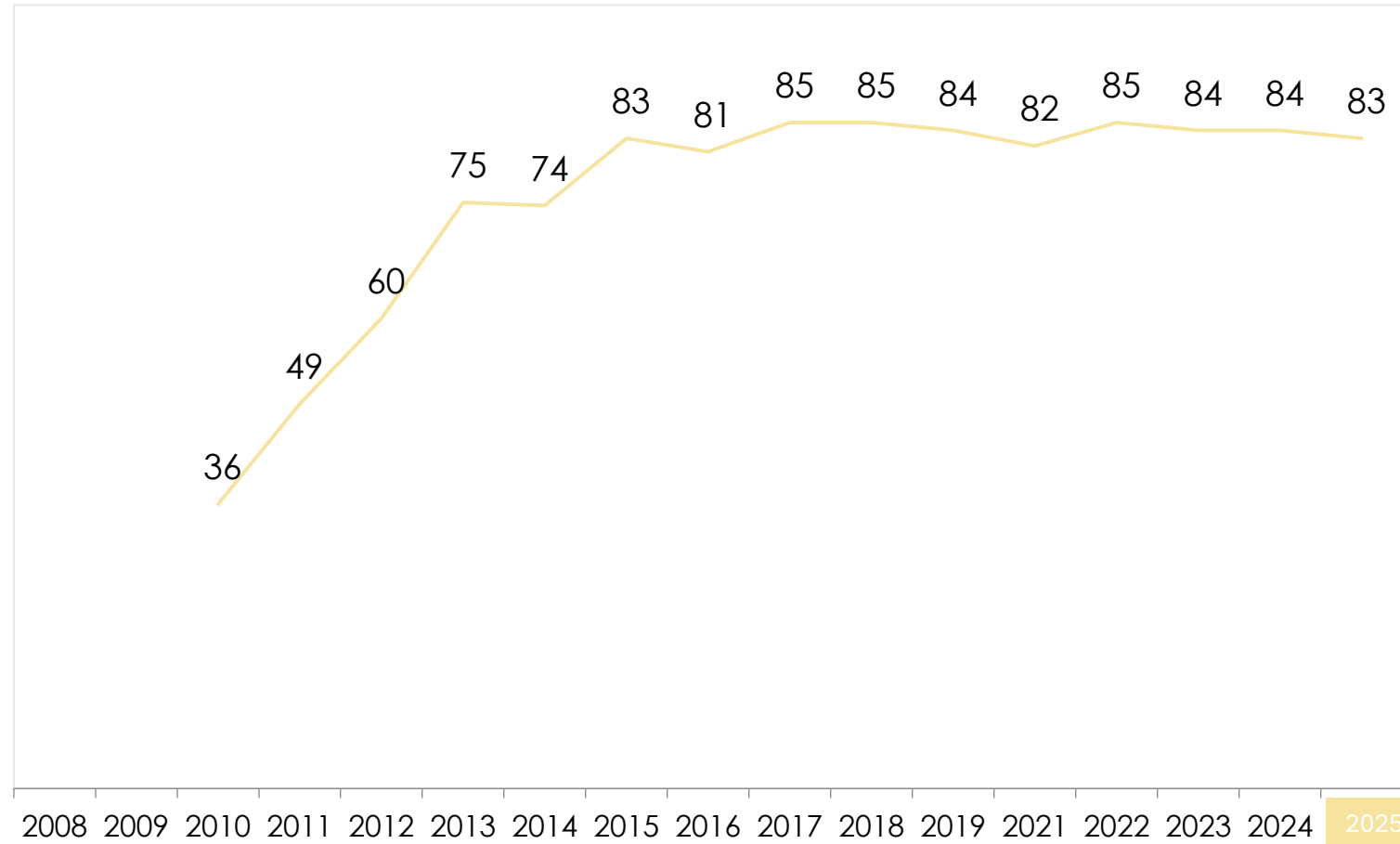
Parmi les appareils numériques suivants, lesquels **POSSÉDEZ-VOUS PERSONNELLEMENT** ?



—Tablette

Le Smartphone reste stable

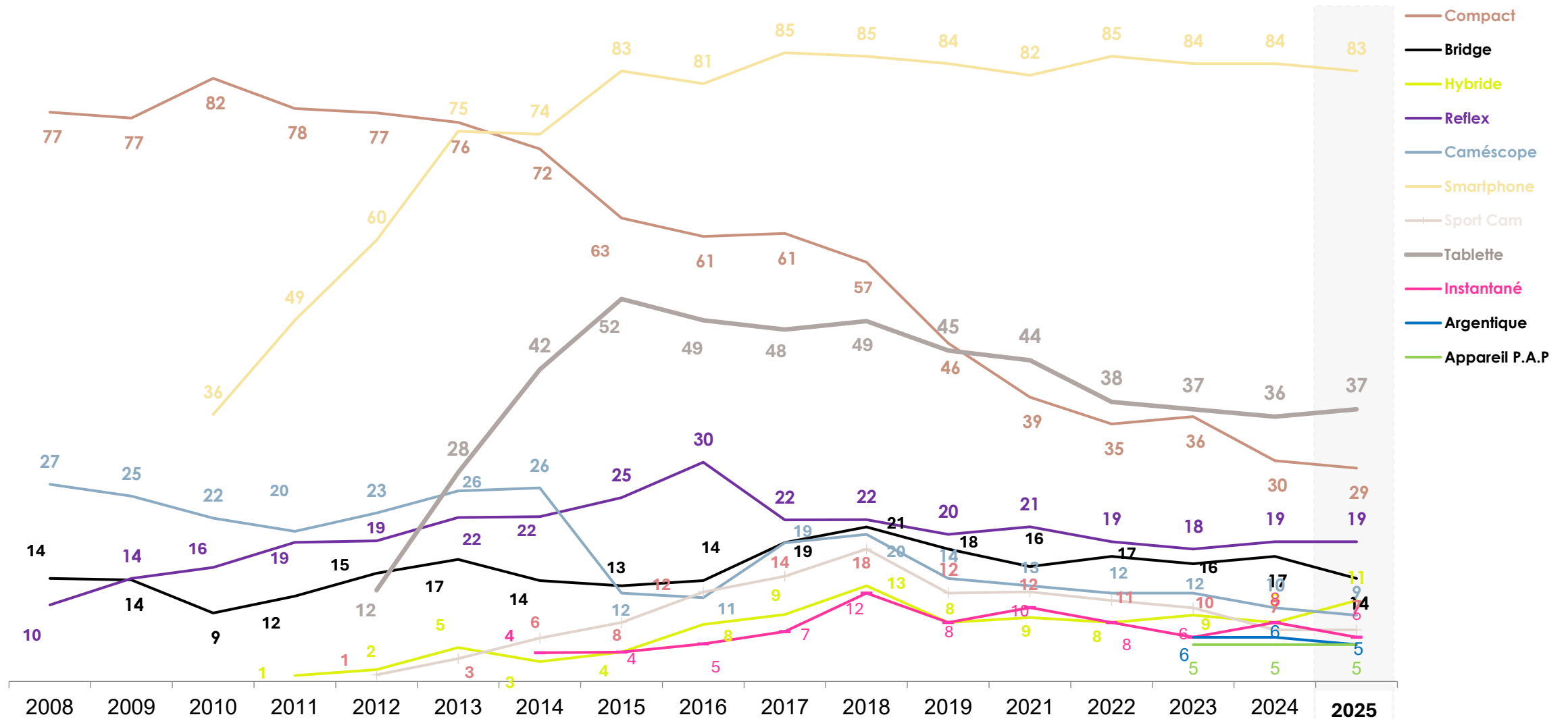
Parmi les appareils numériques suivants, lesquels POSSÉDEZ-VOUS personnellement ?



— Smartphone

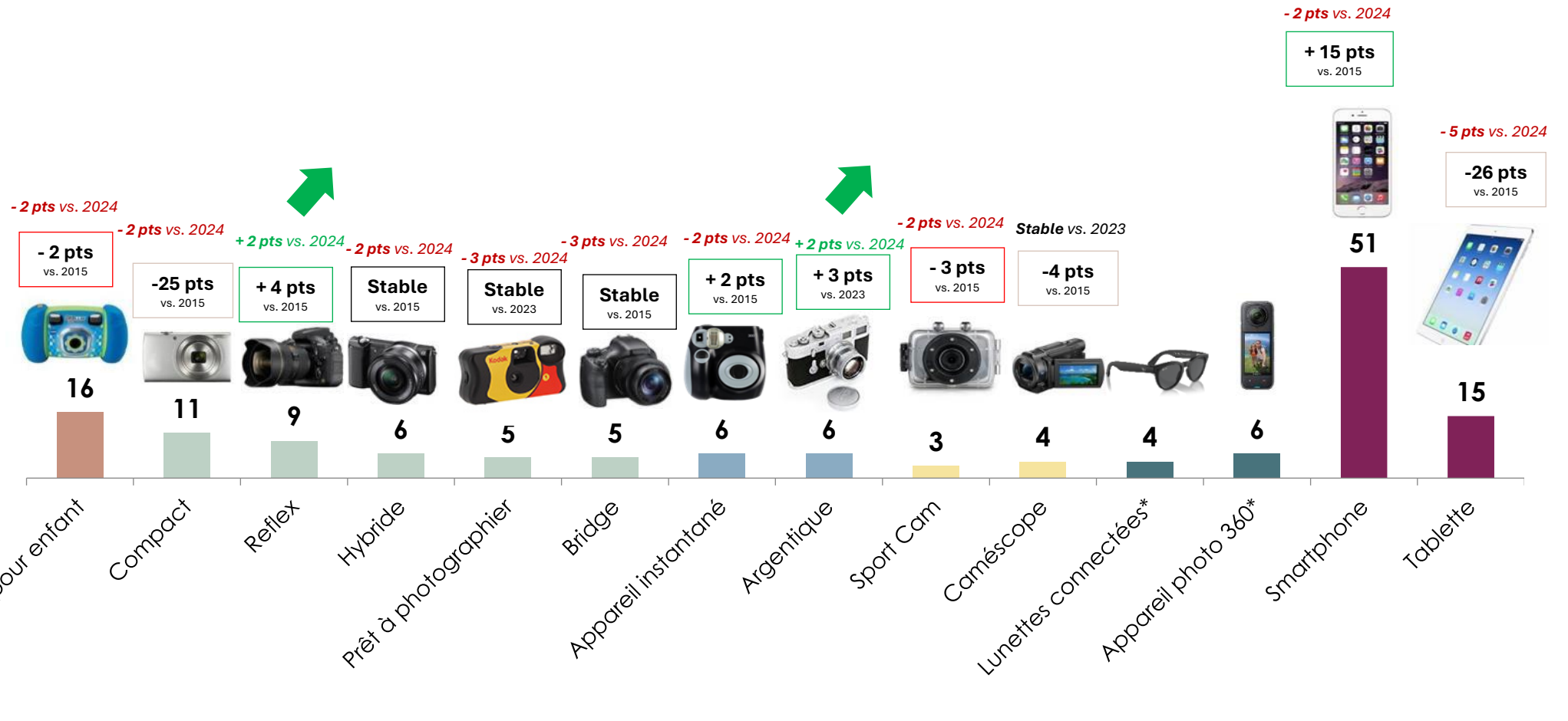
Bridge et Compacts déclinent en 2025

Parmi les appareils numériques suivants, lesquels POSSÉDEZ-VOUS personnellement ?



Les pratiques photos des enfants et jeunes adolescents augmentent sur Reflex et argentiques en 2025

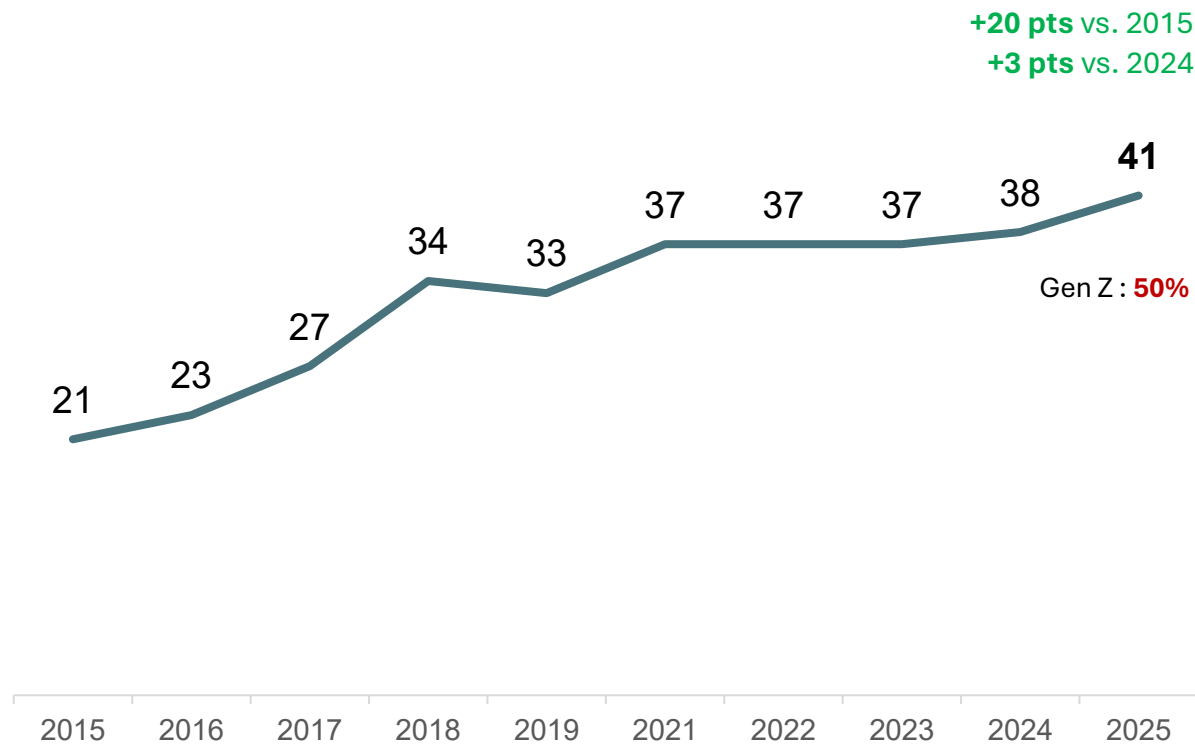
Parmi les appareils numériques suivants,
lesquels VOS ENFANTS DE MOINS DE 15 ANS UTILISENT-ILS pour faire de la photo ?



De plus en plus de pratiquants envisagent le smartphone comme seul appareil

A terme, les smartphones vont remplacer les appareils photos traditionnels

% Souhaitable



De nouveaux formats émergent : lunettes connectées et appareils 360

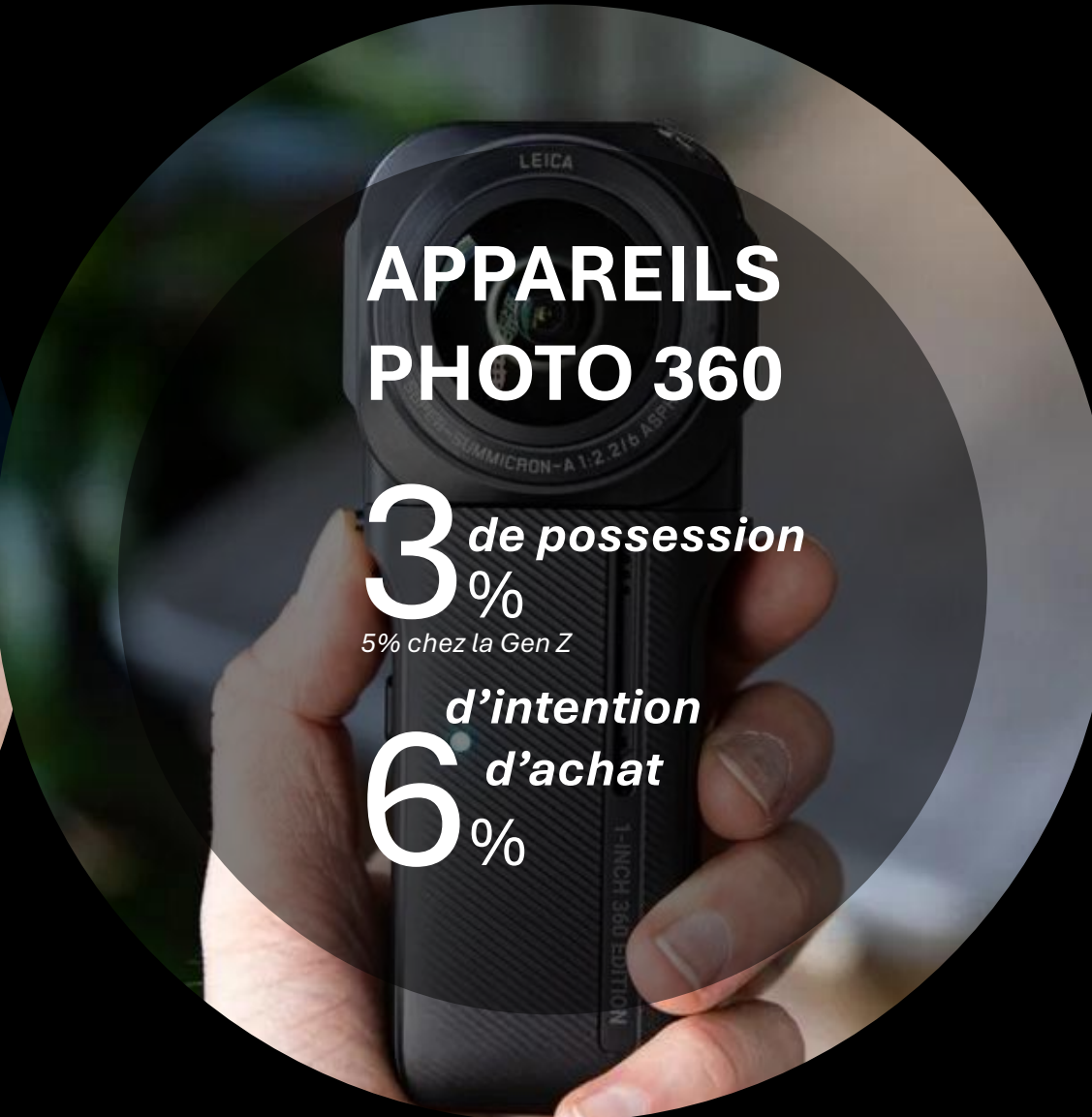


LUNETTES CONNECTÉES

5 *de possession*
%

8% chez la Gen Z

d'intention
5 *d'achat*
%



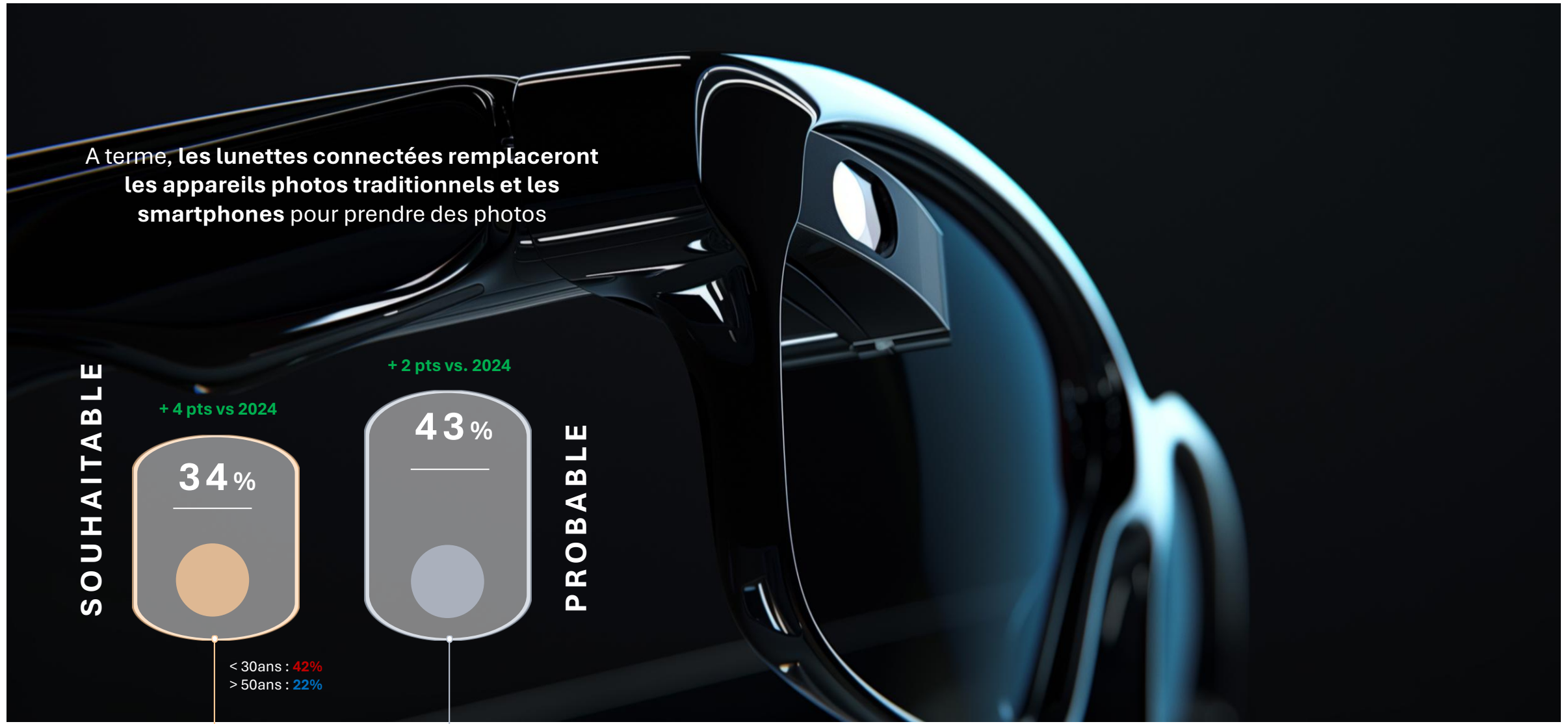
APPAREILS PHOTO 360

3 *de possession*
%

5% chez la Gen Z

d'intention
6 *d'achat*
%

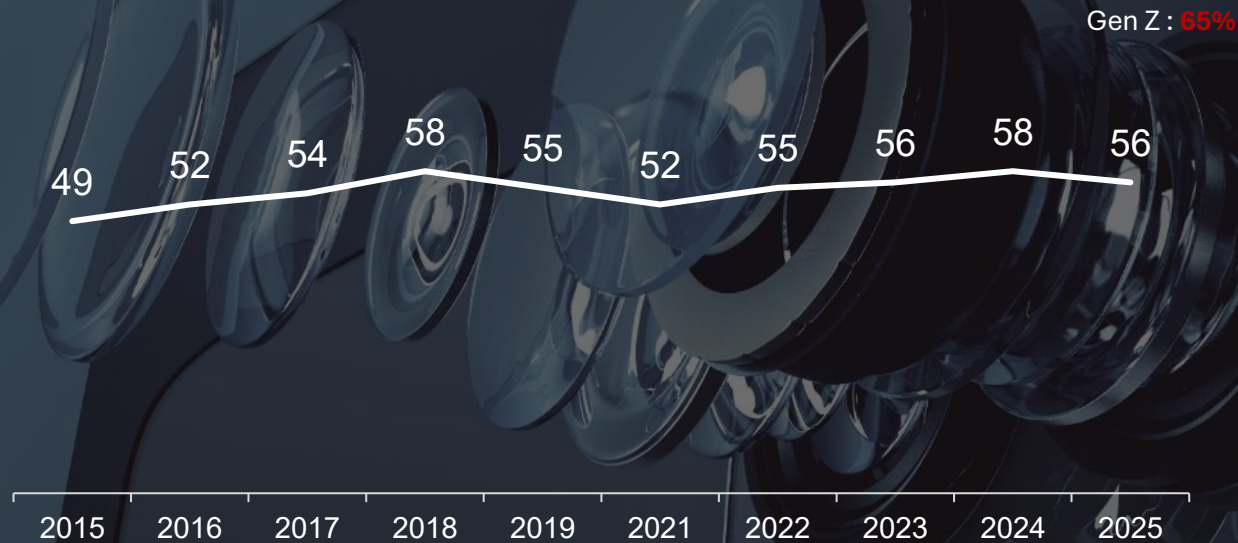
Les pratiquants sont de plus en plus nombreux à se projeter dans un futur où les lunettes connectées seront démocratisées



En 10 ans, l'attrait pour l'innovation technique et les nouveaux produits ne s'essouffle pas

En matière de photos, j'aime me tenir au courant des innovations techniques et des nouveaux produits

% Total d'accord





VERS UN ÉQUIPEMENT
PLUS EXPERT ET PLUS
COMPLET

2.2

Les utilisateurs de reflex et d'hybrides diversifient de plus en plus leurs objectifs

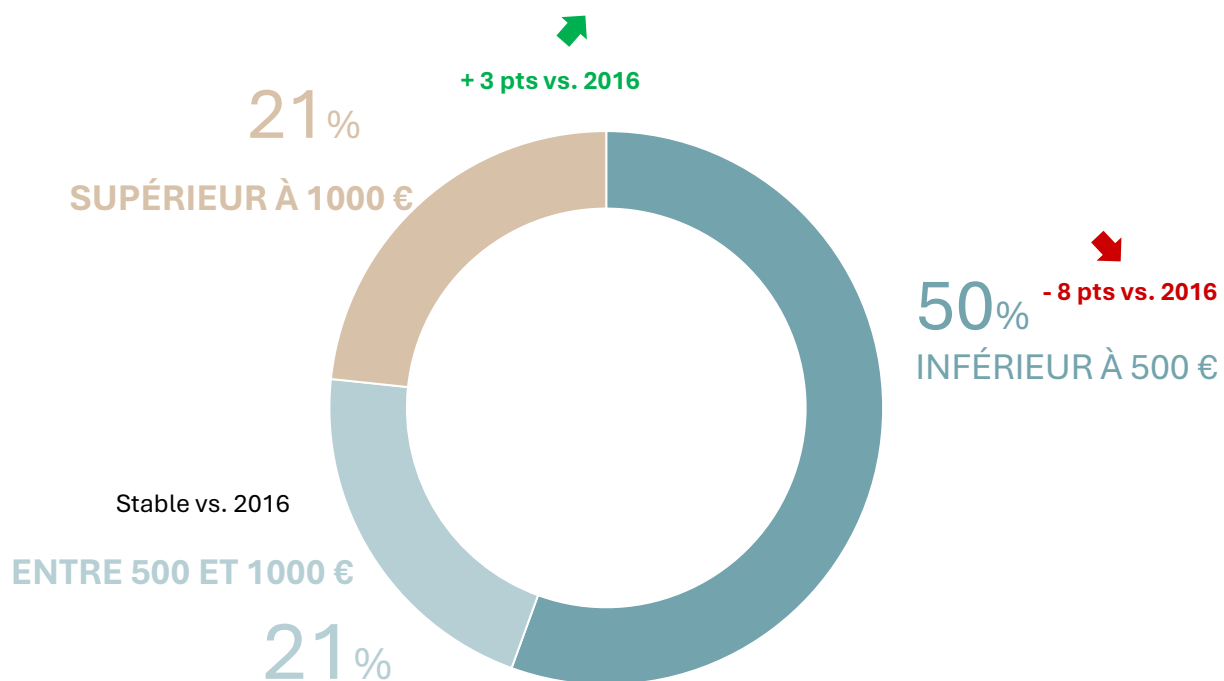
Parmi la liste suivante, merci d'indiquer le nombre d'objectifs que vous possédez.

% EN POSSÈDE AU MOINS UN

AU MOINS 1 OBJECTIF	98% (+ 3 pts vs. 2024)	vs. 2024	vs. 2019
Zoom Standard/Transtandard	84%	+ 3 pts	+ 4 pts
Zoom grand angle	78%	+ 3 pts	+ 5 pts
Zoom Téléobjectif	64%	Stable	+ 3 pts
Focale fixe	59%	+ 3 pts	+ 8 pts
Focale fixe spécifique macro	44%	Stable	+ 10 pts
Fisheye	38%	- 2 pts	+ 10 pts
Autre	32%	+ 3 pts	+ 10 pts

Les pratiquants investissent de plus en plus dans leur matériel

A combien évaluez-vous la valeur de votre équipement photo (Appareil photo, accessoires, objectifs, ...) ?



Les intentions d'achat de matériel restent élevées

% A l'intention d'acheter au moins un appareil au cours des 6 prochains mois



EN 2025, L'ENVIE D'ACHETER DU MATÉRIEL PHOTO SE MAINTIENT À UN NIVEAU ÉLEVÉ

Parmi les appareils suivants, lesquels avez-vous L'INTENTION D'ACHETER DANS LES 6 PROCHAINS MOIS ?

AU MOINS 1 APPAREIL	60% (+13pts vs. 2015)	vs. 2024	vs. 2015
REFLEX	16%	Stable	+ 5 pts
HYBRIDE	12%	Stable	+ 8 pts
COMPACT	12%	- 4 pts	+ 5 pts
BRIDGE	10%	- 2 pts	+ 6 pts
INSTANTANÉ	9%	Stable	+ 6 pts
SPORT CAM TYPE GOPRO	8%	Stable	+ 2 pts
APPAREIL 360*	6%	X	X
CAMÉSCOPE	5%	Stable	+ 2 pts
APPAREIL SPÉCIFIQUE POUR ENFANT	3%	Stable	+ 2 pts
APPAREIL PHOTO P.A.P (PRÊT À PHOTOGRAPHER)	2%	Stable	+ 2 pts
APPAREIL PHOTO ARGENTIQUE	2%	- 2 pts	+ 2 pts

Base : Total pratiquants
1 020 pers. 15-65 ans

* *Nouvel appareil 2025*



LES ACCESSOIRES
DÉMULTIPLIENT
LA CRÉATIVITÉ DES
PHOTOGRAPHES AMATEURS

Parmi tous les accessoires et appareils suivants, lesquels POSSÉDEZ-VOUS personnellement ?

A collection of photography accessories arranged vertically on a white background. From top to bottom, the items are: a black camera body, a black lens, a black tripod, a black flash unit, a silver lens cap, a black lens hood, a black lens cap, and a black lens cap.

Les intentions d'achat s'envolent sur ces types d'accessoires

Parmi les accessoires suivants, lesquels avez-vous L'INTENTION D'ACHETER DANS LES 6 PROCHAINS MOIS ?

AU MOINS 1 ACCESSOIRE		79%	vs. 2024	vs. 2015
➤	TRÉPIED	14%	+ 8 pts	+ 10 pts
	BATTERIE COMPLÉMENTAIRE	11%	+ 5 pts	+ 6 pts
➤	PERCHE À SELFIE	10%	+ 5 pts	+ 6 pts
➤	MICRO	9%	+ 3 pts	+ 7 pts
➤	STABILISATEUR (EX : GIMBAL)	9%	+ 5 pts	+ 4 pts (vs. 2022)
➤	FLASH	8%	+ 4 pts	+ 6 pts
➤	FILTRE	8%	+ 5 pts	+ 5 pts
	SAC PHOTO (SACOCHE, SAC À DOS, ÉTUI, ETC.)	7%	+ 5 pts	+ 3 pts
	IMPRIMANTE PHOTO PORTABLE (IMPRESSION EN 10X15, ...) (TYPE SELPHY)	6%	+ 2 pts	+ 4 pts
	IMPRIMANTE PHOTO AUTONOME (TYPE INSTAX SHARE, ZOEMINI)	6%	+ 2 pts	Stable (vs. 2019)
	DRONE	5%	Stable	+ 2 pts (vs. 2016)
	CASQUE DE RÉALITÉ VIRTUELLE	4%	Stable	Stable (vs. 2016)
	IMPRIMANTE MULTIFONCTION ET PHOTO (IMPRESSION EN FORMAT A4, A3,...)	4%	Stable	Stable
	CAISSON ÉTANCHE (POUR FAIRE DES PHOTOS SOUS L'EAU)	4%	Stable	Stable
	ACCESSOIRE INTELLIGENT AUTO-SUIVEUR	2%	Stable	- 2 pts (vs. 2021)
➤	ZOOM TÉLÉOBJECTIF (EX : 70-200MM)	11%	+ 7 pts	+ 5 pts
➤	FOCALE FIXE (EX : 20MM, 50MM, 800MM)	9%	+ 5 pts	+ 6 pts
➤	ZOOM GRAND ANGLE (EX: 14-24MM)	7%	+ 3 pts	+ 2 pts
➤	FOCALE FIXE SPÉCIFIQUE MACRO	7%	+ 4 pts	+ 5 pts
➤	ZOOM STANDARD/TRANSTANDARD (EX : 24-70MM)	7%	+ 4 pts	+ 3 pts
	FISHEYE (EX : 10.5MM)	1%	Stable	Stable

Cette année, les trépieds souples ont séduit les amateurs d'images

Et plus précisément quel(s) type(s) de trépied possédez-vous ?

Evolution vs. 2024

Un trépied CLASSIQUE pour un appareil photo numérique

60

Un trépied FLEXIBLE pour un appareil photo numérique

33 + 5 pts vs. 2024

Un trépied CLASSIQUE pour un smartphone

22 - 2 pts vs. 2024

Un trépied FLEXIBLE pour un smartphone

13

TOTAL TRÉPIED POUR APPAREIL PHOTO NUMÉRIQUE : 86%

+ 2 pts vs. 2024

TOTAL TRÉPIED POUR SMARTPHONE : 31%

- 2 pts vs. 2024

Le trépied s'impose comme un incontournable de la pratique vidéo

Quels sont les accessoires qui vous sont utiles ou qui vous seraient utiles
POUR FAIRE VOS VIDÉOS ?

		Vs. 2024	Vs. 2021
TRÉPIED	35%	+ 3 pts	+ 8 pts
MICRO	27%	Stable	Stable
PERCHE À SELFIE	26%	- 3 pts	+ 4 pts
FLASH	25%	- 3 pts	+ 2 pts
STABILISATEUR (EX : GIMBAL)	22%	+ 3 pts	- 5 pts
FILTRE	21%	Stable	Stable
TÉLÉCOMMANDE SANS FIL	20%	Stable	Stable
PANNEAU LED	19%	Stable	+ 2 pts
PROJECTEUR	19%	Stable	Stable
RÉFLECTEUR DE LUMIÈRE	18%	Stable	Stable
FONDS VERT	18%	Stable	Stable
MICRO-CRAVATE	18%	+ 3 pts	+ 6 pts
PARASOLEIL	15%	Stable	Stable
PERCHE SON	15%	- 3 pts	Stable
ACCESSOIRE INTELLIGENT AUTO-SUIVEUR	12%	+ 2 pts	Stable
MONOPODE	8%	- 2 pts	Stable
AUTRE	2%	Stable	Stable
RIEN DE CELA	12%	Stable	- 5 pts

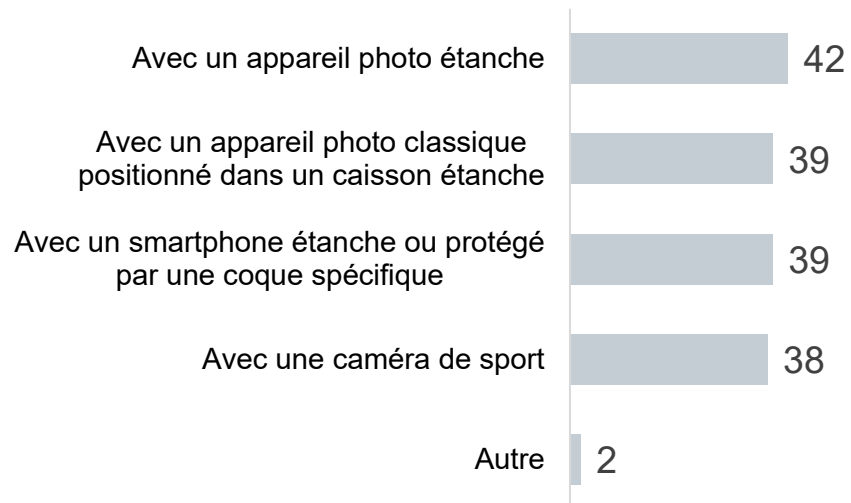
Base : Fait des vidéos au moins une fois par mois
477 pers. 15-65 ans



La création de contenu tout-terrain fait émerger de nouveaux besoins techniques



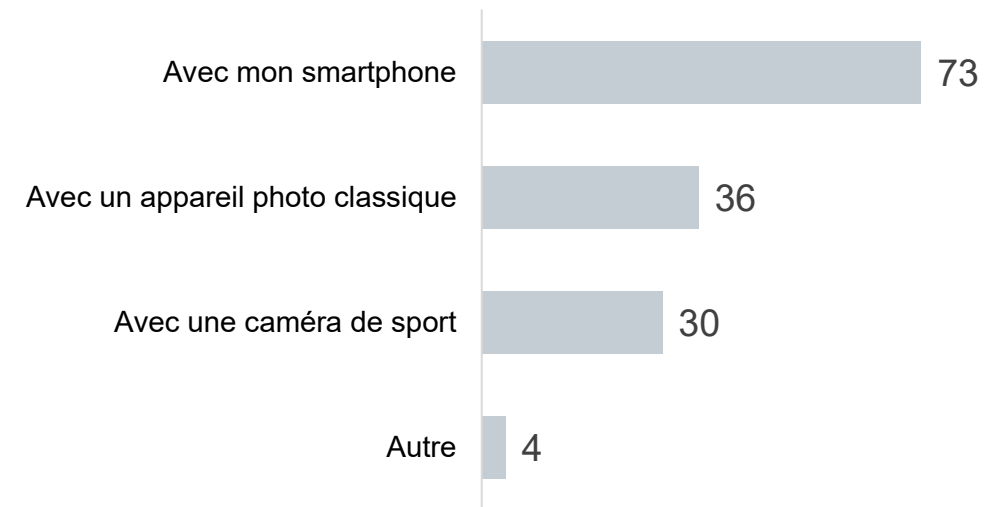
Type d'appareil utilisé pour la photo/vidéo sous-marine *



Base : fait de la photo/vidéo sous-marine
134 pers.



Type d'appareil utilisé pour la photo/vidéo de sport *



Base : fait de la photo/vidéo de sport
208 pers.

Trier et retoucher : des gestes désormais indissociables de la pratique

RETOUCHER

% pratiquent

81%

+5pts vs. 2019

TRIER

% pratiquent

95%

+3pts vs. 2019

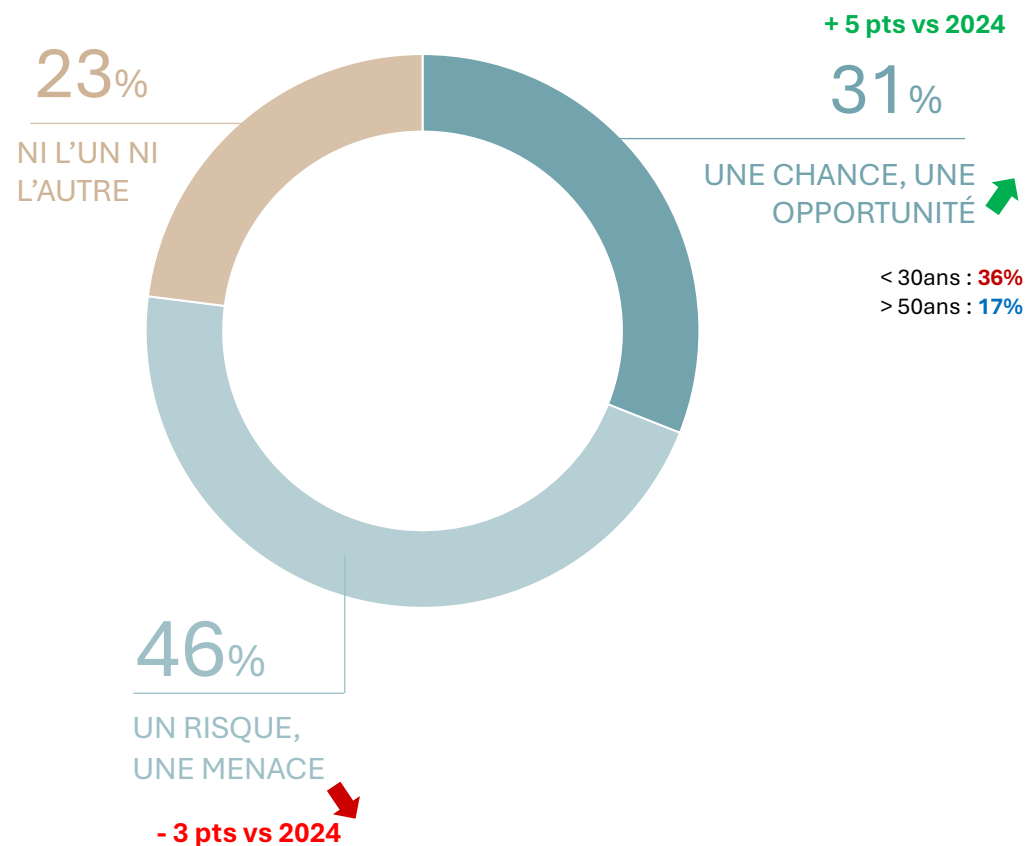




L'IA, UN NOUVEL ALLIÉ
QUI SÉDUIT AUTANT
QU'IL INTERROGE

Si l'IA reste perçue comme une menace, elle séduit de plus en plus de pratiquants

Le fait que les intelligences artificielles puissent créer des photos est :



« L'assistant IA » séduit une majorité croissante de pratiquants



**Je trouve ça bien que les intelligences artificielles
puissent m'assister dans ma pratique
de la photographie ou de la vidéo**
(prise de vue, retouche, montage, tri, archivage...)

% Total d'accord

58% **+ 3 pts vs. 2024**
30-49 ans : **64%**

De fait, une majorité de pratiquants utilisent
déjà l'IA pour améliorer leurs images

Utiliser l'intelligence artificielle pour m'aider dans ma
pratique de la photo ou de la vidéo *

% Pratiquant

57%

* *Nouvel item 2025*

Base : Total pratiquants
1 020 pers. 15-65 ans





MODIFIER SES PHOTOS VIA UN APPAREIL DOTÉ D'IA : UN RÉFLEXE PARTAGÉ PAR UN PRATIQUANT SUR DEUX

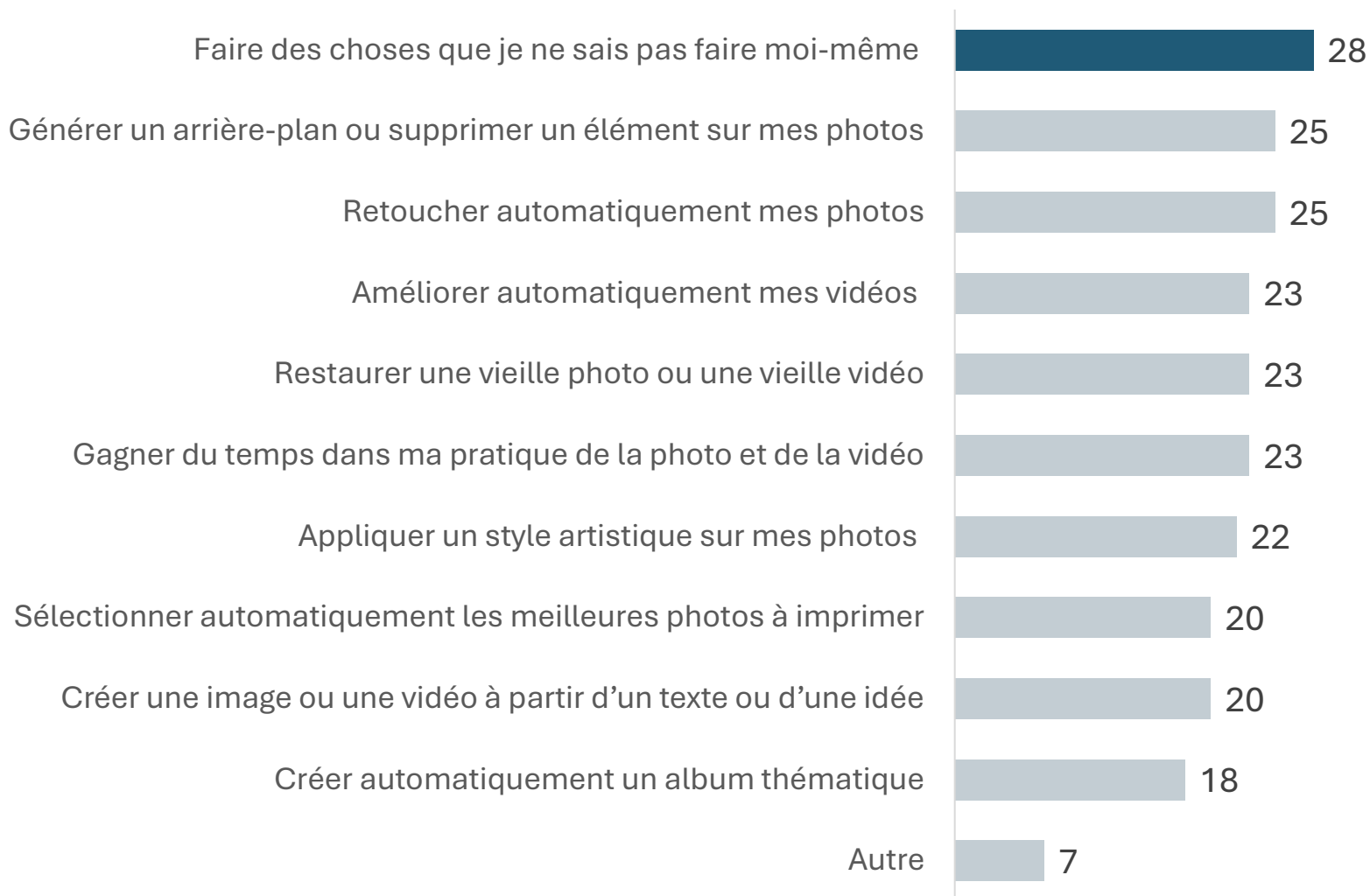
**Je transfère souvent mes photos vers un autre appareil
(smartphone, ordinateur, ...) pour les modifier avec des
outils d'intelligence artificielle ***

% Total d'accord

49%

L'IA est avant tout utilisée pour compenser les lacunes techniques

Quelles sont toutes les choses que vous faites grâce à l'intelligence artificielle pour vous aider dans votre pratique de la photo ou de la vidéo ?*





Mais les fonctionnalités IA embarquées divisent

**J'aime que les nouveaux appareils photo intègrent
des fonctionnalités d'intelligence artificielle ***

% Total d'accord

51 %



LES ASSISTANTS IA INTÉGRÉS SONT PERÇUS COMME EXCESSIFS PAR DE NOMBREUX PRATIQUANTS

**Je trouve que les appareils photo récents en font
trop à ma place grâce à l'intelligence artificielle ***

% Total d'accord

60%

Les Français croient de plus en plus à la création d'images sans prise de vue



Il n'y aura plus besoin d'appareils pour faire des photos, **LES INTELLIGENCES ARTIFICIELLES EN CRÉERONT POUR NOUS, SUR DEMANDE**

SOUHAITABLE

< 30ans : **38%**
> 50ans : **22%**

+ 2 pts vs 2024

31 %

+ 2 pts vs. 2024

43 %

PROBABLE

Si la légitimité des images générées par IA
reste stable depuis 2023...

**Pour moi, les photos générées par des
intelligences artificielles sont de vraies photos**

% Total d'accord

38%

Stable vs. 2024
Stable vs. 2023

Gen Z : **44%**





Identifier une photo IA ? Seul un pratiquant sur deux s'en sent capable

→ Le résultat atteint deux pratiquants sur trois chez la Gen Z

Je pense être capable de repérer si une photo ou une vidéo a été générée par une intelligence artificielle *

% Total d'accord

53%

Gen Z : 70%

Les pratiquants veulent de la transparence sur les contenus générés par IA

Si une photo ou vidéo est générée par intelligence artificielle, il y aura systématiquement une mention qui le précise *

SOUHAITABLE

70 %

59 %

PROBABLE



Le label “100 % sans IA” suscite l’adhésion autant que la confiance



Il existera un label qui permettra d’identifier les photos et vidéos non créées et non modifiées par intelligence artificielle *

SOUHAITABLE

67 %

PROBABLE

65 %

UN ÉQUIPEMENT QUI SE SPÉCIALISE, DES PRATIQUANTS QUI S'ÉQUIPENT AVEC EXIGENCE



- **UNE STRUCTURE DE MARCHÉ QUI ÉVOLUE EN PROFONDEUR**

Les dynamiques d'équipement confirment **le déclin des compacts et des bridges**, tandis que **les hybrides progressent doucement** et que **les reflex stabilisent leur socle d'utilisateurs**. Le smartphone reste **l'appareil le plus largement possédé**, mais **les appareils plus experts trouvent leur place** auprès d'un public passionné. Le marché se segmente entre **usages du quotidien** et **attentes techniques plus pointues**.

- **UNE LOGIQUE D'ACCESSOIRISATION POUR GAGNER EN CRÉATIVITÉ**

La possession d'accessoires se généralise, devenant **un pilier de la pratique amateur comme experte**. Trépieds, micros, batteries et stabilisateurs permettent d'explorer de **nouvelles formes de création**. Cette logique d'extension de l'équipement souligne une **recherche d'autonomie, de qualité et de maîtrise** dans la production d'images.

- **VERS UNE PRATIQUE PLUS TECHNIQUE ET PLUS SPÉCIALISÉE**

Les utilisateurs de reflex et d'hybrides adoptent des **configurations plus diversifiées**, avec des objectifs et accessoires qui traduisent une **approche de plus en plus exigeante**. La pratique photographique devient pour beaucoup **un terrain d'expérimentation technique**, marqué par la curiosité, la recherche de précision et une forte implication personnelle.

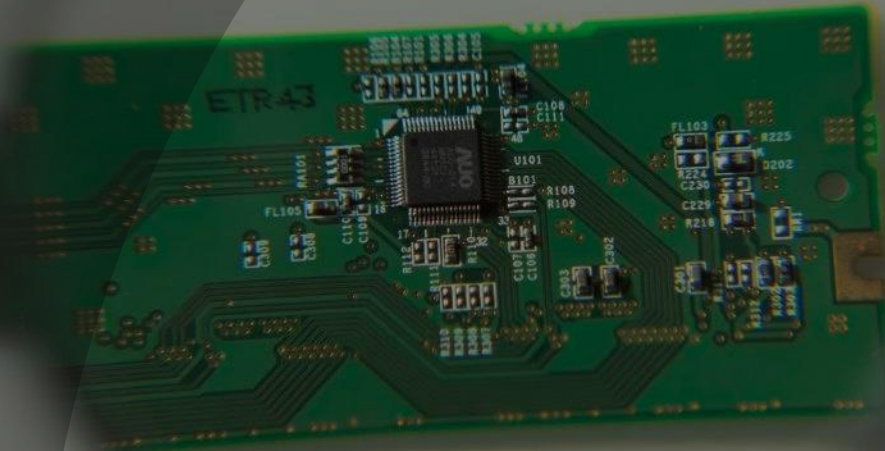
- **UNE PRATIQUE DE PLUS EN PLUS ASSISTÉE PAR L'IA**

L'intelligence artificielle s'impose dans les usages photo/vidéo, séduisant une majorité de pratiquants par ses apports en retouche, tri ou montage. Plus de la moitié utilise déjà l'IA pour améliorer leurs images, et autant **saluent son rôle d'assistant**. Pourtant, cette adoption n'est pas exempte de tensions : la moitié apprécie les fonctionnalités embarquées, **mais la plupart trouvent que les appareils en font trop à leur place**. Si la génération Z se montre particulièrement ouverte, **une demande forte de transparence et de labellisation des contenus IA émerge**, signe d'un besoin croissant de repères dans cette nouvelle ère technologique.

A hand is pointing at a line graph drawn on a chalkboard. The graph shows an upward trend with five data points connected by a line. The background is a dark green chalkboard with a large, light green circular area. The hand is pointing at the end of the line, which is an arrow.

03

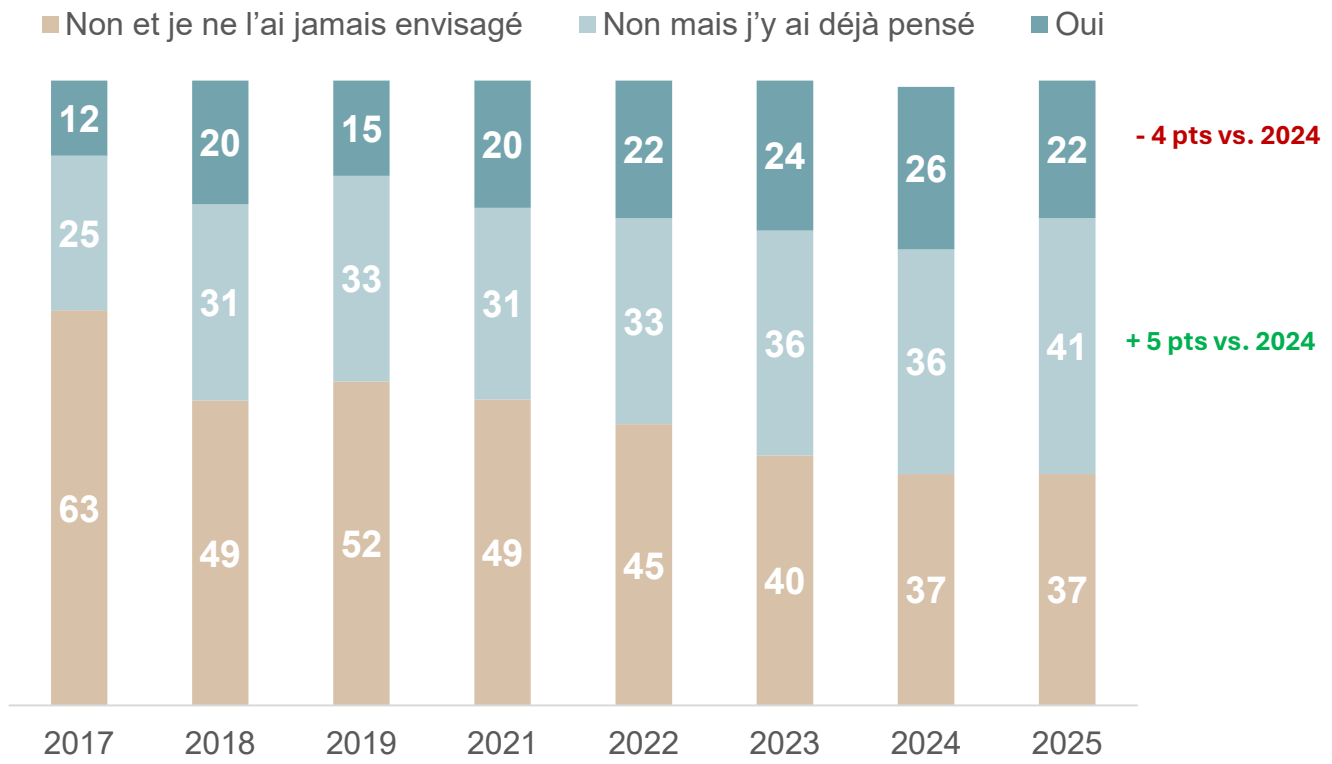
**PARCOURS D'ACHAT :
LA QUÊTE DE CONSEILS
SE RENFORCE**



L'OCCASION ET LE
RECONDITIONNÉ MARQUENT
UNE STABILISATION APRÈS
PLUSIEURS ANNÉES DE
PROGRESSION

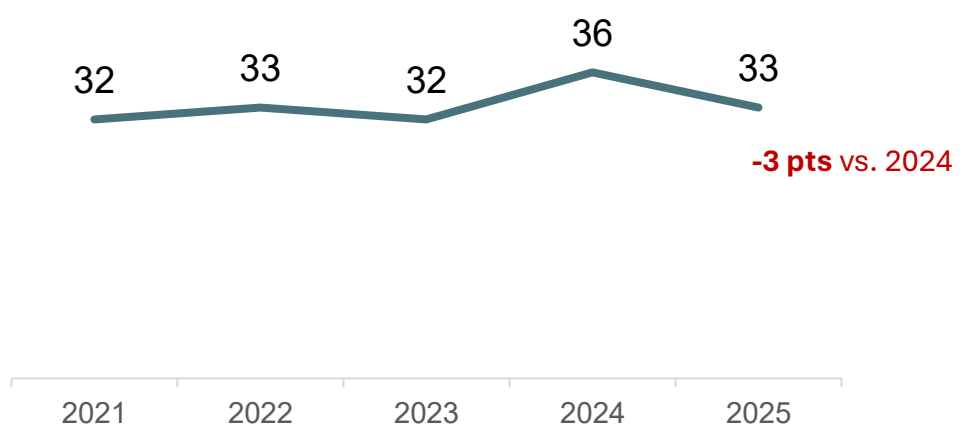
En 2025, les achats d'occasion reculent, mais l'envie de s'y mettre progresse

Avez-vous déjà acheté un APPAREIL PHOTO D'OCCASION ?



Revendre du matériel photo / vidéo

% Envie de le faire





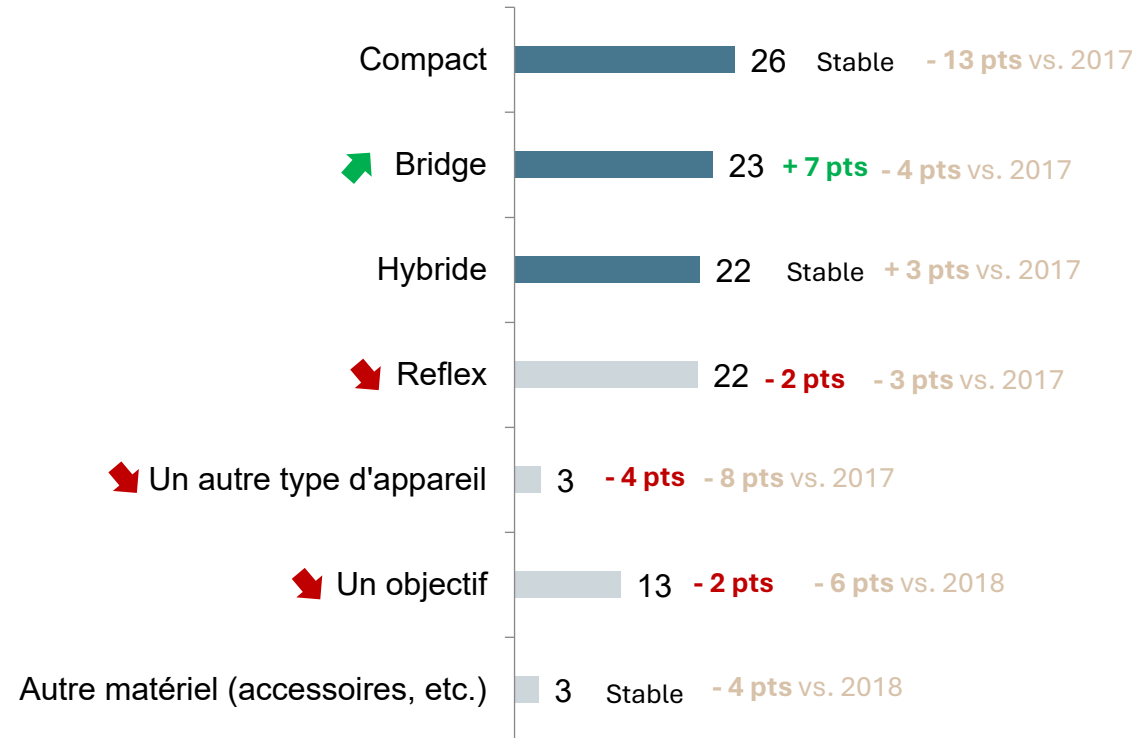
Cette année, le Bridge se démarque sur le marché de l'occasion

TYPES D'APPAREILS déjà acheté D'OCCASION :

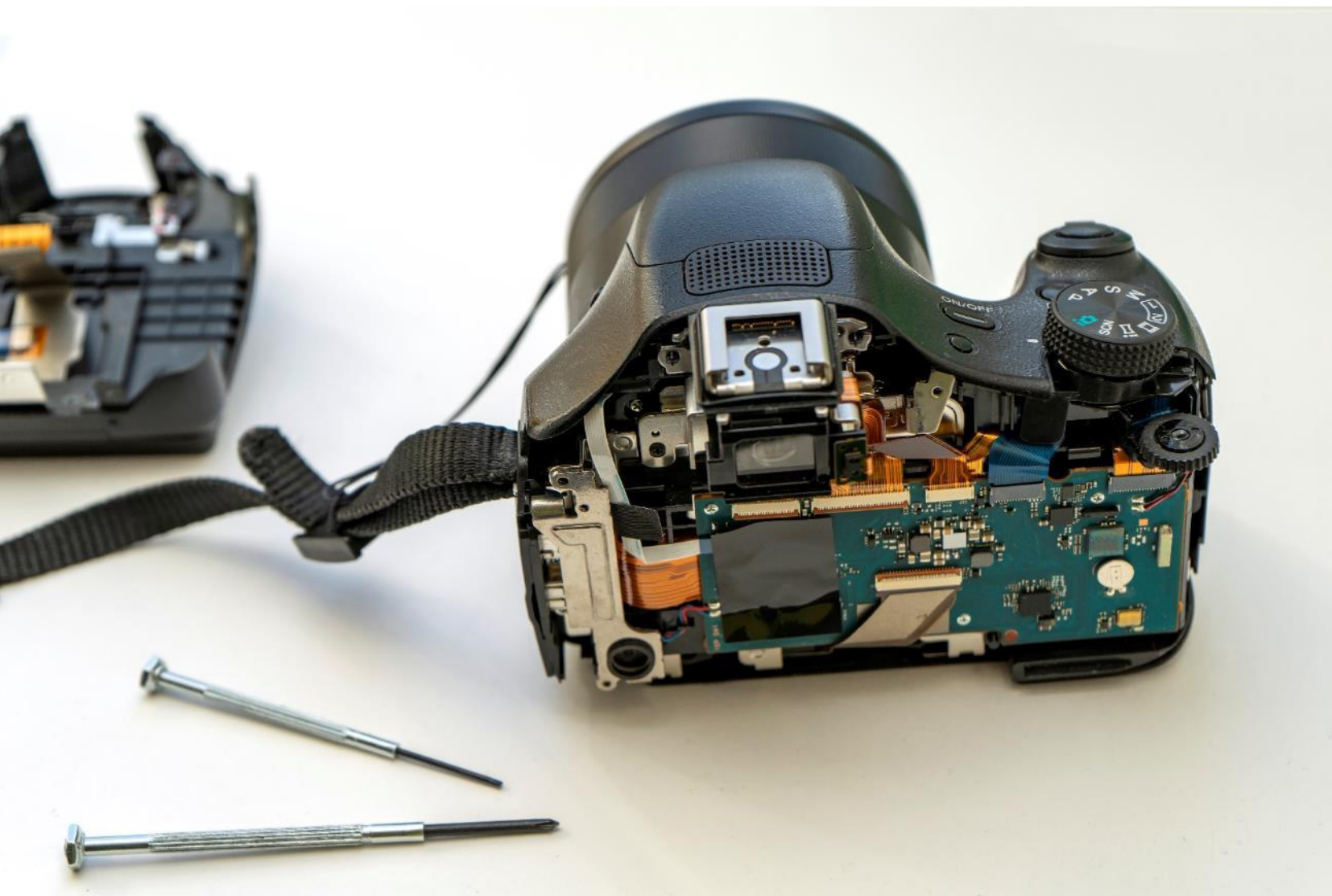


Evolutions vs. 2024  

Evolution historique

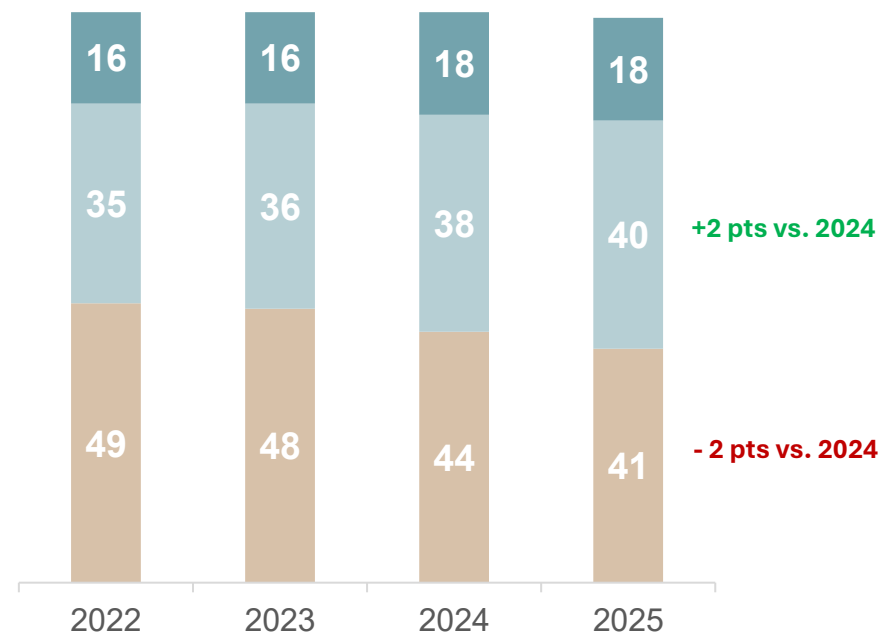


Le reconditionné se stabilise après plusieurs années d'essor



Avez-vous déjà acheté du MATÉRIEL PHOTO RECONDITIONNÉ ?

- Oui
- Non mais j'y ai déjà pensé
- Non et je ne l'ai jamais envisagé



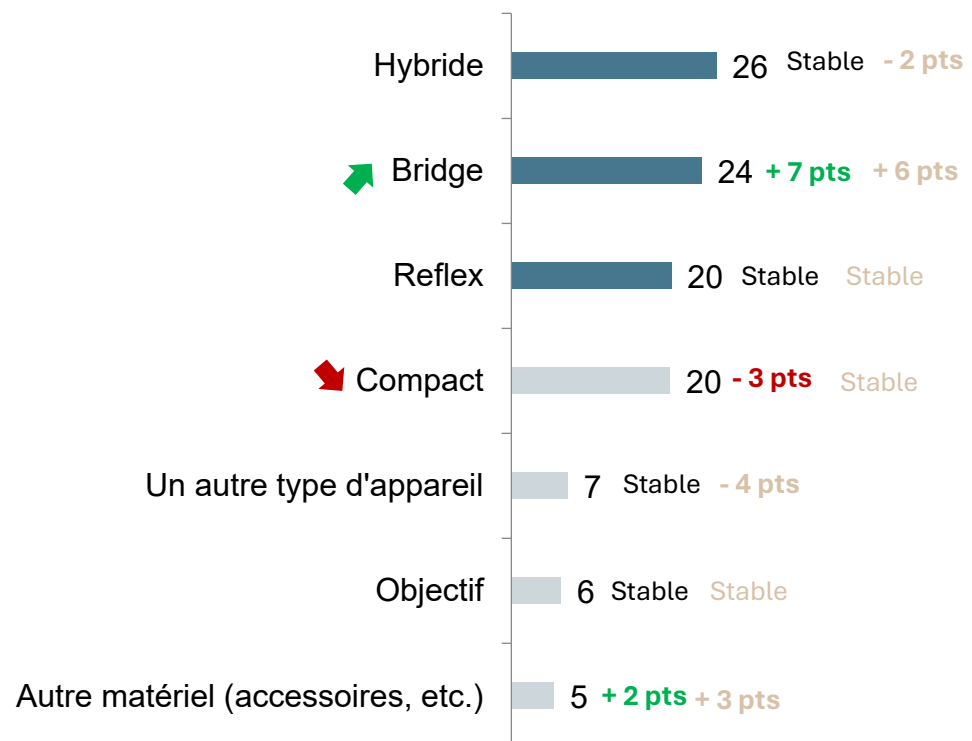
Comme sur le marché de l'occasion, le bridge tire aussi son épingle du jeu sur le marché du reconditionné

TYPES D'APPAREILS déjà acheté RECONDITIONNÉS :



Evolutions vs. 2024  

Evolution vs. 2022



La seconde main séduit
davantage la Gen Z
que les autres générations



A déjà acheté du matériel photo d'occasion



A déjà acheté du matériel photo reconditionné





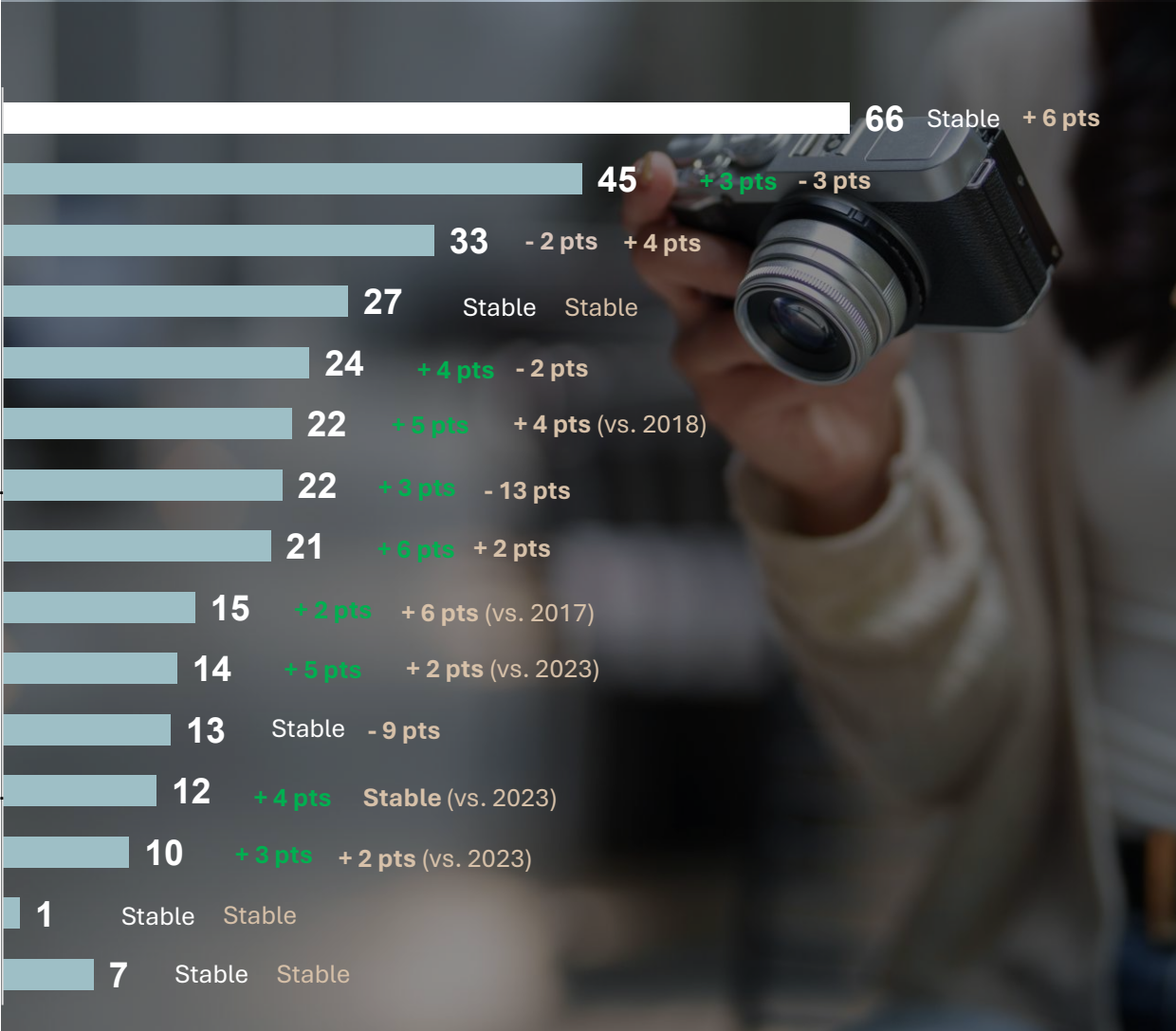
LES PRATIQUANTS SONT À LA
RECHERCHE DE REPÈRES
FIABLES : MAGASIN PHYSIQUE,
RECOMMANDATIONS...

Le prix reste central pour un futur achat, mais les conseils, recommandations et communications regagnent du terrain

En matière d'équipement photo, qu'est-ce qui INFLUENCE LE PLUS VOTRE CHOIX ?

Evolution vs. 2024
Evolution vs. 2015

- Le prix
- La marque
- Les promotions
- Les conseils des vendeurs
- Les recommandations de mes proches
- Les conditions / la durée de la garantie
- Les notes, les résultats de tests réalisés par des sites ou des magazines,...
- Les commentaires et avis des photographes, des artistes...
- Les Youtubeurs, les blogueurs, les Instagrammeurs,...
- La publicité, la communication sur Internet, les réseaux sociaux
- Les forums de discussion, les avis d'autres consommateurs,...
- Les ambassadeurs de marques (personnes contribuant à la visibilité de...)
- La publicité, la communication en magasin, dans la rue, dans le métro...
- Autre
- Aucun



Sur les réseaux sociaux, les comptes de photographes sont des repères importants pour les pratiquants

Parmi tous les comptes suivants, en lien avec la photo ou la vidéo, quels sont ceux que vous suivez sur les réseaux sociaux ? *



* Nouvelle question 2025

Surreprésentation vs. Total population
Sous-représentation vs. Total population

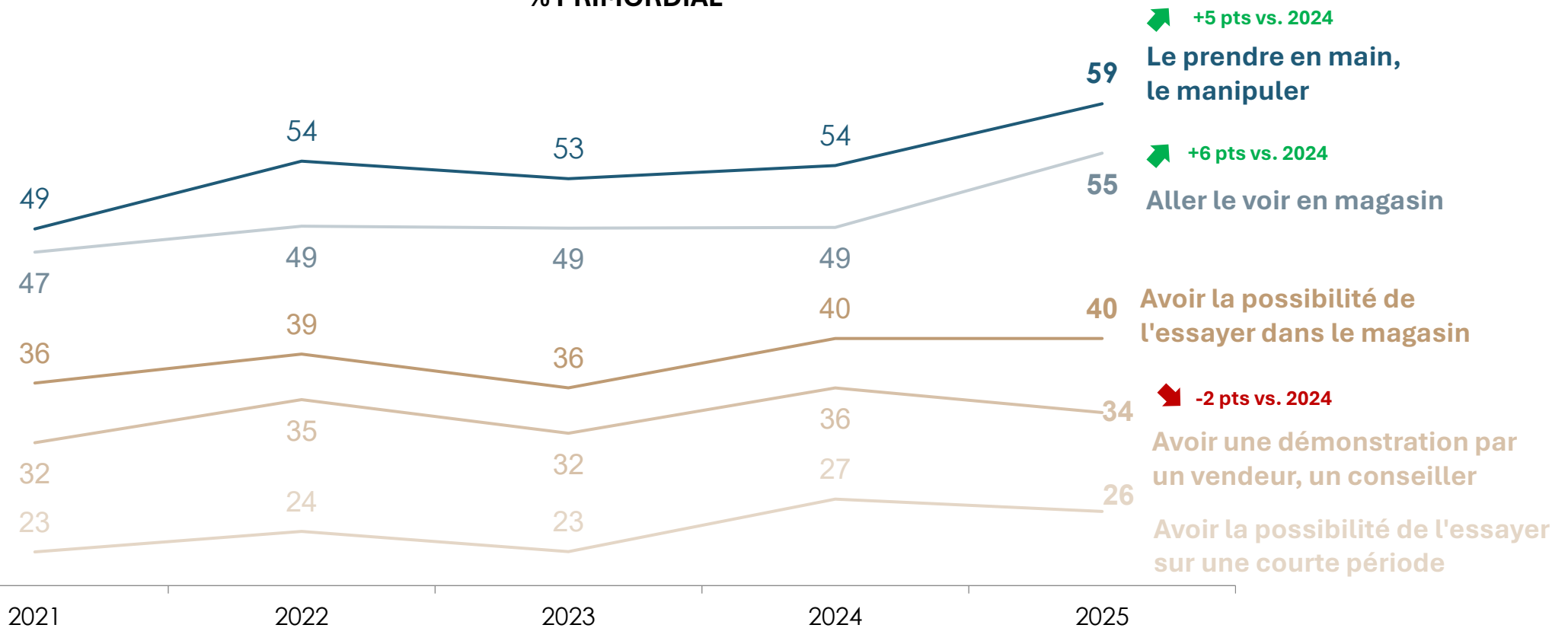
→ 60 % des pratiquants présents sur les réseaux sociaux et 78% des moins de 30 ans suivent des comptes liés à la pratique photo ou vidéo



Tester, manipuler, voir en vrai : l'expérience physique du shopping est de plus en plus valorisée

Dans la perspective de l'achat d'un nouvel appareil photo, dans
quelle mesure est-il **IMPORTANT** pour vous de faire les choses
suivantes **AVANT D'EFFECTUER VOTRE CHOIX ?**

% PRIMORDIAL



En 2025, l'attrait pour l'évènementiel
en ligne s'essouffle

Avez-vous déjà assisté à un évènement en ligne pour découvrir
de nouveaux produits et équipements photo ou vidéo ?

% Total Oui

📉 -5 pts vs. 2024

35%

Gen Z : 52%

% Total Intéressé pour en
faire dans le futur

📉 -5 pts vs. 2024

55%



3.3

LES MARQUES FACE AU DÉFI DE LA
RESPONSABILITÉ ÉCOLOGIQUE

Près de deux pratiquants sur trois font aujourd'hui attention à avoir une pratique photo plus écologique

Je fais attention à avoir une pratique photo ou vidéo plus responsable sur le plan environnemental (stockage, matériel, usage au quotidien...) *

% Total d'accord

63%

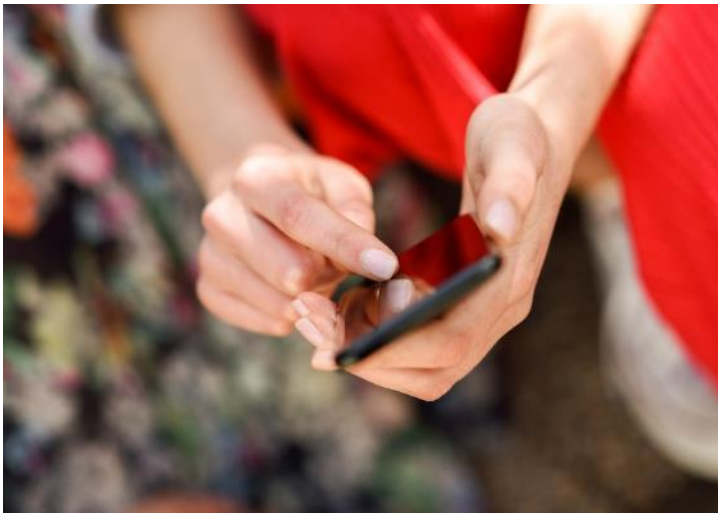
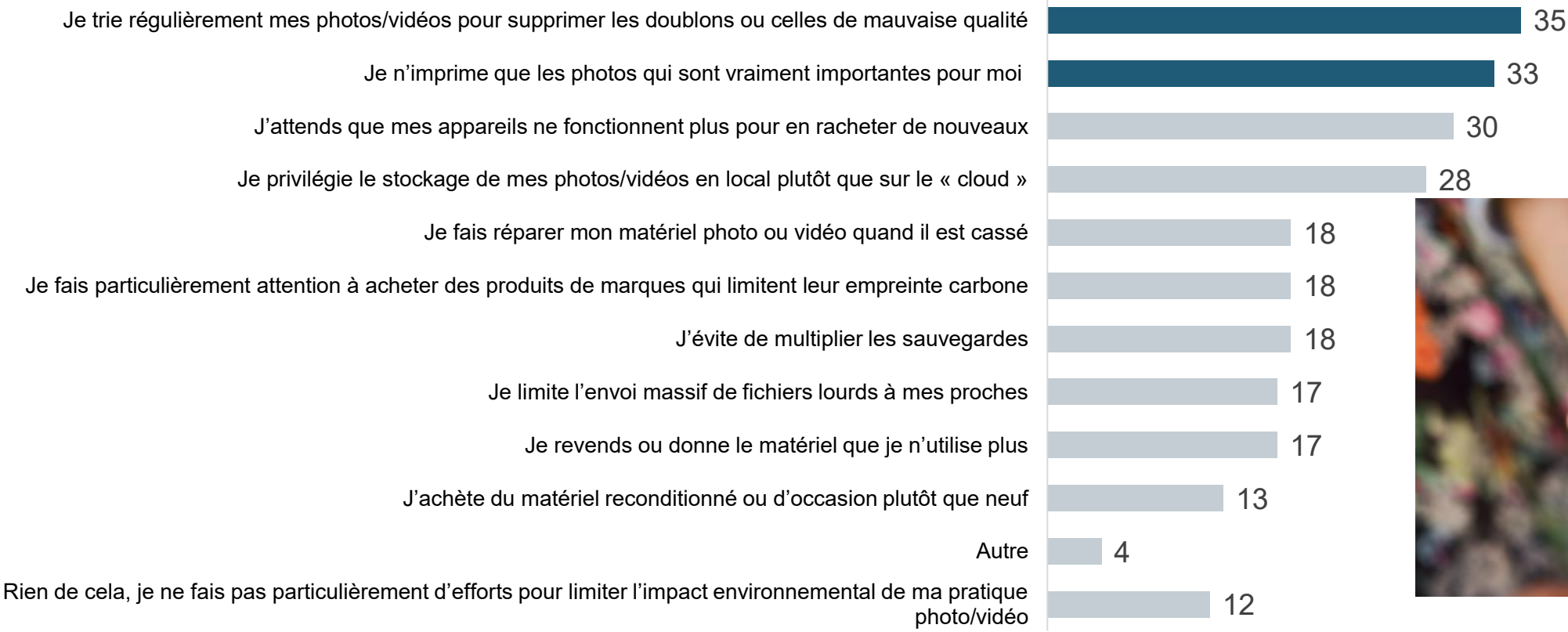


Le tri des photos est le principal levier écologique des pratiquants

Parmi les actions suivantes, lesquelles faites-vous personnellement pour limiter l'impact environnemental de votre pratique photo/vidéo ? *

→ **63%** des pratiquants déclarent faire des efforts concernant leur **MATÉRIEL**
(réparation, marques responsables, seconde-main, reconditionné...)

→ **62%** des pratiquants déclarent de faire des efforts concernant leur **EMPREINTE NUMÉRIQUE** (tri, impressions, stockage, sauvegardes, envoi de fichiers...)



→ **88 %** des pratiquants font au moins une action pour limiter l'impact environnemental de leur pratique * *Nouvelle question 2025*

En 2025, les attentes prioritaires à l'égard des marques sont stables, la pression écologique diminue

En matière d'appareils photo, selon vous, que doivent AMÉLIORER LES MARQUES/LES FABRICANTS EN PRIORITÉ ?

		vs. 2024	vs. 2015
	La qualité de l'image	39%	Stable - 10 pts
	Le zoom (puissance, qualité...)	31%	Stable - 10 pts
⬇	La légèreté	29%	- 2 pts - 3 pts
⬇	La prise en main	27%	- 4 pts Stable
	L'autonomie/la durée de fonctionnement de la batterie	26%	Stable - 10 pts (vs. 2016)
⬇	La simplicité d'utilisation (menu / bouton)	25%	- 2 pts - 14 pts
	La qualité du viseur	22%	Stable + 5 pts (vs. 2019)
⬆	La rapidité (Ex : mode rafale, mise au point, affichage, ..)	19%	+ 3 pts - 9 pts (vs. 2017)
	La fonction panorama/360°	19%	Stable Stable
	Les propriétés tout terrain (résistances aux chocs, étanchéité,...)	16%	Stable - 14 pts
⬆	La fonction vidéo (Ex : vidéo 4K,...)	16%	+ 2 pts Stable

		vs. 2024	vs. 2015
⬆	Le design / l'esthétique	15%	+ 2 pts + 6 pts
⬇	Le respect de l'environnement (pièces recyclables...)	14%	- 3 pts - 7 pts
⬇	L'écran de visualisation	14%	- 5 pts - 6 pts
	Les accessoires	13%	Stable + 4 pts
	La miniaturisation, la compacité	12%	Stable Stable
	La possibilité de faire des effets (ajout automatique de filtre, incrustation de motifs,...)	12%	Stable - 2 pts
	L'accès à des fonctions/applications de retouche	10%	Stable - 4 pts
	La possibilité de commander l'appareil photo avec la voix	10%	Stable Stable (vs. 2018)
	L'accès à des fonctions/applications de partage instantané	9%	Stable + 2 pts
⬇	L'accès à des fonctions/applications ludiques	7%	- 2 pts Stable
⬇	L'accès à des fonctions/applications de commande d'impression	7%	- 2 pts Stable

UN PARCOURS D'ACHAT HYBRIDE, ENTRE CONSEIL HUMAIN ET RECHERCHE D'OPPORTUNITÉS



- **LE MAGASIN REPREND SA PLACE DANS L'EXPÉRIENCE D'ACHAT**

Après une décennie de digitalisation, les pratiquants manifestent un **retour marqué vers les points de vente physiques**. Le besoin de **tester, manipuler et comparer les produits en personne** devient central, notamment pour les équipements experts. Ce retour au magasin est motivé par la **recherche de conseils personnalisés** et la **volonté de vivre une expérience d'achat plus tangible**.

- **UNE DÉMARCHE D'ACHAT QUI S'APPUIE SUR UNE MULTIPLICITÉ DE SOURCES**

Les pratiquants s'informent via **plusieurs canaux complémentaires** : vendeurs spécialisés, proches, tests, forums, influenceurs. Cette diversité traduit une **recherche active de repères fiables**, où les recommandations humaines et les avis d'experts jouent un rôle croissant. L'expérience en magasin, lorsqu'elle est recherchée, **vient renforcer une décision souvent déjà amorcée en ligne**.

- **L'OCCASION ET LE RECONDITIONNÉ : UNE PRATIQUE INSTALLÉE, MAIS EN PHASE DE STABILISATION**

L'achat de matériel **d'occasion ou reconditionné** reste bien ancré dans les usages, notamment pour des raisons **économiques et écologiques**. Toutefois, après plusieurs années de progression, **la dynamique semble marquer le pas**. La tendance est à la **stagnation**, voire à une légère érosion, laissant penser que ce type d'achat atteint **un plafond d'usage**. L'intérêt reste présent, mais **moins en expansion que par le passé**.

- **UNE ATTENTE ACCRUE DE CONSEIL ET D'ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ**

Face à la complexité croissante de l'offre, les pratiquants expriment un **besoin fort d'accompagnement** dans leur parcours d'achat. Les **professionnels et amateurs experts, proches et autres communautés en ligne** deviennent des **sources clés d'information et de recommandation**. Cette quête de **conseil personnalisé** souligne l'importance de **l'humain** dans une expérience d'achat de plus en plus hybride.



04

**L'IMAGE IMPRIMÉE
RÉSISTE À LA MONTÉE DE
L'IMAGE VIRTUELLE**



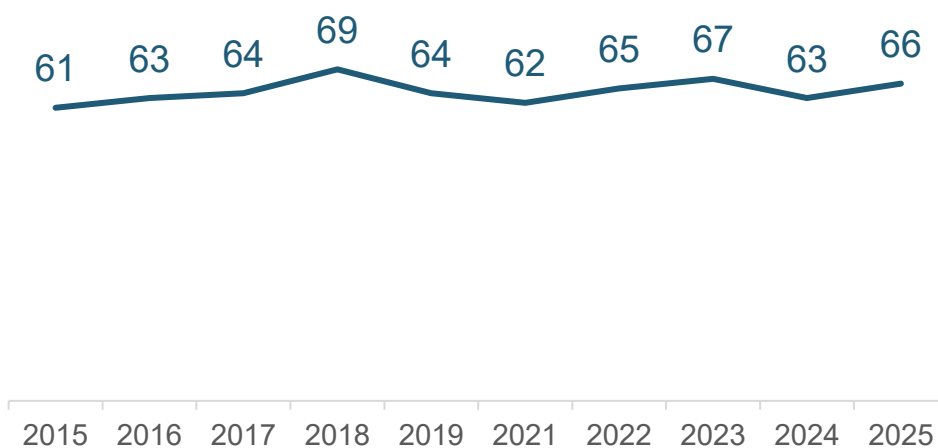
L'IMPRESSION RESTE
UN REPÈRE ÉMOTIONNEL

La photo imprimée reste irremplaçable pour la majorité des pratiquants

Rien ne peut remplacer une photo imprimée

% Total d'accord

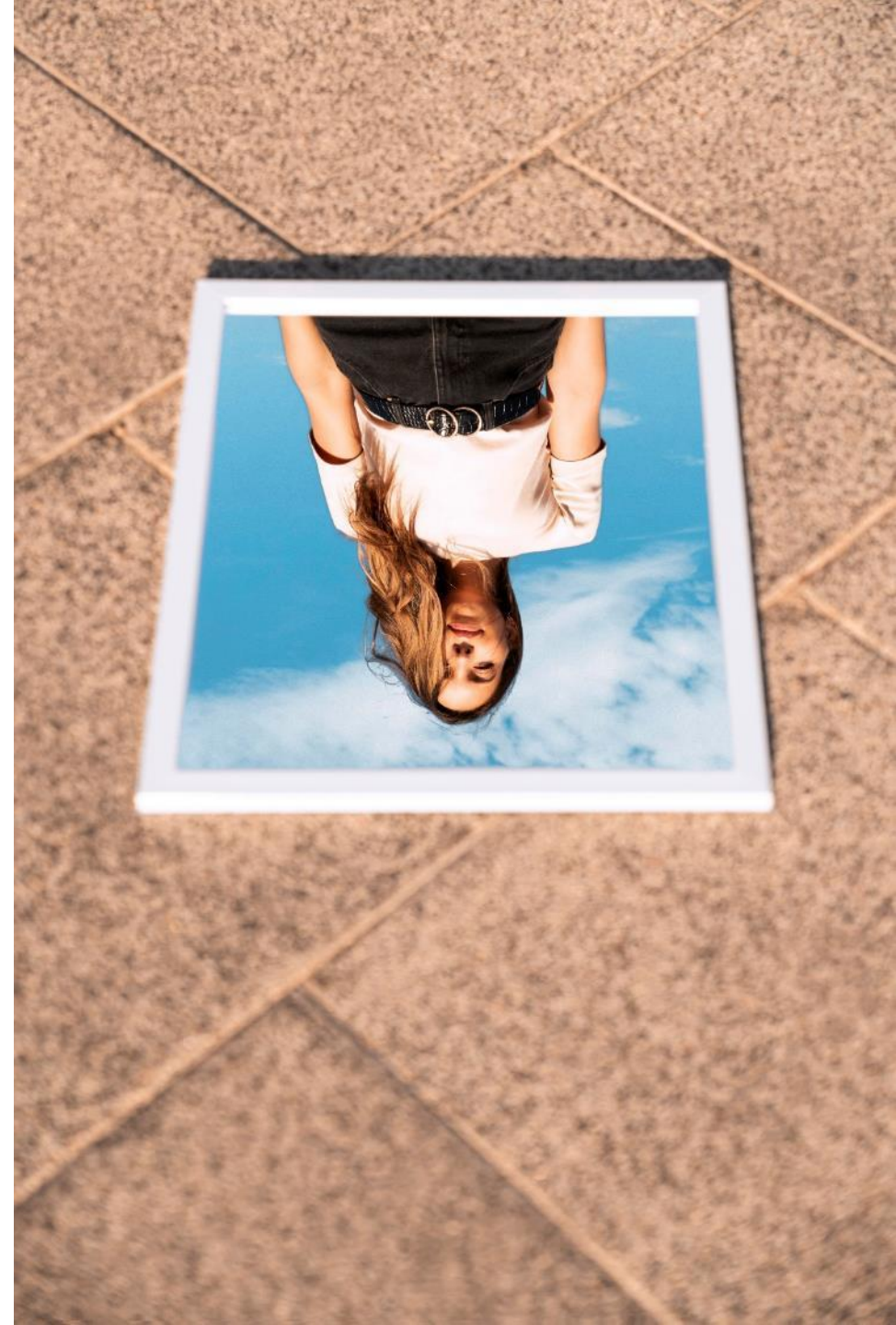
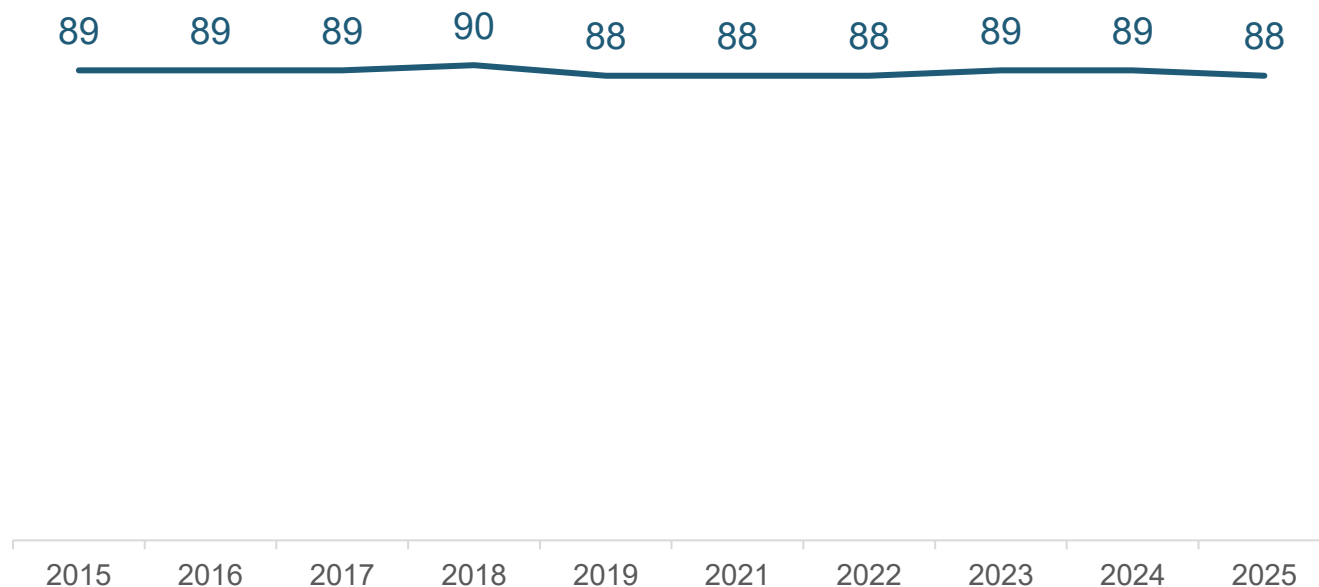
+3 pts vs. 2024



En 10 ans d'innovations technologiques,
le nombre de pratiquants imprimant des photos
est resté parfaitement stable

IMPRIMER

% Total pratique

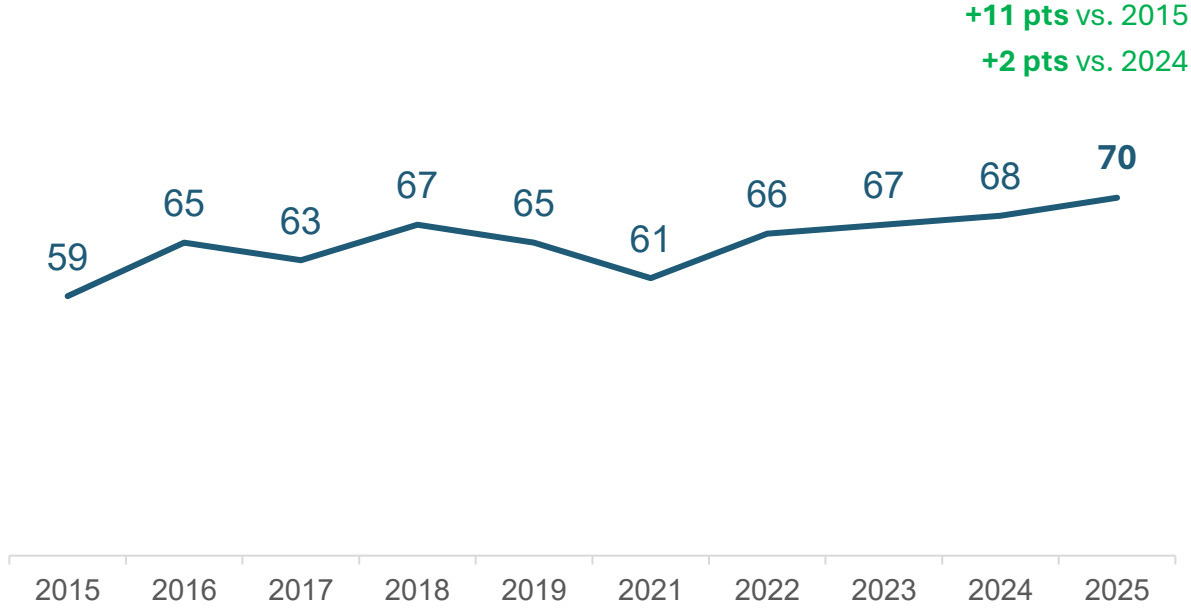




En 2025, la création d'albums photo est plus tendance que jamais

J'adore créer, concevoir des albums photos

% Total d'accord



Tirages spécifiques, cartes personnalisées, objets et boxes photos ont gagné en popularité en 2025

AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, combien de fois avez-vous réalisé les TYPES D'IMPRESSION suivantes ?

Évolutions « % Le fait » vs. 2024

■ 5 ou plus ■ 2 à 4 fois ■ 1 fois ■ Aucun

Des tirages standards 15 30 29 26 Stable

Des tirages spécifiques : format carré / Instagram 9 19 28 44 + 2 pts

➤ Des tirages spécifiques : mini format, bande photos 7 15 27 52 + 5 pts

Des livres photos 6 21 32 41 + 2 pts

Des agrandissements 5 20 23 51 + 2 pts

➤ Des cartes personnalisées 5 17 22 56 + 4 pts

Des tirages spécifiques : photo d'identité 5 18 35 42 + 3 pts

Des calendriers 4 13 25 57 Stable

➤ Des personnalisations d'objets (ex : mugs, coque téléphone) 4 15 25 55 + 5 pts

➤ Des boxes 4 15 18 63 + 5 pts

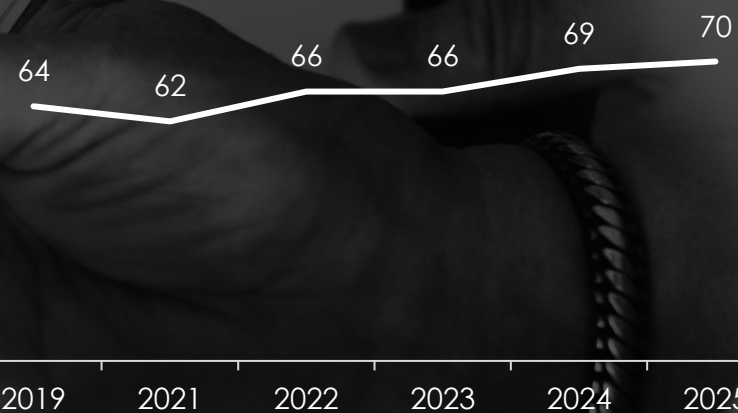


L'esthétique vintage revalorise l'objet photo imprimé

J'adore les impressions photo au design rétro/vintage

% Total d'accord

+6 pts vs. 2019



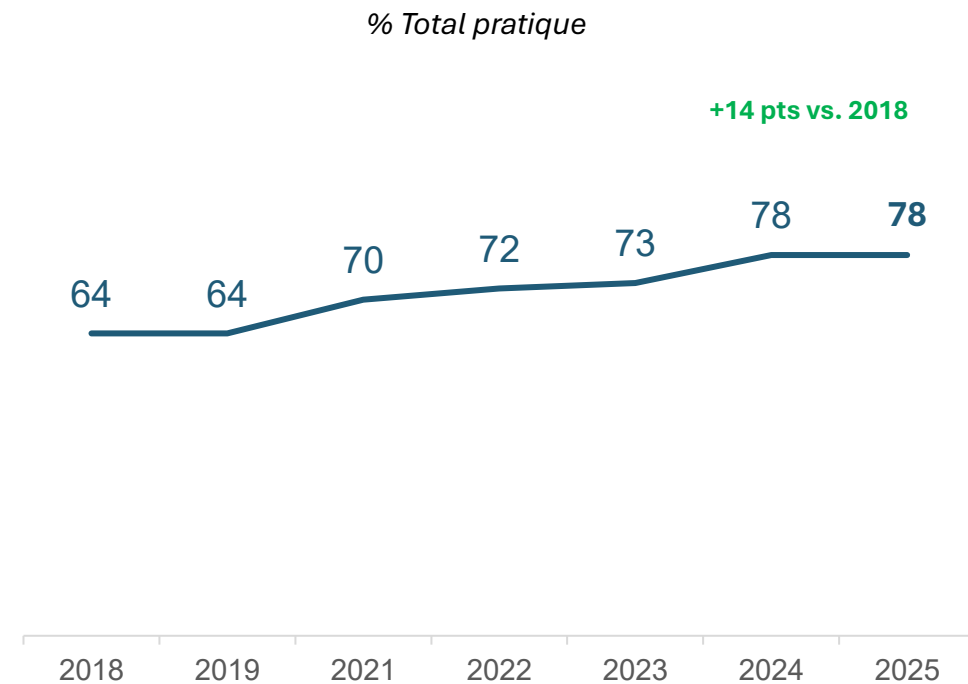


LE « CLOUD » S'IMPOSE COMME
NOUVEL ESPACE MÉMOIRE

**Le cloud s'est
imposé en quelques
années comme
nouveau réflexe
d'archivage photo**



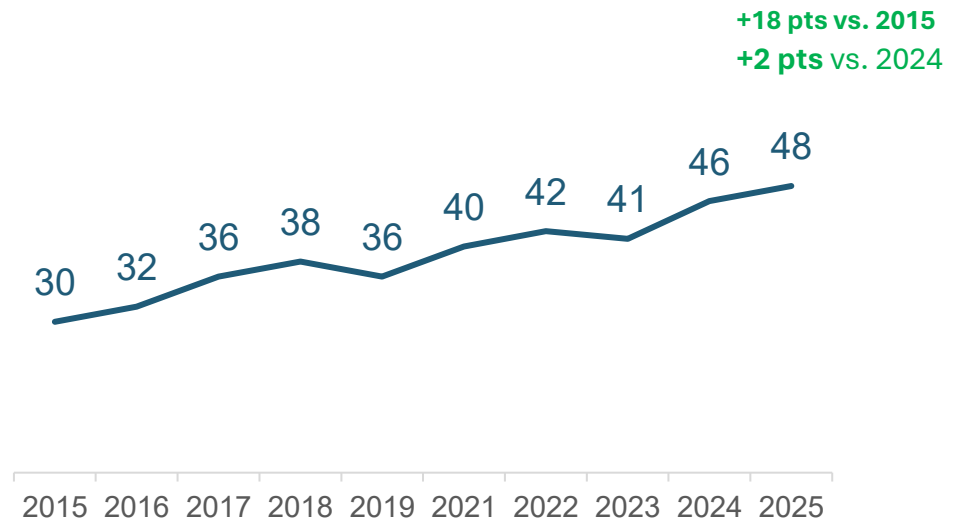
**Archiver sur une plateforme cloud /
un espace de stockage privé en ligne
(ex : Google photo, Flickr, Dropbox, OneDrive, etc...)**



La volonté de tout stocker dans le cloud progresse nettement

Toutes nos photos seront hébergées sur un « cloud » (espace de stockage privé en ligne)

% Total souhaitable

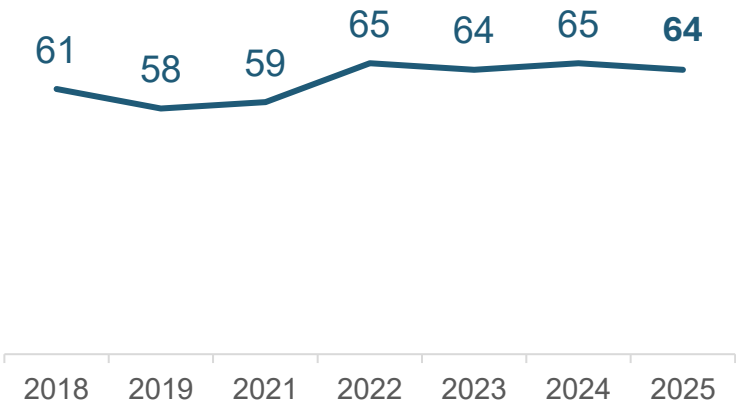


Le cloud rassure la majorité pour stocker et sécuriser ses photos

J'ai confiance dans le « cloud »
(espace de stockage privé en ligne) **pour**
conserver mes photos dans le temps

% Total d'accord

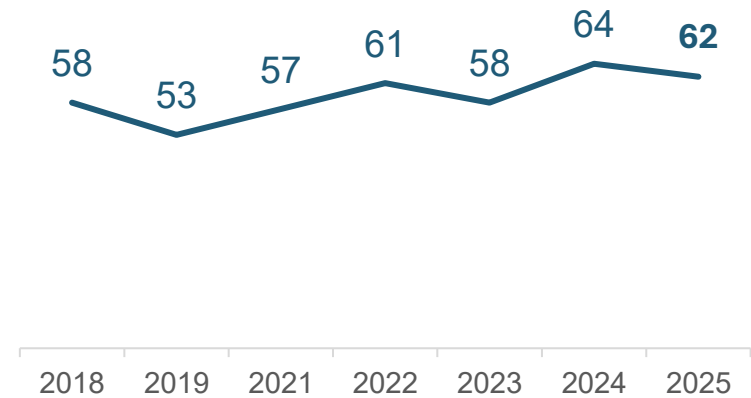
+3 pts vs. 2018



J'ai confiance dans le « cloud » (espace
de stockage privé en ligne) **pour garder**
confidentielles mes données
personnelles, mes photos

% Total d'accord

+4 pts vs. 2018

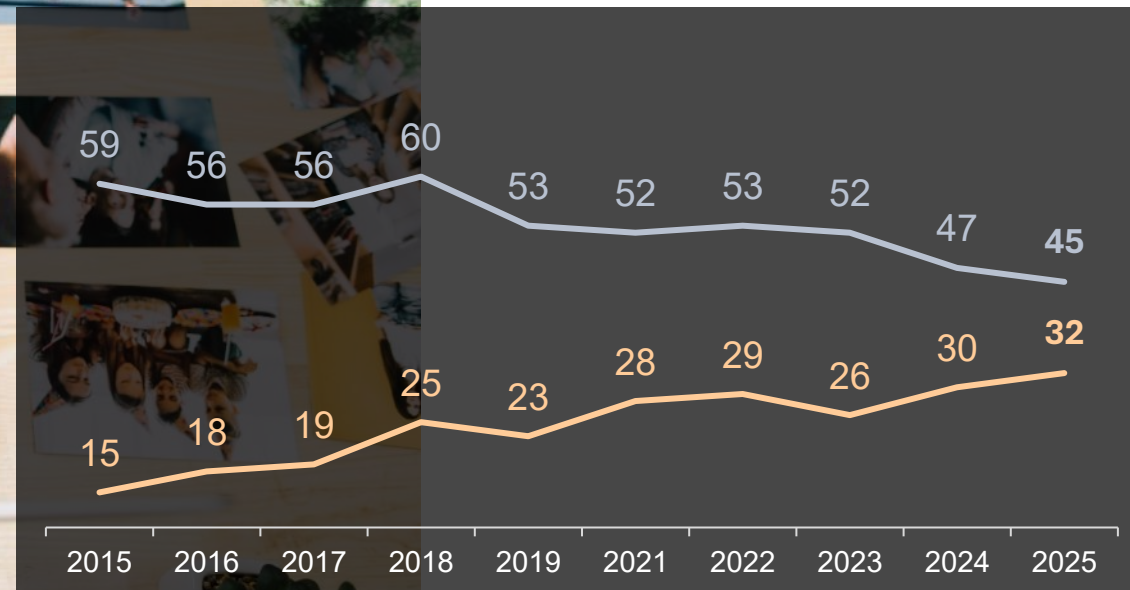


PLUS DE PHOTOS IMPRIMÉES ?

Une idée qui continue de perdre en crédibilité, mais de gagner des adeptes



Il n'y aura plus de photos imprimées, tout sera virtuel



-2 pts vs. 2024

% Probable

% Souhaitable

< 30 ans : 40%

+2 pts vs. 2024

4.3

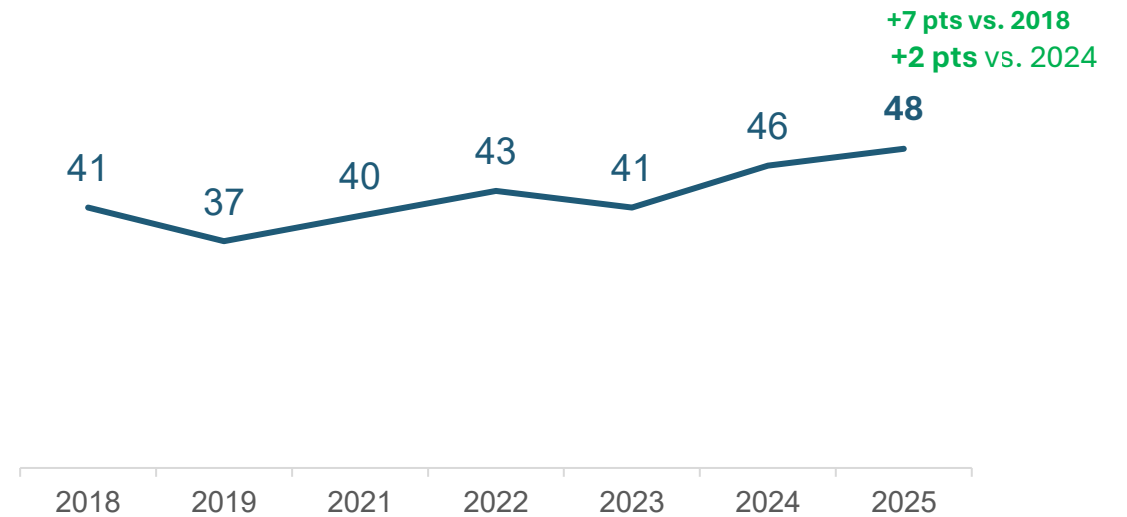


LES USAGES
AUTOUR DE
L'IMPRESSION SE
DIVERSIFIENT

Lancer une impression directement
depuis son smartphone :
une pratique qui se démocratise

Utiliser des applications smartphone pour imprimer mes photos

% Total le fait



Pour les impressions, Internet perd du terrain au point de vente physique en 2025

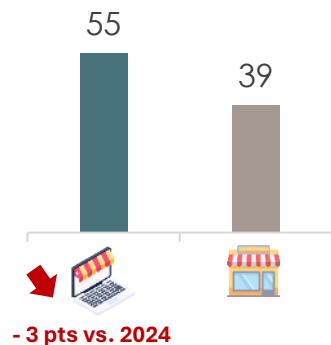
AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, comment avez-vous effectué ces impressions ?



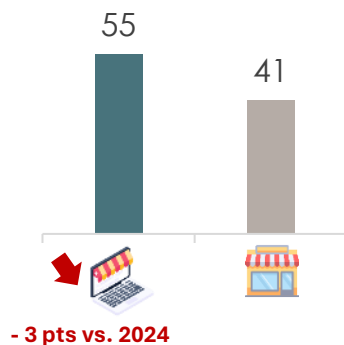
INTERNET/APPLI OU POINT DE VENTE PHYSIQUE



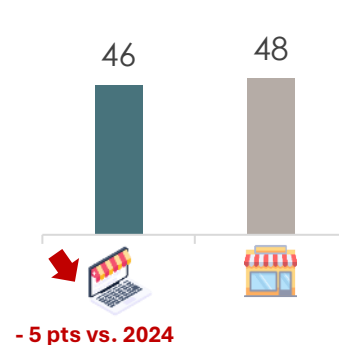
Des tirages standards
(Ex : Format 10X15)



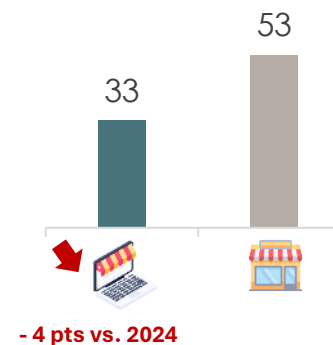
Des tirages spécifiques :
format carré, format
Instagram, ...



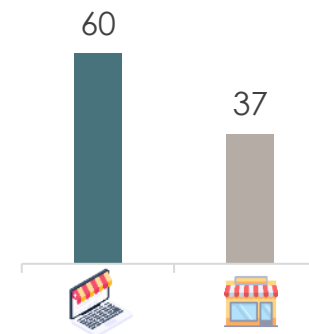
Des tirages spécifiques :
mini format, bande photos,
...



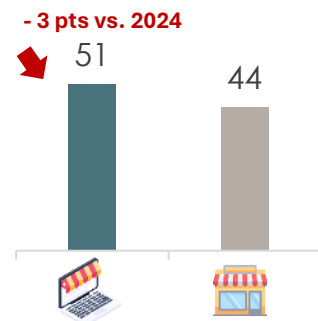
Des tirages spécifiques :
photo d'identité



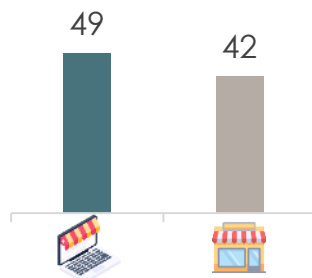
Des livres photos



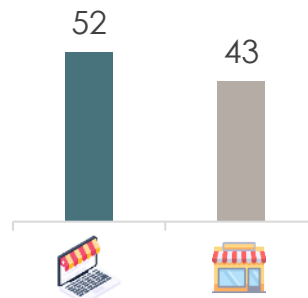
Des calendriers



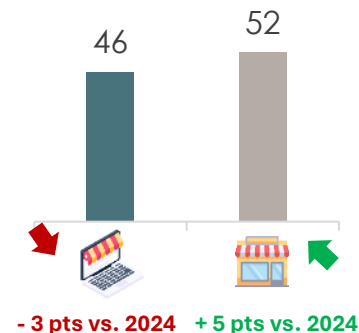
Des cartes personnalisées



Des personnalisations d'objets
pour vous ou pour offrir des
cadeaux photos



Des agrandissements
(Ex : poster, toile,
tableau, ...)



**Des boxes (jolies boîtes
contenant des photos)**



Pour imprimer ses photos, le point de vente physique résiste

AU COURS DES 12 DERNIERS MOIS, comment avez-vous effectué ces impressions ? Sur internet, en point de vente physique, ou les deux ?



INTERNET/APPLI TOP 5 des impressions

Des livres photos 60

Des tirages spécifiques : format carré, format Instagram, ... 55 - 3 pts vs. 2024

Des tirages standards (Ex : Format 10X15) 55 - 3 pts vs. 2024

Des personnalisations d'objets pour vous ou pour offrir des cadeaux photos (Ex : Mugs, coque de téléphone, vêtements, magnets,...) 52

Des calendriers 51 - 3 pts vs. 2024



POINT DE VENTE PHYSIQUE TOP 5 des impressions

Des tirages spécifiques : photo d'identité 53

Des agrandissements (Ex : poster, toile, tableau, ...) 52 + 5 pts vs. 2024

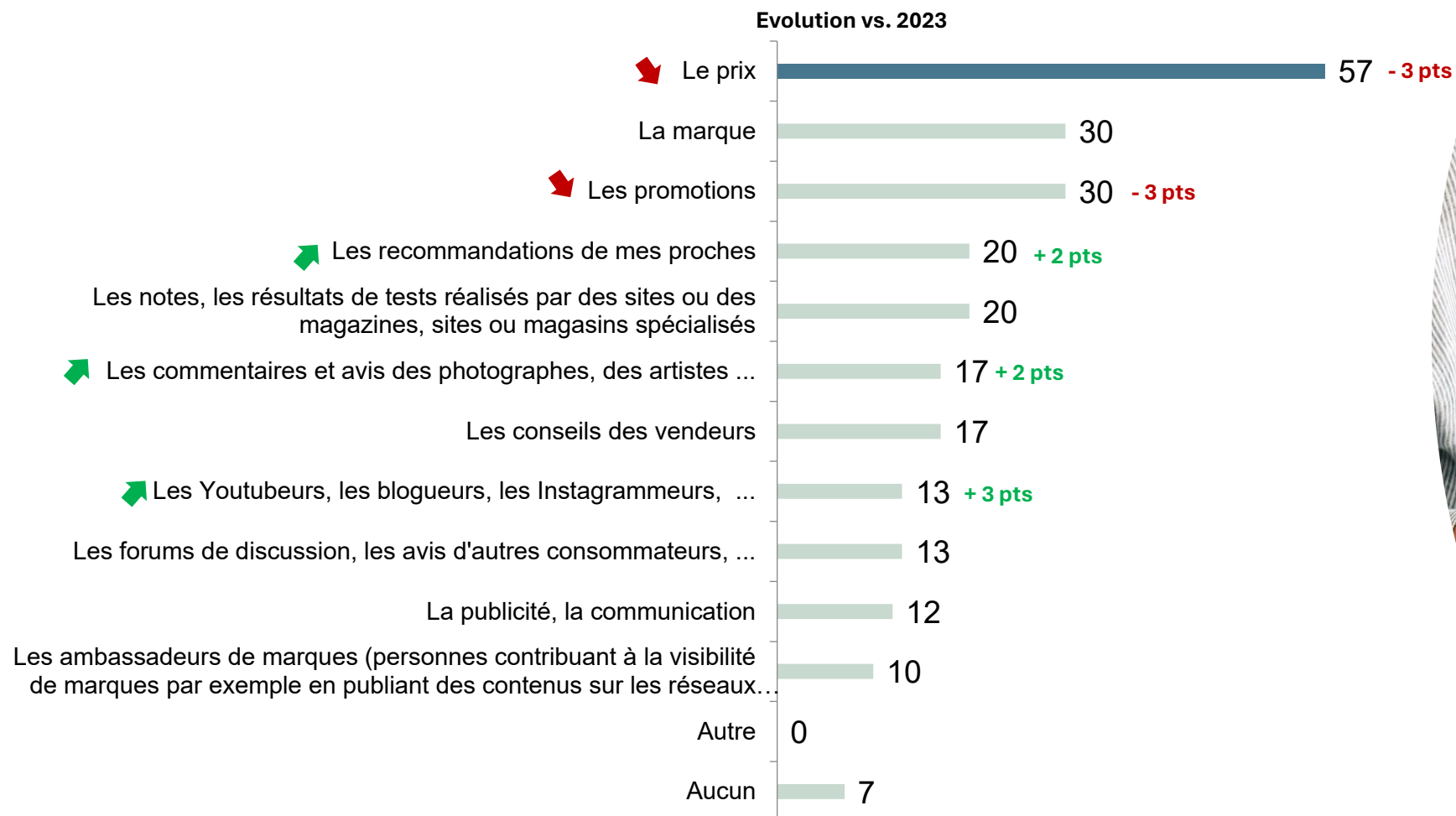
Des boxes (jolies boites contenant des photos) 49 + 4 pts vs. 2024

Des tirages spécifiques : mini format, bande photos, ... 48

Des calendriers 44

Si le prix reste largement le premier critère de choix d'impression, il perd en importance, alors que les recommandations de proches ou de professionnels gagnent en influence

En matière d'impression photo, qu'est-ce qui influence le plus votre choix ?



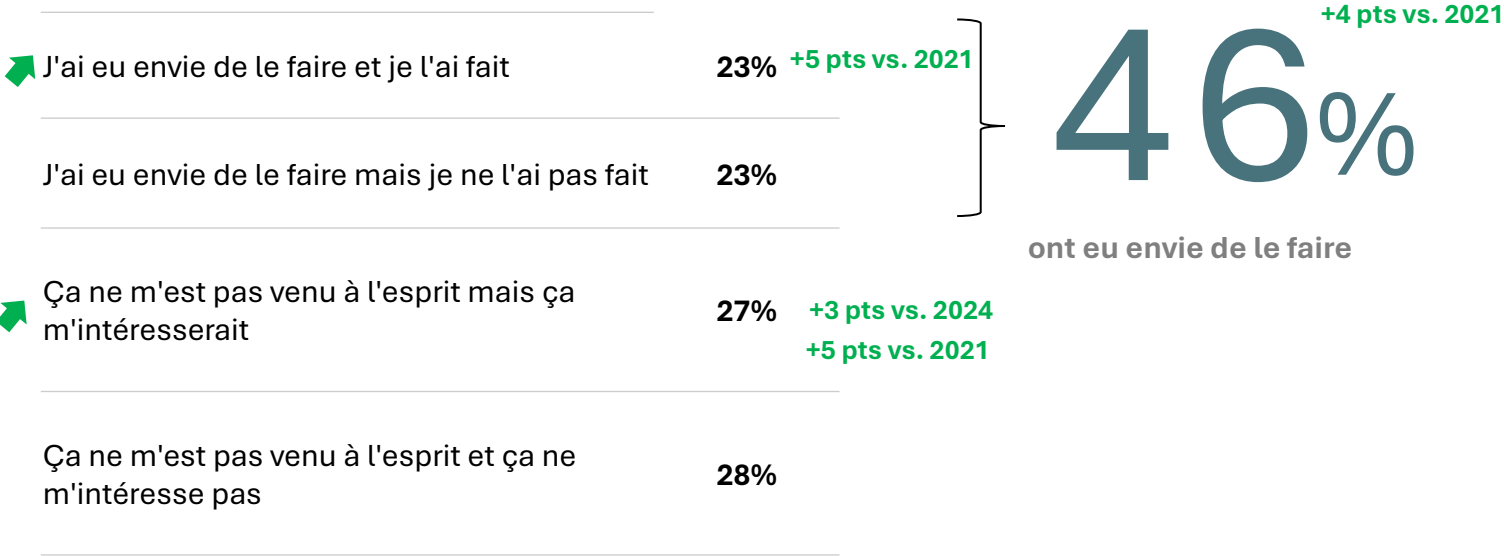


VERS UNE CULTURE
PHOTO PLUS
ACCESSIBLE ET
INSPIRANTE

Près d'un pratiquant sur quatre a déjà visité une expo photos,
et près d'un sur deux y a au moins songé

On a parfois des ENVIES qu'on ne concrétise pas toujours.
Pour chacune des actions suivantes, vous est-elle venue à l'esprit AU COURS DES DERNIERS
MOIS et avez-vous suivi cette envie ?

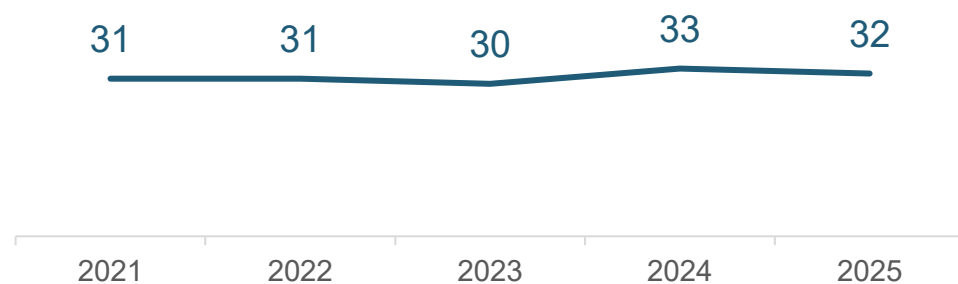
Visiter une exposition photos dans un lieu physique



L'art numérique stagne
et peine à faire de nouveaux adeptes
depuis son avènement post-covid

Acheter de l'art numérique
(photos, dessins, vidéos d'animation...)

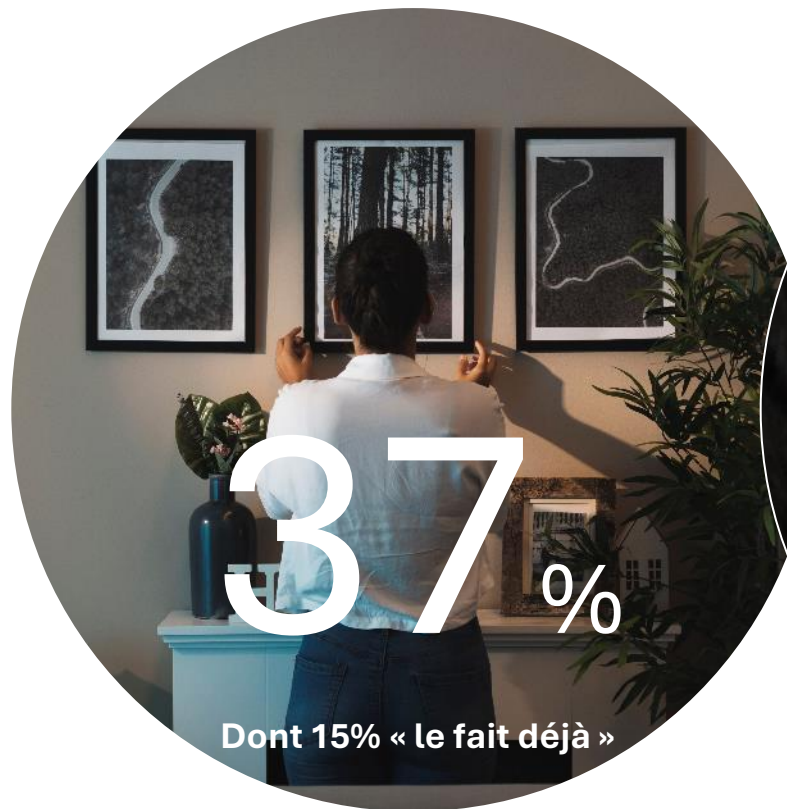
*% **Envie de le faire***



Les contenus culturels photo séduisent plus d'un tiers des pratiquants

Acheter des tirages photo
en galerie ou auprès de
photographes *

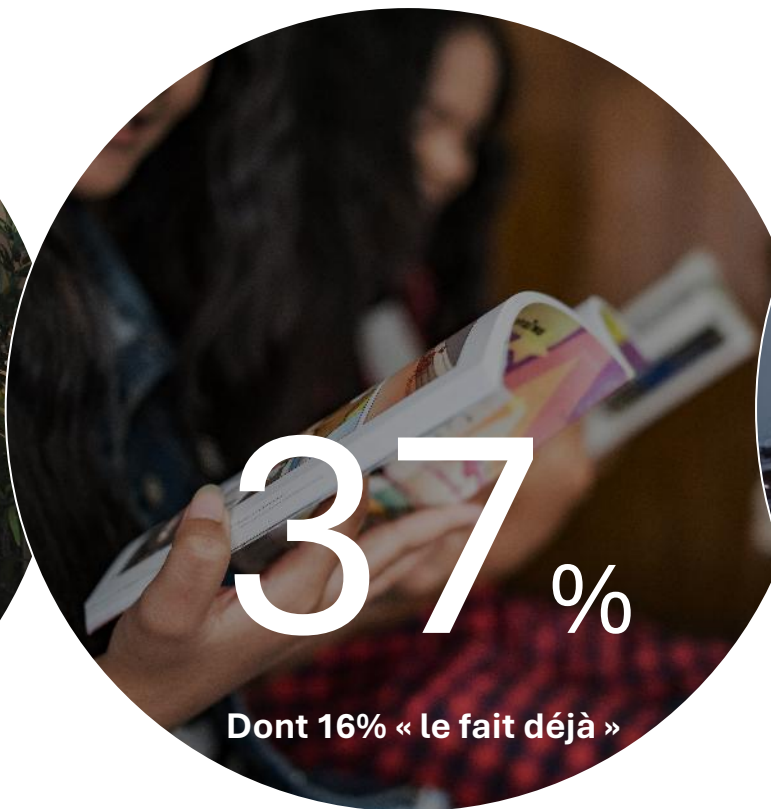
% *Envie de le faire*



Gen Z : 46%

Acheter des livres consacrés
à la photographie ou à la vidéo *

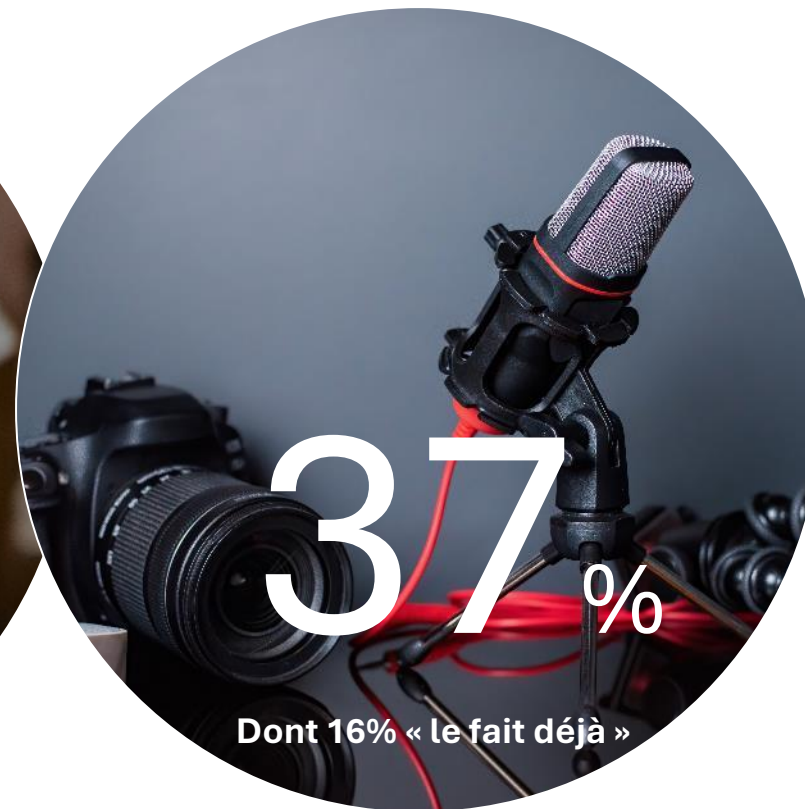
% *Envie de le faire*



Gen Z : 43%

Visionner des documentaires ou
écouter des podcasts sur le thème
de la photographie ou de la vidéo *

% *Envie de le faire*



Gen Z : 43%

ENTRE MÉMOIRE, CRÉATIVITÉ ET CULTURE, L'IMAGE IMPRIMÉE TROUVE TOUJOURS SA PLACE



- **UN ATTACHEMENT QUI RÉSISTE AU TOUT-DIGITAL**

L'image imprimée reste **un repère émotionnel fort**, perçue comme **irremplaçable** pour une large majorité de pratiquants. Albums photo, tirages vintage, objets personnalisés : ces supports matérialisent des souvenirs, **prolongent l'acte photographique** et traduisent un **besoin de lien et de transmission**. La photographie imprimée ne disparaît pas : elle **se réinvente dans des formats créatifs, personnels et valorisants**.

- **UNE CULTURE PHOTO PLUS LUDIQUE ET ACCESSIBLE**

Les pratiques d'impression se diversifient, mêlant **création, esthétisme et plaisir de faire soi-même**. **L'esthétique rétro séduit**, tout comme la fabrication d'albums ou de tirages à offrir. On observe une **volonté croissante d'intégrer la photo dans des gestes du quotidien**, dans une logique plus créative que systématique. Le geste d'imprimer devient ainsi **un choix, une expérience, un prolongement du regard**.

- **UN BASCULEMENT PROGRESSIF VERS LE STOCKAGE EN LIGNE**

Face à la montée continue du numérique, **le cloud s'impose comme le nouveau réflexe d'archivage**. Il rassure sur la **sécurité et la pérennité des images**, tout en répondant à un besoin de simplification. L'impression reste stable, mais **son avenir interroge**, notamment chez les plus jeunes, qui adoptent davantage **une logique de flux que de conservation matérielle**.

- **UN INTÉRÊT CULTUREL EN ÉVEIL, AU-DELÀ DE LA PRATIQUE PERSONNELLE**

Les pratiquants expriment une **curiosité croissante pour les dimensions culturelles de la photo** : visites d'expositions, contenus audio-visuels spécialisés, ou achat de livres photo. **La photographie devient un objet d'intérêt culturel**, et non plus seulement une pratique. Cette ouverture vers des formats plus contemplatifs ou éditoriaux confirme que **le regard photographique se nourrit aussi de références et d'inspiration**.

CONCLUSIONS

2015-2025 : 10 ANS DE PHOTOGRAPHIE QUI ONT VU ÉMERGER UNE NOUVELLE CULTURE DE LA PHOTO

UNE DÉCENNIE D'ENGAGEMENT DANS LA PRATIQUE PHOTO

Depuis 2015, le Baromètre photo témoigne de **l'attachement persistant des Français à la photographie**. Cette fidélité traverse les changements de formats, de supports et de technologies. **La passion s'est intensifiée, la pratique s'est ancrée, l'expertise s'est renforcée**. En dix ans, ce qui était parfois un simple loisir est devenu pour beaucoup **un espace d'expression identitaire, de créativité personnelle, voire d'engagement esthétique ou culturel**. La photo est devenue le support incontournable pour se raconter et partager ses « micro-histoires » personnelles, et les plus jeunes sont de plus en plus séduits par le « vlogging ».

UNE PRATIQUE PLUS AFFIRMÉE ET PLUS TECHNIQUE

Si aujourd'hui, toute une génération entre dans la pratique photo par le smartphone, les évolutions observées depuis dix ans montrent une pratique qui s'est à la fois **technicisée et personnalisée**. Les accessoires se sont diversifiés et les attentes se sont élevées. Demain, **la photographie pourrait davantage intégrer des dimensions hybrides**, mêlant prise de vue, montage, narration et partage. **Le profil du photographe amateur de demain sera sans doute plus complet, plus agile, plus autonome**.

Dans les années à venir, **le défi pour les marques d'équipement photo, sera de répondre aux envies et besoins d'une génération arrivée à la photographie via le smartphone** et de les accompagner vers une pratique plus experte et diversifiée.

UN ÉQUILIBRE À TROUVER ENTRE INNOVATION ET SENS

Alors que **l'IA, la vidéo et le cloud redéfinissent les usages**, les pratiquants expriment une **volonté forte de garder le contrôle sur leurs images**. **Le besoin de tangibilité, de conseil, de repères humains** revient au cœur de l'expérience photo. On peut imaginer que dans les années à venir, les marques devront **réconcilier haute technologie et expérience sensible**, proposer des produits qui soient à la fois **intelligents, sobres, intuitifs et durables**.

VERS UNE CULTURE PHOTO PLUS OUVERTE, PLUS TRANSVERSALE

L'avenir de la photographie ne se jouera pas uniquement sur les plans techniques ou pratiques, mais aussi sur son **inscription dans une culture partagée**. L'intérêt remarqué **pour les expos, les podcasts, les livres photo, l'argentique et le vintage** suggèrent que **la photo devient aussi un territoire culturel, une façon d'explorer le monde, de raconter le réel**. Dans les prochaines années, on peut s'attendre à ce que cette dimension prenne plus d'ampleur, en lien avec **les enjeux de mémoire, de transmission et de narration visuelle**.



MERCI



Everything starts with people