



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

Les photographes face à la révolution numérique 2/2

Voici la seconde partie d'un article en deux parties sur le devenir des photographes professionnels face à la révolution numérique. Dans la **première**, nous avons notamment couvert la démocratisation des outils, la situation de leurs clients professionnels, les nouveaux intermédiaires et les migrations de valeur du secteur.

Dans cette partie, nous allons nous pencher sur le côté artisanal du métier de photographe, sur les règlementations du secteur et enfin sur les pistes d'innovation adoptées ou adoptables dans ce secteur.



Un métier d'artisan

Le métier de photographe professionnel est très artisanal. Il n'y a pas de grosses sociétés dans le secteur, pas de milliards de dollars et de milliers d'emplois (visibles) en jeu. Et donc, pas de licenciements spectaculaires comme dans l'industrie traditionnelle quand ça va mal.

Ce métier associe des savoir-faire de nombreuses natures : technologique, artistique, relationnels et aussi business. S'y ajoute aussi une dose de chance, surtout dans le photoreportage.

La technologie se maîtrise avec de la formation (ou auto-formation), l'expérience et l'expérimentation. Et comme pour tous les contenus : ce n'est pas parce que les appareils photos y compris les réflex pro, sont devenus grand public que tout le monde peut en faire son métier et ni d'ailleurs faire du bon travail. On peut déjà partir du principe que 95% des amateurs ne savent déjà pas cadrer une photo : le grand classique du visage au centre de la photo !

Les compétences à accumuler pour être un bon professionnel restent substantielles. C'est comme la PAO et la mise en page ! L'habit ne fait pas le moine ! Il y a aussi des pros qui font du travail bâclé. Tout comme les journalistes qui sont de plus en plus contraints par une économie de la presse en berne, les photographes doivent aller de plus en plus vite. Les portraits de cadres en entreprise sont de la partie, surtout lorsque les sujets concernés sont pressés !

Les dimensions artistiques et psychologiques complètent les compétences techniques et c'est une question de personnalité et d'approche du métier. Quant à la dimension business, c'est peut-être là que le bât blesse le plus quand on voit certains tarifs qui s'apparentent à de la vente à perte !

Le site **Annuaire Photographe** référence 9416 photographes professionnels dans toute la France. On peut parcourir leurs sites web et découvrir leurs offres. Voici un exemple de tarif pratiqué par un photographe (anonymisé pour la circonstance et Google Image ne vous permettra pas de le retrouver, j'ai vérifié...). 200€ pour une photo de femme enceinte et de son bébé avec création d'un album !

C'est probablement un prix psychologiquement élevé pour la cliente. Mais cela représente au minimum le déplacement, au moins une à deux heures de travail sur place, plus autant pour le dérushage, la post-production et la gestion des tirages. Donc, en tout, une très grosse demi-journée de travail dans le meilleur des cas. Sur ces 200€, que reste-t-il comme salaire pour le photographe une fois pris en compte tous les frais (locaux, matériel, ...) ? Au mieux, 80€. C'est au niveau du ménage ou de la garde d'enfants (environ 20€ de l'heure) ! Pour de la photo d'entreprise, les tarifs peuvent atteindre et dépasser 1000€ par jour de prise de photo. Mais cela intègre la post-production qui ajoute un jour. Bref, 500€ par jour. Le tarif d'un développeur. C'est déjà mieux. Mais celui qui vend cela doit intégrer tout le coût du matériel. Et même avec deux écrans, un poste de travail de développeur coûte moins cher !

Retour à la page d'accueil

Tarifs Prestations et Ventes

Trouvez vos photos !

Tarifs suite à un reportages :

Reportage femme enceinte + bébé au domicile ou maternité + album 21x29 (30 à 40 photos)	200.00€
Reportage + album 21x29	150.00€
1 album 21x29 (environ 30 à 40 photos)	50.00€
Prise de vue au domicile	45.00€
Carte remerciement ou faire part (10x20)	1.50€
Retirage 10X15	2.50€
Retirage 15X20 avec chemise	4.00€
Retirage 18x24 avec chemise	6.00€
Poster 20x30	10.00€
Poster 30x40	25.00€
Poster 40x50	35.00€
Poster 50x70	45.00€
Photo sur toile 20x30	50.00€
Photo sur toile 30x40	85.00€
Photo sur toile 40x50	120.00€
Photo sur toile 50x70	170.00€

Naissances :

Photographe 200€

FORFAIT NAISSANCE

Une séance photo de la maman enceinte
 Une séance photo du bébé à la maternité ou au domicile
 1 Album 21x29 avec 40 photos
 1 Album d'index

Selon une enquête réalisée en Bretagne par l'association **France Image Pro** : "80 % des photographes n'appartiennent à aucune association ou structure professionnelle, 80 % des photographes travaillent seuls et 44 % sont autodidactes".

Le côté artisanal de la profession se retrouve dans les instances qui la représentent. Le secteur est divisé avec un grand nombre de syndicats qui éparpillent la représentation du secteur. Alors que pourtant, il n'a quasiment qu'un seul interlocuteur public (en plus du législateur) : la mission de la photographie au ministère de la culture et de la communication (à la DGMIC).

Il y a en vrac, l'**Union des Photographes Professionnels**, le **Syndicat Général des Maîtres Artisans et Artisans de la Photographie** (bravo pour le site web top gun...), l'association **Photographes Auteurs et Journalistes (PAJ)**, l'**Association Nationale des Iconographes**, et même tant qu'à faire, une **Union Française des photographes Aérostiers** pour la photographie aérienne. Il y a aussi un **Groupement National de la Photographie Professionnelle** qui fédère les syndicats régionaux de photographes ainsi que le **Syndicat de la Photographie Scolaire**. Ca fait du monde !

Régulation, règlementation et lobbying

Dernier aspect qui peut distinguer ce secteur d'autres activités impactées par le numérique : la régulation et la règlementation du secteur.

Le métier de photographe est un métier d'artisan mais pas une profession règlementée avec des numéros clausus comme avec les taxis ou les notaires. Il n'y a pas non plus de labels de qualité. Contrairement par exemple à la télévision que nous avons abordée précédemment, il n'existe

aucune barrière de protection pour les photographes. Qui plus est, l'éparpillement de leurs structures tout comme de leurs représentations nuit à toute efficacité pour leur lobbying.

Les pouvoirs publics n'ont pas inventé de taxe de redistribution de la valeur créée, comme il l'a fait sur la musique et le cinéma (cf le **schéma de la redistribution** que j'avais compilé en 2012). Il n'y a pas eu non plus d'aides publiques ou de "plans de sauvetage" comme celui de la presse écrite en 2009, un secteur qui vit sous perfusion des deniers publics depuis des décennies. Que reste-t-il ? Certes, le régime du droit d'auteur s'applique aux photographes. En théorie.



La réglementation porte surtout sur la fiscalité du métier. Elle est d'ailleurs compliquée. J'ai essayé de comprendre de quoi il en retournait en lisant la référence : "Vendre ses photos" de Joëlle Verbrugge. Je me posais notamment la question de savoir comment un particulier comme moi, photographe à ses (nombreuses) heures perdues pouvait éventuellement monétiser ces réalisations comme revenu complémentaire.

Résumé : ce n'est pas bien facile ! On a le choix entre le statut d'auteur-photographe (vente de photos possibles mais pas de prestations), artisan-photographe (le cas le plus large revenant à créer sa société) ou photojournaliste. Enfin, on peut être photographe occasionnel et déclarer des revenus "non commerciaux" (allez comprendre...) dans sa feuille d'impôts pour peu que l'activité de vente de photos soit uniquement ... occasionnelle. Donc, il faut en gros créer sa société, s'inscrire à l'AGESSA (sécurité sociale des auteurs) même si on est déjà couvert par la sécurité sociale de son activité principale. Comme il faut payer des charges sociales sur tout revenu, il faut en passer par là.

C'est finalement bien plus compliqué que le statut d'auto-entrepreneur. De plus, les transactions relèvent de faibles montants. Si un média vous propose de vous acheter un cliché, oui cela peut arriver (ça m'est arrivé), vous allez passer des heures de paperasserie pour récupérer 100€ ou 200€ au mieux. C'est à se décourager de vendre son travail ! Indirectement, cette lourdeur administrative a une conséquence directe : elle fait glisser une partie des photographes

occasionnels qui souhaiteraient valoriser leurs créations vers le modèle du gratuit. Voire vers la fraude fiscale avec paiement de prestations au black, une pratique très courante dans les événements privés.

L'Association pour la Promotion de l'Image a fédéré un temps, les différentes associations du secteur. Elle a notamment été l'étendard de la défense des photographes professionnels face au Ministère de l'Intérieur, lors de la mise en place du passeport biométrique. En 2005, l'Etat avait prévu d'installer des stations intégrées dans 2000 mairies pour saisir non seulement les empreintes digitales mais aussi les photos d'identité des citoyens. Dans ce dernier cas, il me semble, avec des technologies de type webcam, comme dans le contrôle des passeports aux USA depuis 9/11. L'affaire a duré 6 ans, de 2005 à 2011 et les photographes professionnels ont obtenu gain de cause, grâce notamment au support de mairies. A la clé : 8000 à 9000 emplois auraient été sauvés. C'est un peu comme dans le numérique, on ne sait pas trop comment ils ont été comptabilisés. Dans la mesure où il y aurait 14000 photographes professionnels en France, les deux tiers ne sont tout de même pas dédiés aux photos d'identité !

En fait, l'histoire était surtout poussée par la société Photomaton (déjà citée) qui pouvait se voir concurrencée par ces nouveaux dispositifs. L'affaire a été conclue par l'annulation en octobre 2011 d'un décret du gouvernement de 2008 appliquant une loi votée en 2005 après un **recours en contentieux au Conseil d'Etat**. Mais à part cette histoire qui a fait un peu de bruit, le taux de syndicalisation des entrepreneurs photographes est très bas et leur capacité de nuisance plutôt faible. La fragmentation de leur représentation n'aide pas beaucoup.

Dans les propositions de la mission Lescure, deux propositions sont faites qui visent à soutenir le métier des photographes professionnels. C'est déjà une performance en soi !

La **proposition 36** consiste à *"soutenir les actions de pédagogie et de sensibilisation des organisations professionnelles tendant à promouvoir le respect des droits moraux et patrimoniaux des photographes"*.

La **37** vise à *"établir, sur la base d'une large concertation, un code de bonne conduite, encadrant l'utilisation des banques d'images et le recours à la mention « Droits Réservés », conditionner les aides à la presse à un usage raisonné de la mention « DR » et à un approvisionnement auprès des agences coopératives, des collectifs de photographes et des indépendants"*.

Sachant qu'il ne s'agit que de propositions et que leur mise en place passe par la concertation. Pas sûr que cela puisse sauver cette profession bien mal en point !

Comment innover ?

Le gros du travail est à faire par les photographes eux-mêmes. La puissance publique ne va pas innover à leur place ! Se pose la question de la posture d'un tel secteur face à la révolution numérique. A-t-elle été adéquate ? Comment peut-il s'adapter au mieux à ces bouleversements.

Les photographes professionnels ont été comme beaucoup de professions un peu lents à la détente dans l'adoption du numérique. Tout d'abord dans l'adoption des réflex numériques. Mais aussi dans les outils de l'Internet. Aujourd'hui encore, il est frappant de constater que les sites de photographes professionnels sont plus souvent statiques que dynamiques (créés avec des CMS genre WordPress, Drupal, Joomla ou autres) sans compter des designs assez moyens. Ils seront aussi certainement lents, moi compris, à s'adapter à la fin inéluctable du réflex et son remplacement à terme par les appareils "sans miroirs", plus légers.

Nous sommes ici dans un cas un peu particulier : il s'agit d'une profession combinant un aspect artisanal, des dépenses d'immobilisation relativement élevées et des coûts humains tout aussi élevés (high capex - high opex). Nous ne sommes pas comme dans les startups du numérique avec de potentielles économies d'échelle. L'adaptation à la révolution numérique requiert un modèle d'innovation de service. Ne demandez pas à un photographe professionnel de lancer un nouvel Instagram, ce n'est pas son métier ! Et même si d'aventure, l'un d'entre eux y arrive, il sera une exception.

Dans quelles dimensions innover ? Le positionnement des photographes professionnels, c'est la qualité et la personnalisation. La concurrence vient du do-it-yourself et d'outils approximatifs dotés d'une grande réactivité et avec un coût marginal faible. Et on n'a pas fini d'en voir de toutes les couleurs, comme avec ces Google Glass qui permettent de photographier tout ce que l'on voit à tout bout de champs. Les smartphones vont continuer de s'améliorer même si, heureusement, ils sont limités physiquement par les lois de l'optique. Même si l'on n'est pas à l'abri - façon de parler - de l'émergence de nouveaux capteurs type nid d'abeille capables de les contourner.

On a donc une équation à résoudre associant **prix, qualité** et **délais**. Comment réduire les prix, augmenter les volumes tout en assurant un bon niveau de qualité ? Comment ajouter autre chose genre, une **valeur sociale** à la photo des professionnels ou toute autre forme de différenciation ? Balayons quelques initiatives pour voir ce qu'il est aujourd'hui possible de faire.

Premier exemple : les cabines **Photomaton** estampillées **Studios Harcourt** qui reproduisent l'éclairage en lumière continue (avec une seule source néon) du studio de la rue Jean Goujon à Paris. Le tout pour 10€. Ce studio était historiquement positionné dans le haut de gamme avec des portraits vendus dans les 1700€. Il propose maintenant des packages plus abordables entre 300€ et 400€. Les Studios Harcourt appliquent ici la stratégie dite de "l'undershot" décrite par Clayton Christensen dans ses fameux bouquins sur l'innovation.



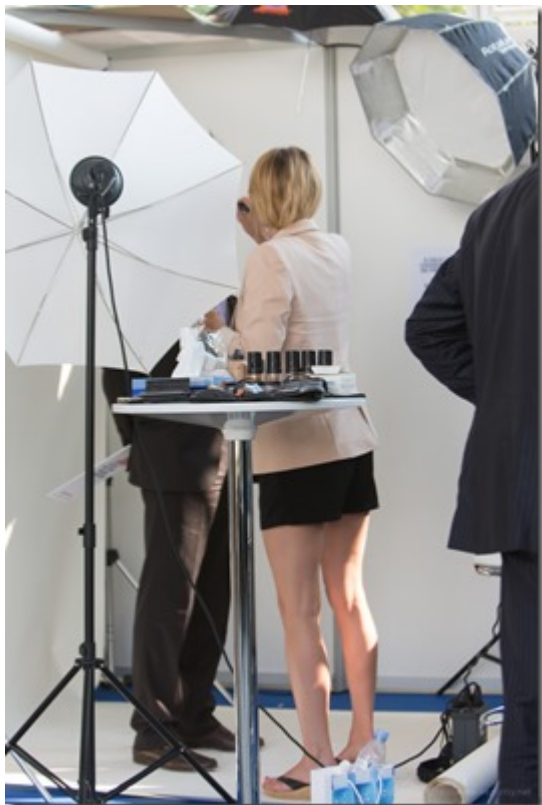


Mais cela devient alors du travail à la chaîne. La dimension “psycho” de la photo tend à disparaître quand on n’a que 15 minutes par personnes pour un portrait. Mon expérience dans le cadre du projet “Quelques Femmes du Numérique” et mes discussions avec des pros du secteur confirment que ce n’est pas assez pour faire de bons portraits. Il faut plutôt de une à deux heures ! C’est lié au fait qu’une photo n’est pas réussie que du fait de la lumière ou de l’éclairage. Il faut que la personne soit à l’aise et communique quelque chose. Ca prend du temps et nécessite beaucoup d’essais ! Une belle photo est le résultat de plus de 200 clichés et de patience !

A noter que Photomaton a aussi conçu une autre cabine photo, cette fois-ci avec l’aide de **Philippe Starck** pour le design (*ci-dessous à droite*). Elle se différencie dans le design extérieur et l’interface utilisateur (3D, réalité augmentée) plus que dans la qualité de la photo elle-même.

Autre exemple, les offres de shootings photo pendant les événements. Le truc classique consiste pour un photographe professionnel à installer un **mini-studio** sur site avec deux parapluies plus flashes de studio et d’utiliser un fond de la marque ou un fond blanc. Les invités sont pris en photo à la chaîne avec un bon réflex. Le plus souvent, la photo est envoyée aux invités après l’événement. Exemple ci-dessous, toujours aux Universités d’Eté du MEDEF, avec un petit plus : le maquillage.

Une variante existe avec la **Tcheeze Box**, de la startup du même nom, une cabine de prise de vue connectée particulièrement adaptée aux événements. Elle capte photos et vidéos, et les envoie aux intéressés par email ou les réseaux sociaux. Elle sait aussi imprimer les photos, of course.

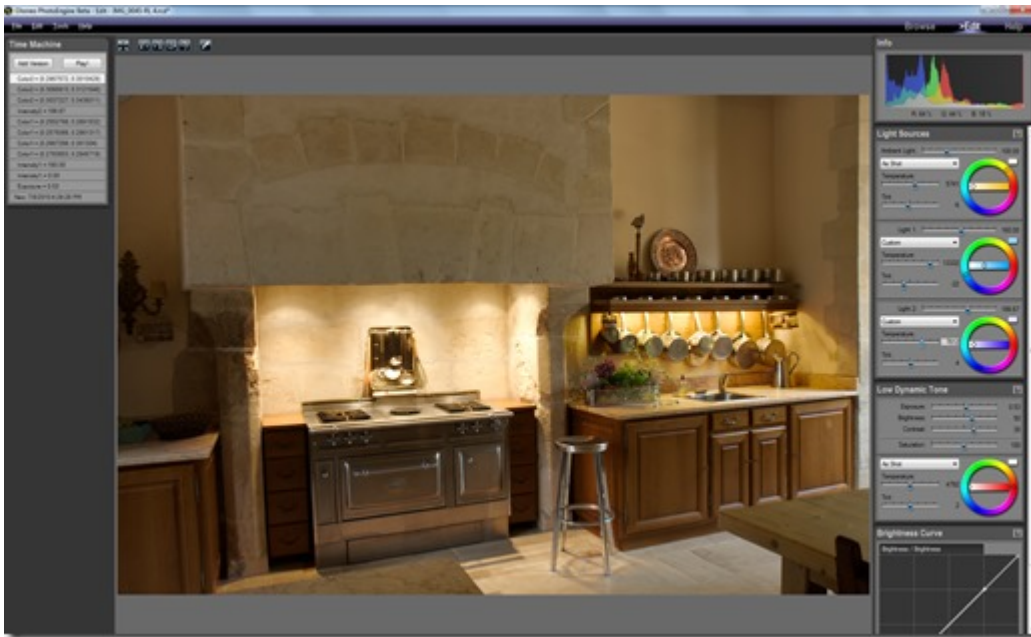


Quelques entrepreneurs ont cherché à accélérer le processus. C'est le cas de **Headoo** qui propose une solution de transmission des photos sans fil sur tablette. Le photographe ou son équipe peut ainsi montrer rapidement les photos aux invités qui choisissent "la bonne" et peuvent la récupérer immédiatement par mail ou via les réseaux sociaux. Ils appellent cela la "wireless social photography". On est encore dans une approche industrielle. La qualité baisse et le délai se raccourci. Toujours délicat d'avoir les deux à la fois !

Le délai se raccourci aussi pour les photographes d'événements (news, sports). Ils dérushent leurs photos sur leur Mac sur site et les envoient rapidement à leur client ou leur agence. Parfois, eux-aussi sont équipés de connexion Wi-Fi sur leur réflex et un collaborateur dérushes les photos au fil de l'eau. Une photo d'une compétition sportive va ainsi se retrouver en quelques minutes dans un média en ligne. Côté qualité, certains photographes d'événements cherchent à se différencier par l'équipement, qu'il s'agisse d'imposants téléobjectifs à grande ouverture ou carrément avec leur boîte à lumière mobile (*ci-dessous, vus aux Universités d'Eté du MEDEF 2013*). On notera au passage que la profession de photographe professionnel se féminise lentement mais sûrement (curieusement, plus lentement que dans la vidéo). Le regard féminin peut être différent, notamment pour la réalisation de portraits.



Les photographes professionnels doivent être aussi à l'affût des innovations technologiques du secteur. L'une d'entre elles m'a épaté il y a quelques années, le logiciel Relight de la startup française **Oloneo** (*exemple ci-dessous*). Elle permet d'accélérer la capture de photos en intérieur et en studio avec des éclairages multiples. Au lieu de faire plein d'essais avec des réglages différents sur chaque source de lumière, le photographe prend une photo avec chaque éclairage mis en route à tour de rôle. Il peut ensuite faire le mixage de ces différentes photos (prises sur pieds) dans le logiciel et en temps réel. Cet outil permet de gagner beaucoup de temps et d'atteindre un très bon résultat. Il est bien plus abouti que le **Lytro**, cet appareil photo qui permet de faire la même chose, mais avec la mise au point, mais dont la résolution actuelle est assez faible. Le numérique bien utilisé, c'est aussi cela : faire gagner du temps ! Et là, cela concerne spécifiquement les professionnels et pas les particuliers.



Autres pistes d'innovations, le mélange des genres. Côté grand public, c'est le cas de studios de quartiers qui sont intégrés à des boutiques de matériel photo voire de matériel informatique. Là, on optimise les loyers et la génération de trafic. Et le système permet de faire aussi bien du volume (à l'échelle locale) et de la qualité. Il y a aussi déjà une offre de formation grand public abondante. Une grande question se pose avec le support numérique des photos : comment en gérer le stockage dans la durée et traverser les générations ? La réponse n'est pas seulement "le cloud" mais la manière de bien le gérer. Là encore, des services nouveaux de proximité peuvent être inventés. Autre mélange des genres possible, choisi par certains photographes, le chemin de la vidéo, notamment alimenté par les nouvelles capacités vidéo des appareils reflex.

La créativité artisanale peut aller encore plus loin, comme avec **Dody** et ses appareils transformés en objets d'art par ajout de skins et autres effet de bijouterie style Swarovski. Son créateur a sa petite agence de photo d'événements.



Il y a probablement plein de pistes à explorer côté btob au-delà de la photographie “corporate” qui se porte mieux que celle qui alimente la presse : le média training photographique (comment être “bien” dans les photos, notamment dans le business), l’intégration de la photo dans d’autres formations (prise de parole en public, communication), l’aménagement d’intérieurs professionnels avec la photo, etc. Finalement, il s’agit de mieux intégrer la photographie dans une stratégie de communication au même titre qu’on peut le faire avec la vidéo.

Il existe aussi plein de pistes d’innovations plus technologiques dont la plupart ont déjà été explorées : la photographie aérienne grâce aux drones hélicoptères de plus en plus courants, le 360°, la 3D (quoique...), la très haute résolution par stitching (photos de paysages de plusieurs giga-pixels par assemblage de plusieurs photos), le HDR (photos de grande dynamique d’exposition), le retraitement en Photoshop avec nouvelles approches créatives, le retour à l’argentique (et oui...), l’affichage dynamique de photos sur grands écrans, etc. Ces techniques ont chacune créé leur marché de niche. Il faut savoir les identifier le plus en amont pour surfer sur la vague et passer à autre chose lorsqu’elles se commoditisent.

Le sujet est loin d’être épuisé. Dans un tel secteur en mouvement perpétuel et avec des glissements de valeurs incessants, une chose est certaine : la remise en cause est indispensable ! Si tu ne bouges pas, t’es mort...

Cet article a été publié le 30 août 2013 et édité en PDF le 5 septembre 2020.
(cc) Olivier Ezratty - “Opinions Libres” - <https://www.oezratty.net>