

SALON
de la
PHOTO

9.
12
oct.

PARIS 2025
GRANDE HALLE DE LA VILLETTE

Photographier, Filmer, Créer

COMPTON

Le salon de la Photo vu par Claire Guarry

COMMUNIQUÉ
DE PRESSE



AFNUM
Alliance Française des Industries du Numérique



2025 : L'AVÈNEMENT D'UNE NOUVELLE CULTURE PHOTO

Une étude sur les tendances en matière de pratiques photographiques des Français réalisée pour le Salon de la Photo et l'Alliance Française des Industries du Numérique (AFNUM) par Sociovision (Groupe IFOP). Cette enquête est réalisée chaque année depuis 2015.

Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1 000 personnes âgées de 15 à 65 ans pratiquants de photos.

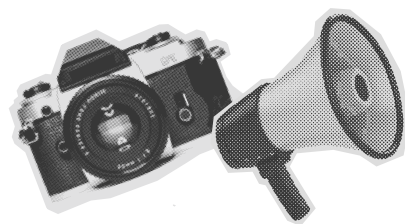
- Méthode des quotas intégrant les critères de sexe, âge, région, taille d'agglomération, taille du foyer et CSP du répondant

- Données collectées via panel online.

Le Salon de la Photo et l'Alliance Française des Industries du Numérique (AFNUM) dévoilent les résultats de la 10ème édition du baromètre photo, qui révèle une transformation profonde de la culture photographique française et l'émergence de nouveaux usages qui redéfinissent notre rapport à l'image.

À DÉCOUVRIR : En dix ans, il existe une véritable démocratisation de l'expertise photographique. Les Français ne se contentent plus de prendre des photos, ils développent une véritable culture de l'image.

- La Photo est une véritable passion française et les français se sentent plus experts dans leur pratique
- L'image au service des "micro-histoires"
- Le goût du vintage continue de gagner du terrain, encore plus chez les jeunes
- La vidéo s'ancre dans le quotidien des Français. La génération "Vloggeurs" est en marche.
- Les réseaux sociaux redéfinissent les pratiques photos et vidéos
- L'IA, un nouvel allié qui séduit autant qu'il interroge.
- Des pratiquants qui s'équipent avec exigence.
- Pouvoir d'achat : le prix reste le critère d'achat n°1 mais l'investissement est en hausse
- L'impression incontournable et repère émotionnel
- Vers une culture photo plus accessible et inspirante



**LA PHOTO,
UNE VÉRITABLE PASSION FRANÇAISE**

62%

des pratiquants
photos (pro ou
amateurs)
se disent
passionnés.

Depuis 2015, le nombre
de passionnés photo
continue à progresser
(+9pts).

UNE PASSION QUI ATTEINT DES SOMMETS HISTORIQUES

La photographie n'a jamais autant passionné les Français : **62% des pratiquants déclarent que la photo est une passion, soit une progression de 9 points par rapport à 2015.**

Cette montée en puissance s'accompagne d'une expertise croissante : **42% des pratiquants se considèrent comme experts (+13 points en 10 ans).**

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

La photo souvenir perd du terrain au profit du partage des moments de vie. Si la **photo « souvenir » reste la première motivation**, l'émergence du partage expérientiel transforme les usages, avec une progression notable **du partage des grands moments (+7 points) et des petits instants du quotidien (+3 points)**.

DES MOTIVATIONS GÉNÉRATIONNELLES DISTINCTES

Les motivations photographiques révèlent également des clivages générationnels marqués. Si 67% des 50-65 ans photographient avant tout pour garder des souvenirs, **34% de la Gen Z privilégie l'amusement comme motivation principale**. Cette différence illustre l'évolution d'une photographie mémorielle vers une pratique plus ludique et expressive chez les jeunes. La photographie reste également un outil de mise en scène de soi et de valorisation personnelle, traduisant l'influence croissante de la culture de l'apparence digitale sur les pratiques visuelles.

- **53%** font des photos pour **garder des souvenirs** (stable vs 2024) (43% pour les 15-29 ans, 51 % pour les 30-49 et 67% pour les 50-65)
- **37%** immortalisent **quelque chose de beau** (+2pts vs 2024)
- **32%** partagent **des grands moments de vie** (+7pts vs 2024)
- **28%** partagent **des petits moments de vie de tous les jours** (+3% vs 2024)
- 13% subliment et souhaitent embellir leur vie (+2pts vs 2024)
- 13% pour mettre en valeur leur vie (+2pts vs 2024)
- **9%** pour mettre en valeur **des créations personnelles (cuisine, bijoux, objets, déco ...)** (+2pts vs 2024)

DESTINATIONS "INSTAGRAMMABLES" : QUAND L'IMAGE GUIDE LE VOYAGE

56% des pratiquants choisissent leurs destinations de vacances en pensant aux photos qu'ils pourront prendre. Plus de la moitié des pratiquants prennent en considération l'impact visuel de leurs destinations. Cette "instagrammabilité" des lieux devient un critère de choix déterminant, révélant l'influence croissante de l'image sur les décisions de voyage.



PHOTOGRAPHER SON ACTIVITÉ PROFESSIONNELLE DEVIENT UN RÉFLEXE, SURTOUT CHEZ LES MOINS DE 30 ANS

47% des pratiquants ont besoin de faire de belles photos pour promouvoir leur activité professionnelle, un taux qui atteint **57% chez la Gen Z**. La photographie devient un outil de communication incontournable qui raconte des histoires personnelles et professionnelles.



LA RANDO PHOTO : UN LOISIR EN PLEIN ESSOR

L'alliance entre photographie et nature gagne du terrain : **53% des pratiquants ont envie de faire des randonnées photo** (+3 points vs 2024), transformer la marche en véritable chasse aux images. Cette tendance reflète une approche plus contemplative et immersive de la photographie.

LE GOÛT DU VINTAGE CONTINUE DE GAGNER DU TERRAIN, ENCORE PLUS CHEZ LES JEUNES

La tendance rétro confirme son ancrage durable : 54% des pratiquants se déclarent nostalgiques de l'époque de l'argentique (+17 points depuis 2015), et **66% adorent les appareils au design vintage** (+16 points). Cette fascination touche particulièrement **la Génération Z avec 72% d'adeptes du style rétro**.



78% des pratiquants considèrent désormais **les appareils photo vintage comme de véritables objets de collection**.

L'attachement à l'argentique et au design vintage renforce **la dimension patrimoniale et esthétique de la pratique photographique**, devenue centrale.

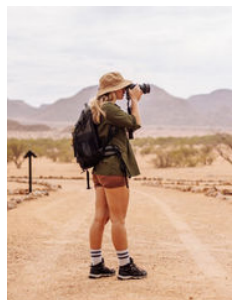
LA VIDÉO S'ANCRE DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS. LA GÉNÉRATION VLOGGEURS EST EN MARCHÉ.

L'évolution vers la vidéo se confirme : **32% des pratiquants en font une pratique quotidienne** (+17 points depuis 2018 et + 2 points vs 2024), avec un pic chez les jeunes où **47% de la Gen Z filme quotidiennement**.

Le phénomène "vlog" prend de l'ampleur avec **38% des 15-29 ans qui réalisent des vidéos hebdomadairement**, **34% qui les postent sur les plateformes** et **27% qui font du montage**.



LES PROCHES PUIS LES PAYSAGES SONT LES PRINCIPAUX SUJETS ARTISTIQUES POUR LA PHOTO



Les sujets privilégiés révèlent les priorités des Français pour la photo :

Famille et amis 58%

Paysages et nature 55%

Le selfie, pratiqué par 32% des utilisateurs, reste stable mais ancré dans les habitudes.

LES RÉSEAUX SOCIAUX REDÉFINISSENT LES PRATIQUES PHOTOS ET VIDÉOS

Les réseaux sociaux transforment profondément les usages photos et vidéos. Sans surprise **la Gen Z est la plus active sur les réseaux sociaux au quotidien** et montre une préférence marquée pour les **formats vidéo verticaux**.

YouTube s'impose comme le réseau transgénérationnel avec des taux d'utilisation élevés sur toutes les tranches d'âge (77% chez les 15-29 ans, 60% chez les 30-49 ans, 45% chez les 50-65 ans).

La publication comme **expression de soi** chez les jeunes : **31% de la Gen Z (15-29 ans) souhaite montrer leur personnalité** et leur univers lorsqu'ils publient des photos et vidéos sur les différents réseaux sociaux.

LES EFFETS ET FILTRES REDESSINENT LA NORME VISUELLE

Si le naturel reste privilégié par la majorité, la photo retouchée progresse, surtout auprès des jeunes. Filtres, retouches, effets : les outils numériques s'imposent comme des réflexes. L'intelligence artificielle séduit déjà une partie des pratiquants pour assister la retouche.

77% privilégient encore le "naturel" (-10 points depuis 2015). Toutefois, **23% préfèrent désormais la photo retouchée** (+10 points), avec **un pic à 34% chez la Gen Z**.

58% utilisent des applications de retouche (+11 points depuis 2017).

Près d'un pratiquant sur trois est désormais **favorable à une retouche systématique par IA** (30%).

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

L'intelligence artificielle s'impose dans les usages photo/vidéo, séduisant une majorité de pratiquants par ses apports en retouche, tri ou montage. 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.

L'intelligence artificielle divise mais séduit : **31% y voient une opportunité soit + 5% vs 2024** (particulièrement les moins de 30 ans à 36% et 17% pour les plus de 50 ans).

Dans les faits, **57% des pratiquants utilisent déjà l'IA pour améliorer leurs images**.

49% transfèrent régulièrement **leurs photos vers d'autres appareils pour les modifier avec des outils d'IA**. Les usages principaux concernent **la compensation des lacunes techniques** (28% pour "faire des choses que je ne sais pas faire"), la génération d'arrière-plans (25%) et la retouche automatique (25%).

51% apprécient l'intégration d'IA dans les appareils.

70% souhaitent une mention systématique sur les contenus générés par IA.

53% pensent pouvoir identifier une photo générée par l'IA, un taux qui monte à **70% chez la Gen Z**.



■ **DES PRATIQUANTS QUI S'ÉQUIPENT AVEC EXIGENCE**

ÉQUIPEMENT : VERS PLUS D'EXPERTISE ET D'INVESTISSEMENT

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, avant de s'équiper en appareil plus technique.

Les appareils experts trouvent leur place auprès d'un public passionné. Le marché se segmente entre usages du quotidien et attentes techniques plus pointues.

Les pratiquants investissent de plus en plus dans leur matériel dédié à la photo :

50% possèdent un équipement d'une valeur **inférieur à 500 euros** et 21% **entre 500 et 1 000 euros**.

21% des pratiquants évaluent leur matériel photo **à plus de 1 000 euros** (+3 pts vs 2016).

Le prix reste le principal déterminant dans le choix d'un futur achat pour 66% des pratiquants. Mais face à la complexité technologique, les pratiquants cherchent des repères : 45% sont influencés **par la marque** (+3 points vs 2024). 27% valorisent **les conseils** des vendeurs et 24% les recommandations des proches (+4 points vs 2024).

À noter la part **des créateurs de contenus** (youtubeurs, Instagrammeurs, bloggeurs...) est grandissante dans l'influence d'intention d'achat avec +2 points vs 2024 et +6% vs 2017.

UNE LOGIQUE D'ACCESSOIRISATION POUR GAGNER EN CRÉATIVITÉ

La possession d'accessoires se généralise, devenant **un pilier de la pratique amateur comme experte**. Trépied (26%), micro (18%), batteries (27%) et stabilisateurs (8%) permettent d'explorer de nouvelles formes de création.



■ **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. L'intérêt reste présent, mais moins en expansion que par le passé.

En 2025, les pratiquants ayant envisagé de se mettre aux achats d'occasion ou au reconditionné sont plus nombreux (respectivement + 5 pts et + 2% vs 2024).



L'IMPRESSION, TENDANCE INCONTOURNABLE ET REPÈRE ÉMOTIONNEL

L'impression reste, quant à elle, une pratique solide : **88 % des Français impriment leurs photos**, un chiffre qui se maintient depuis 2015.

66% estiment que rien ne peut remplacer une photo imprimée (+3 points vs 2024), et **70% adorent créer des albums photos** (+11 points depuis 2015).

Cette alliance entre personnalisation et impression fait de la photo un élément tendance essentiel de la décoration.

Les tirages spécifiques gagnent en popularité : formats carrés Instagram, mini-formats, mais aussi cartes personnalisées et boxes photos progressent.

L'esthétique vintage séduit 70% des pratiquants (+6 points depuis 2019).

L'impression mobile se démocratise : 48% utilisent des applications smartphone pour imprimer (+7 points depuis 2018).

Les albums photos transcendent leur fonction mémorielle pour devenir de véritables **objets de décoration** : disposés sur les tables basses et étagères, ces livres photos s'imposent comme des coffee table books personnalisés qui reflètent le style de vie de leurs propriétaires.



Parallèlement, **l'impression photo artistique connaît un essor remarquable** avec des tirages grand format, des encadrements soignés et des compositions murales qui transforment les souvenirs en œuvres d'art décorative. Cette esthétisation de la photographie personnelle répond à **une quête d'authenticité** dans l'habitat, où les images intimes remplacent les reproductions génériques pour créer des intérieurs uniques et chargés d'émotion.

VERS UNE CULTURE PHOTO PLUS ACCESSIBLE ET INSPIRANTE

On observe une volonté croissante d'intégrer la photo dans des gestes du quotidien, dans une logique plus créative que systématique.



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.

Au-delà de la technique, une véritable culture photo émerge :

46% des pratiquants ont envie de **visiter des expositions photos** (+4 points vs 2021), dont 23% l'ont déjà fait.

37% souhaitent **acheter des tirages en galerie**, 37% des livres de photographie et 37% visionner des documentaires sur le sujet.

CONCLUSION :

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.

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.

L'étude complète sur demande.

Dates et horaires

- Jeudi 9 octobre 2025 : 10h - 19h
- Vendredi 10 octobre 2025 : 10h - 19h
- Samedi 11 octobre 2025 : 10h - 19h
- Dimanche 12 octobre 2025 : 10h - 19h

Pour demander votre accréditation médias & influence

<https://www.lesalondelaphoto.com/fr-FR/presse-createur-contenus/accreditation>

Pour télécharger le Kit média

<https://www.lesalondelaphoto.com/fr-FR/presse-createur-contenus/kit-media>

BILLET PLEIN TARIF 13,00 €
BILLET TARIF RÉDUIT 7,00 €



Soutenu par

