

PHOTOGRAPHE

PRO+

Artiste photographe

2^e éd.

SE FORMER, CONSTRUIRE SON PORTFOLIO
ET VIVRE DE SES ŒUVRES

FABIÈNE GAY JACOB VIAL

EYROLLES

Artiste photographe

2^e éd.

SE FORMER, CONSTRUIRE SON PORTFOLIO
ET VIVRE DE SES ŒUVRES

PHOTOGRAPHE
PRO
+

Quand on est un photographe qui ne se destine ni à la photo sociale, ni au *corporate*, ni à la publicité et que l'on souhaite simplement voir reconnaître « sa » photographie, diffuser ses images (édition, exposition, vente de tirages) et en vivre, le parcours est délicat.

Cet ouvrage, revu à l'occasion de sa deuxième édition, aborde la question des choix relatifs à l'enseignement initial de la photographie et propose aux photographes des directions pour évoluer dans le cadre d'une activité purement artistique.

L'auteur rend compte du point de vue de professionnels et d'experts engagés dans la formation, l'accompagnement et la diffusion des photographes. Elle propose un panorama complet de ce qui s'offre à tous ceux qui souhaitent vivre de leur art.

Fabiène Gay Jacob Vial est spécialisée dans le conseil, la formation et le coaching. Depuis 2001, elle accompagne des professionnels de la photographie dans le développement de leurs projets ainsi que des professionnels de la communication dans la création d'entreprises dans le domaine de la photographie.

AU SOMMAIRE

Se former à la photographie. Déterminer la finalité de sa création • L'école : point de départ d'un projet • Choisir une école • Quelles écoles pour devenir photographe? • Des métiers autour de la création **Workshop et master class.** De la vigilance • Préparez-vous! • Les stages • Workshop ou master class : à la découverte de quatre pratiques **Prix, bourses, résidences et aides publiques.** La mutation du métier de photographe comme point de départ • Participer à un prix, une bourse ou une résidence • Les dispositifs d'aides publiques **Diffuser sa photographie.** Sa visibilité et ses choix de professionnel • Les galeries et les centres d'art • Les collectionneurs • Les éditeurs • Les festivals • La presse • Les iconographes • Sponsors et partenaires **Parler de sa photographie.** Assurer son propos de photographe • Mettre en mots son propos de photographe • Présenter sa photographie.

Code éditeur : G67707
ISBN : 978-2-212-67707-2

9 782212 677072

Conception : Nord Compo

Artiste photographe

SE FORMER, CONSTRUIRE SON PORTFOLIO
ET VIVRE DE SES ŒUVRES

CHEZ LE MÊME ÉDITEUR

Dans la même collection

- R. Nething, *Marketing web pour les photographes*, 2018
É. Delamarre, *Expos photo, festivals, livres... Les coûts pour le photographe*, 2018
É. Delamarre, *Les tarifs et le devis du photographe*, 2016
F. Gay Jacob Vial, *Être photojournaliste aujourd'hui*, 2016
A. Amyot, *Vivre de ses photos*, 2^e édition, 2016
M. Dournes, *Les photographes et le droit*, 2015
F. Gay Jacob Vial, *Animer des ateliers de photographie*, 2013
F. Gay Jacob Vial, *Créer et gérer une activité de photographe*, 2012

Devenir photographe professionnel

- J. Moya, *Créatif en free-lance, je me lance*, 2018
S. Tailleux, *Être photographe portraitiste*, 2^e édition, 2017
É. Delamarre, *Profession photographe indépendant*, 4^e édition, 2016
C. Flers, *Vivre de la photo de mariage*, 2013

Et bien d'autres titres. Consultez notre catalogue sur www.editions-eyrolles.com,
et notre actualité sur notre page Facebook Eyrolles Photo ou notre compte Instagram [eyrolles.photo](https://www.instagram.com/eyrolles.photo).

Éditions Eyrolles
61, bd Saint-Germain – 75240 Paris Cedex 05
www.editions-eyrolles.com

Conception graphique et mise en pages : Nord Compo

Aux termes du Code de la propriété intellectuelle, toute reproduction ou représentation intégrale ou partielle de la présente publication, faite par quelque procédé que ce soit (reprographie, microfilmage, scannérisation, numérisation...) sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles L.335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. L'autorisation d'effectuer des reproductions par reprographie doit être obtenue auprès du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) – 20, rue des Grands-Augustins – 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2014, ISBN : 978-2-212-13985-3

© Éditions Eyrolles, 2019 pour la présente édition, ISBN : 978-2-212-67707-2

PHOTOGRAPHE

PRO

Artiste photographe

2^e éd.

SE FORMER, CONSTRUIRE SON PORTFOLIO
ET VIVRE DE SES ŒUVRES

FABIÈNE GAY JACOB VIAL

EYROLLES

Note aux lecteurs

Au fil des chapitres, ici ou là, vous trouverez dans les marges de l'ouvrage des QR codes et leurs liens associés pointant vers des ressources susceptibles d'enrichir votre lecture (articles, entretiens audio ou vidéo...). Si vous ne disposez pas de l'application vous permettant de lire ces codes, les liens réduits peuvent être tapés directement dans votre navigateur afin que vous puissiez accéder aux documents proposés.



go.eyrolles.com/FGJV-Galbert

Avant-propos

Dans la première édition de cet ouvrage parue en 2014, j'affirmais que l'on *entre* en photographie pour devenir un artiste. Il me semblait alors évident qu'en se dirigeant vers la profession de photographe, nombre d'entre vous aspiraient à acquérir une reconnaissance certaine et à vivre de la vente de leurs œuvres, faisant du succès et de la création une alchimie de la réussite en matière d'art. Quatre années plus tard, mon avis est le même : on *entre* toujours en photographie parce que l'on rêve de voir ses images rejoindre le lot de celles qui sont exposées dans les plus grands festivals, présentées dans les foires les plus significatives et acquises par des collectionneurs avertis ou par des institutions. De même, on fait toujours de la photographie pour en retirer des revenus et non pour avoir un métier en parallèle de sa pratique. Les choses n'ont pas changé et je parie qu'elles ne changeront pas dans les années à venir. On aspire à être photographe pour faire de la photographie et pour en vivre.

Envisager l'art comme un marché

Je suis dubitative sur les moyens que celles et ceux qui veulent devenir artistes consacrent à la réalisation de ce rêve. Est-ce qu'ils n'y croient pas assez et se contentent de ce qui pourrait advenir ? Est-ce parce qu'ils ne sont pas totalement sûrs d'eux et qu'ils considèrent cet aboutissement comme une utopie et non comme un objectif au service duquel déployer des moyens tangibles ? Est-ce justement parce qu'il s'agit d'un rêve fait d'absolu et non d'un but ? Est-ce simplement parce qu'ils ne sont pas assez investis et réellement actifs ?

Tant que l'on est dans le rêve, on ne peut avoir de prise sur le réel. Sachez-le. En revanche, si l'on considère un but, on peut agir. Devenir artiste, c'est maîtriser son talent, canaliser son inspiration, nourrir et organiser son récit personnel. C'est une énorme tâche à accomplir. Être artiste, c'est égale-

ment faire un choix, celui de consacrer sa vie à l'art et à la création. C'est tout sauf se laisser aller au rêve si séduisant puisse-t-il être.

Lorsque j'interroge les photographes que j'accompagne sur leur volonté de carrière, j'entends beaucoup de retenue. « Oui, j'aimerais bien que mes images soient achetées par des collectionneurs et être représenté par une galerie. » Le marché de l'art est un marché comme un autre. Il a des codes, des acteurs, des relais et, surtout, il a des règles ! Comment pensez-vous y parvenir si vous les ignorez et si vous considérez que la chance est votre principal outil ? Nul ne vous fera de cadeaux. Peu de gens vous aideront réellement sans intérêt avoué ou dissimulé. Un galeriste travaille avec un photographe car il peut vendre ses œuvres, un magazine montre des portfolios car cela satisfait ses propres lecteurs et lui permet de voir son titre acheté, les festivals exposent qui fera venir le public, les agences intègrent les photographes qu'elles pourront vendre. Il est compliqué pour les éditeurs de publier un ouvrage qui n'a pas de rentabilité et ne présente qu'un très faible potentiel de vente. Vous comprenez que tout est bien affaire de marché, d'offre, de clients et de prix. Nul ne vous exposera ni ne vous éditera pour vous faire plaisir. Ils le font car votre photographie alimente leurs affaires. Cela peut être difficile à entendre ; il faut pourtant l'admettre.

Vouloir être artiste et ne pas envisager de gagner sa vie par la reconnaissance de son talent et la vente de ses œuvres est un contresens. Le laisser penser est une mascarade et le croire une erreur.

Aux ^{xix}e et ^{xx}e siècles, jusque dans les années d'après-guerre, il n'y avait aucune équivoque sur ce point, les artistes aspiraient bel et bien à vivre de leur art. Certes, l'époque était autre et il y avait aux côtés des artistes, des peintres en particulier, de grands marchands tels, par exemple, Rosenberg et Kahnweiler. Compétition entre artistes, émergence de mouvements artistiques et picturaux, relation aux collectionneurs et au clergé, ces marchands ont abordé avec lucidité chacun de ces champs et ont installé l'art et les artistes dans la société. Ils ont fait du commerce revendiquant à l'envi que le travail de l'artiste était de créer. Entre eux, une répartition des rôles de fait, une relation franche et saine, des amitiés bien souvent. D'abord stratèges, puis habiles vendeurs, parfois eux-mêmes mécènes, ils ont fait la carrière des grands artistes du début du siècle. Cependant, ils n'auraient rien fait sans l'investissement et l'acharnement des artistes eux-mêmes.

Travail, travail, travail, travail, et encore travail. Je n'ai aucun autre conseil à vous donner : travail et investissement personnel sont la clé de votre réussite et certainement de votre bonheur à être photographe.

Artiste : réalité professionnelle ou posture sociale ?

Il semble que vous ayez fait le choix d'être non seulement photographe mais artiste. Revenons sur la définition de l'artiste et essayons de mesurer ce qu'il faut entreprendre pour parvenir à vos fins.

Au fil des ans, être artiste est devenu une posture et une réalité sociale. Il semble dès lors que se définir comme artiste positionne et donne une réalité. C'est encore pour nombre de personnes une fin en soi et n'importe quel amateur qui propose de mauvaises images n'hésite pas à s'affubler du titre d'artiste.

Si vous cherchez une définition au mot « artiste », vous en trouverez des dizaines. Toutes font référence à la création. Se pose alors la question de définir la création et de lui adosser une valeur. Je n'ai rien contre la créativité de tous, contre le *do it yourself* qui met depuis cinq ou six ans sur le devant de la scène des personnes particulièrement douées dans une discipline ou une autre. On découvre ainsi de très belles choses, mais cela n'a rien à voir avec l'art et les artistes. C'est une profession à part entière ; elle est difficile, laborieuse et demande une très forte implication. On ne peut pas se décréter artiste de temps en temps lorsque l'on a envie ou besoin de laisser ses sentiments s'exprimer. Aujourd'hui, un artiste est formé et préparé aux contraintes et aux impératifs de son métier. Les écoles et les nombreuses propositions de master class et de workshop apportent des éléments tangibles qui leur permettent de nourrir leur pensée, de prendre du recul et de structurer l'urgence de dire qui les habite. Car il est toujours question de cela : une injonction à transmettre un sentiment sur quelque chose. On est artiste parce que l'on est en mesure de formuler une pensée sur l'un ou l'autre des sujets qui font le monde, puis de la transcrire pour la partager avec le plus grand nombre au moyen d'une discipline artistique. Dans le cas contraire, ce n'est pas de l'art ; c'est au mieux un beau travail d'amateur.

Se former, parfaire son savoir et choisir d'être un artiste

J'ai vu nombre de photographes confondre une activité de photographe, talentueuse ou ayant une production de très belle qualité, avec le fait d'être artiste. Cela n'a rien à voir. Le seul commanditaire de l'artiste c'est

lui-même. Sa production est déclenchée par l'évolution de sa pensée. Elle est finalisée dans des œuvres d'art, c'est-à-dire dans des objets dégagés de toute valeur usuelle et édités au maximum à 30 exemplaires. L'art est quelque chose de très sérieux et le marché de l'art l'est tout autant.

Tout, dans le parcours de celui qui veut devenir artiste, est capital. Le choix d'une école, les stages effectués, les résidences obtenues, les sollicitations acceptées, la façon dont on s'exprime et se présente, etc. Tout a un sens et donne une image du niveau que vous voulez atteindre. Tout est significatif de votre ambition. C'est très important.

Vos choix façonnent votre parcours et vous donnent une place sur l'échiquier des créateurs. Je conçois qu'il soit très flatteur de penser que vos photographies puissent être présentées en galeries, achetées par des collectionneurs ou encore entrées dans les collections d'une institution. Vous imaginez peut-être que c'est assez facile et qu'un peu de travail et beaucoup de réseau le permettent mais il n'en n'est rien. C'est bien plus complexe que cela. Sachez qu'avant 10 ans, vous ne serez pas un artiste établi et que toutes ces années vous seront bien nécessaires pour créer des liens avec les professionnels qui vous permettront d'atteindre le cercle restreint des photographes régulièrement présentés dans les foires et suffisamment achetés pour en vivre correctement.

Je sais mon discours violent mais telle est la réalité. Vivre de la vente de ses images ne concerne pas la majorité des photographes. Attention, je parle ici de photographes présents sur la scène artistique internationale et non de celles et ceux qui vendent en direct des photos ici et là. Entendez bien cela, cette seconde option n'est pas moins intéressante ou moins qualitative, c'est autre chose.

Réfléchissez bien à ce que vous voulez, c'est le principal conseil que je puisse vous donner.

Je suis convaincue que le partage de savoirs et la transmission d'expériences sont tout aussi profitables que de longs exposés. C'est pourquoi chacune des parties de ce livre s'ouvre sur le point de vue de grands témoins. Je les ai choisis en fonction de leur expertise sur le sujet développé dans le chapitre. Toutefois, en les écoutant me parler de la photographie d'aujourd'hui et de la façon dont un photographe peut se positionner dans le métier et durer, j'ai entendu une très grande unanimité sur les complexités de la profession, sur les moyens à mettre en œuvre et les efforts personnels à fournir. Je m'en réjouis car cela signifie que la profession de photographe est bien réelle et que le sec-

teur d'activité est bel et bien structuré. Cela signifie que, tant que vous en respectez les règles, vous avez la possibilité d'y faire votre chemin.

Un parcours d'artiste photographe ne s'improvise pas. Sachez-le, ne négligez pas la compréhension du milieu dans lequel vous aspirez à exister et la connaissance de ses acteurs principaux, vous ne pourrez que mieux y réussir. Si telle est votre ambition, impliquez-vous à 1 000 % et n'oubliez pas que vos principaux atouts sont une grande honnêteté envers vos pairs et vos publics, et un amour inconditionnel pour la photographie.

Devenir artiste professionnel

Prenons un exemple. Sylvie Hugues et Pierre-Yves Mahé sont deux professionnels que l'on peut qualifier d'experts car leur parcours légitime une vision très pragmatique de la façon dont on devient photographe et dont on existe en tant que professionnel aujourd'hui. J'insiste, il s'agit bien ici d'être professionnel, et plus particulièrement artiste professionnel.

Je ne sais plus comment j'ai rencontré Sylvie Hugues, mais je sais que j'ai tout de suite apprécié la façon qu'elle avait, très appliquée et très critique à la fois, de parler des photographes. Lorsque je me pose des questions sur le travail ou le potentiel d'un photographe, je pense immédiatement à elle et il me plaît qu'elle intervienne aujourd'hui, ici et là, mettant son expérience au service de la photographie et au profit des photographes en les accompagnant dans leur production comme dans la préparation de leurs expositions ou de leurs livres. Les sujets qu'elle aborde, en lien avec la formation d'un esprit et d'un geste assuré de photographe, sont sans cesse confrontés à l'épineuse question de la diffusion de la photographie.

J'ai pris connaissance de ce que proposait Spéos au moment où j'ai commencé à accompagner non pas les photographes mais les entreprises dans leur découverte de la photographie. C'était en 2000 et je les incitais à collaborer avec des photographes installés près de chez elles ou bien inscrits dans un propos et une intention qui pouvaient valoriser leur activité. Spéos m'est tout de suite apparu comme l'établissement qui tenait aux futurs photographes un discours pouvant parfaitement épouser celui que je tenais aux entreprises. La relation semblait pouvoir s'établir et les collaborations se mettre en œuvre. J'étais surtout très satisfaite de voir que mon point de vue et les tentatives que je faisais pour rapprocher commanditaires potentiels et photographes trouvaient

écho dans un enseignement hyperqualitatif et très concret. Lors de mon premier entretien avec Pierre-Yves Mahé, fondateur et directeur de l'école, j'ai compris que nous parlions la même langue.

**Sylvie Hugues et Pierre-Yves Mahé, deux parcours,
deux professions, un point de vue convergent
(juin et juillet 2018)**

Avoir une ambition dessine un parcours

Hypokhâgne, une licence de lettres puis des études de cinéma à Paris III avec le désir de réaliser des films documentaires, une furieuse envie de donner la parole aux gens, Depardon comme modèle, l'emprunt de l'appareil photo de son père, un attrait pour la photographie plus qu'un intérêt particulier, des premières photos d'architecture à la vision très personnelle réalisées sur un ressenti esthétique et artistique plus que sur la maîtrise des codes de prises de vue, un job d'assistante de production sur quelques films d'entreprises jusqu'au moment où la guerre du Golfe met un terme à ses collaborations avec des maisons de production, une annonce dans *Libération* pour un magazine qui recherche des rédacteurs photos, un entretien suivi d'une embauche, voici les événements qui conduisent Sylvie Hugues à rejoindre l'équipe qui fonde *Réponses Photo* en octobre 1991. « Je me suis formée en allant voir des expos à la Fnac Montparnasse, dans les livres, les magazines, avec la collection Photo Poche et les expos de Delpire au palais de Tokyo. Je n'ai pas de formation de journaliste et je suis autodidacte dans la photographie mais cette aventure me tentait. »

Le groupe anglais EMAP apporte au magazine d'importants moyens financiers à l'heure où tout est à inventer. Il le revendra d'ailleurs au groupe Mondadori en 2009. Les membres de l'équipe sont embauchés sur leur passion et sur leur envie de la mettre au service du magazine qui sera lancé officiellement en 1992. Sylvie Hugues y débute comme rédactrice avant d'en devenir rédactrice en chef en 1996.

L'arrivée du numérique crée une importante demande d'information et, sans jamais prendre de distance avec l'argentique, véritable ADN de l'équipe, la rédaction explore largement le numérique et en aborde toutes les questions fondamentales. Matériel, production, diffusion, transmission d'expérience des experts qu'elle invite et des lecteurs à qui elle donne audience font la teneur et la vitalité du magazine dont les ventes augmentent régulièrement jusqu'en 2007. En 2009, les magazines en ligne et les concurrents papier mettent à mal *Réponses Photo* et, comme c'est très souvent le cas devant les impératifs stratégiques, l'équipe sera finalement renouvelée. Nous sommes en 2014, Sylvie est licenciée. « Je dois réinventer la vie sans le magazine que j'avais contribué à créer. Il était bien plus qu'un magazine. Il était un objet culturel. » Sa position de rédactrice en chef lui a permis d'acquérir une grande expérience de la réalité de la photographie, dans tous les milieux. Elle découvre des photographes de toute envergure et mesure parfaitement bien comment la photographie se déploie, plus ou moins sérieusement, dans l'ensemble des régions françaises.

Savoir se remettre en question et considérer ses acquis

Après six mois de réflexion, elle finit par accepter la proposition de Jean-Louis Monterosso, qui dirige alors la MEP (Maison européenne de la photographie), d'y organiser des lectures de portfolio régulières, accessibles à tous et gratuites. Sa compétence sur les deux aspects techniques et majeurs de la photographie, l'argentique et le numérique, à laquelle s'ajoutent ses capacités de lecture et sa connaissance de la photographie, lui permettent d'établir un échange constructif avec ses publics. Elle crée alors une entité qui lui permet d'intervenir auprès de différentes organisations, de conseiller et d'accompagner des publics qui désirent faire de la photographie. Elle accompagne ainsi Eric Vialatel dans la création du festival du Regard en 2015, ancien lecteur de *Réponses Photo*, avant d'en devenir directrice artistique en 2016. « J'aime cela, je retrouve les sensations d'un rédacteur en chef : choisir un thème, faire un sommaire et agréger des photos et des photographes. La maquette correspond à la scénographie, ensuite vient la rédaction, dossier de presse et textes de présentation. » Son expérience de presse est importante à son parcours. Quelques mois après la fin de sa collaboration avec *Réponses Photo*, elle est responsable d'un hors-série sur le noir et blanc pour le magazine *Fisheye* et, par ailleurs, elle écrit une chronique mensuelle pour *Le Monde de la photo*. Sa collaboration avec la galerie Camera Obscura est une découverte, ou plus exactement une nouvelle expérience, à laquelle elle prend beaucoup de plaisir. « Je connais les photographes de la galerie parce que je les ai publiés dans *Réponses Photo*. Je me suis rendu compte que j'aimais les vendre. C'est d'autant plus facile en les connaissant. » En 2018, pour la première fois, elle est jury du prix Levallois et anime régulièrement des stages aux Rencontres d'Arles. Son sujet : l'édition, et plus précisément ce qu'il faut faire après la prise de vue. C'est un sujet majeur. Que ferez-vous si vous ne savez pas distinguer ni mettre en valeur vos images ?

Elle continue de découvrir et de rencontrer de nombreuses personnes. Son parcours riche lui a tout de même laissé le temps de publier deux ouvrages de photographie. « Je suis photographe, moi-même. J'ai tendance à ne pas le dire. » Le premier est un corpus de photographies intitulé *Sur la plage* et publié aux éditions Filigranes en collaboration avec Magali Jauffret. Le second, *FRA-FOR*, est publié avec Jean-Christophe Béchet, aux éditions Verlac : il s'agit d'un double regard sur l'usine Babygro. « Je me suis promenée sur le site de l'usine en ruines et j'ai trouvé des publicités anciennes. Je les ai mises en scène dans ce décor complètement détérioré. En faisant cela, j'ai créé un contraste entre le lieu et les images de bébés, joyeux et joufflus. » Le discours est clair, l'exposé de l'intention net, elle sait parfaitement bien de quoi elle parle et comment retranscrire le sens qu'elle a voulu donner à ses images. Il n'y a pas de doute, elle est dans la photographie. Certains d'entre vous considèrent peut-être cela comme une évidence, elle mérite d'être soulignée car être un acteur efficace de la photographie implique certes d'y évoluer mais aussi d'en avoir une vision circulaire et globale.

Profiter mais ne pas se reposer sur les multiples opportunités de diffusion pour les photographes

Lorsque je lui demande si, selon elle, il est plus compliqué de devenir photographe aujourd'hui qu'hier, sa réponse est immédiate et claire : « Il

n'y a jamais eu autant de possibilités de diffusion qu'aujourd'hui mais il n'y a plus de sources de financement. » Entendons qu'il paraît plus simple de faire circuler ses images. Est-ce pour autant plus facile d'exister ? « Les gens qui postent notamment sur Instagram ne sont pas tous professionnels. Les photographes se trouvent en concurrence avec des amateurs doués que des marques sollicitent et rémunèrent pour leurs campagnes de publicité. » Loi du marché ou antinomie ? Quelle parade peut avoir un photographe devant cet incontrôlable usage des réseaux sociaux par les marques ? « Être hypercréatif, hyperinventif. Le photographe doit savoir ajouter du son à ses images, faire de la vidéo. Et puis ne pas accepter de vendre ses prises de vue à 30 € ! » Éternelle revendication des professionnels ! Le photographe est souvent son premier ennemi. Comment envisager de tenir un marché si ses principaux fournisseurs, les photographes, ne sont pas d'accord sur les échelles de prix à pratiquer ? Je ne cesse d'alerter celles et ceux que j'accompagne sur ce sujet. La pérennité d'un marché intermédiaire de la photographie, c'est-à-dire d'un marché accessible à un plus grand nombre de photographes, les distinguant des photographes stars vendus dans les foires, ventes aux enchères, etc., tient dans le respect des tarifs.

Je reviens un instant sur les *posts* sur les réseaux sociaux. Les marques qui travaillent avec des influenceurs achètent un nombre de *followers*, demandez-vous si vous voulez vous positionner comme influenceurs et interrogez-vous sur l'usage que vous faites vous-même de vos réseaux sociaux. Nous sommes bien d'accord pour dire que vous ne postez pas vos meilleures images ? Je rejoins parfaitement Sylvie Hugues lorsqu'elle déplore l'adhésion des marques à des comptes riches en images de très moyenne qualité. Cependant, et j'insiste, pour quelles raisons possédez-vous des comptes tels qu'Instagram, Facebook ou Twitter ? Pour promouvoir vos images ou bien pour vous promouvoir en tant que photographe ? Ce n'est pas la même chose, par conséquent pas le même type de visuels et encore moins la même stratégie.

Diversité ou complexité des modes de financement ?

Revenons sur les sources de financement. Elles ont complètement changé de visage. La complexité du financement de la production est aiguisée par la rude concurrence due au très grand nombre de personnes se positionnant sur le secteur de la photographie professionnelle en l'étant plus ou moins. Pierre-Yves Mahé connaît bien ces sujets.

Il a 19 ans lorsqu'il se met à son compte après une année en tant qu'assistant de photographe. En 1984, sur invitation de son père, il forme deux stagiaires américaines à la photographie grâce à une méthode de son invention, le Stop Système. La méthode permet d'optimiser l'enseignement de la photographie en studio et au labo et garantit une parfaite maîtrise de ce qu'il considère comme les fondamentaux pour gagner sa vie : « Si on sait faire du studio et du portrait, on a toujours du travail. » Emporté par l'intérêt de sa méthode et le désir de transmettre, il crée l'école Spéos en 1985. Son but est de former des photographes qui pourront travailler demain. « J'aime que cette école ait permis à de nombreuses personnes d'apprendre la photographie et ainsi de voir leur vie transformée. Nos diplômés travaillent 22 jours par mois sur une facturation moyenne de 300 €/jour. » C'est un bon début et ce n'est pas

le cas de tous les photographes déclarés comme professionnels ! Il définit Spéos comme une école de fin d'études, elle conduit les étudiants à créer leur activité et demande d'avoir acquis un minimum de maturité. « Un bon photographe est entrepreneur. Il sait choisir ses sujets, il est capable de les réaliser techniquement parlant, de les rendre en temps et en heure et de les vendre. Il faut être sérieux et constant dans son travail, respecter ses engagements. C'est tout aussi important que le talent. »

Apprendre à s'adapter à son environnement professionnel

La capacité d'évolution du photographe est au cœur de la constante transformation de la profession. Hier, un photographe était rémunéré en amont de ses prises de vue. Nous le savons tous, la presse jouait un rôle majeur dans cette équation, de même que les éditeurs. Aujourd'hui, les meilleurs commanditaires de la photographie sont les PME (Petites et moyennes entreprises) et les ETI (Entreprises de taille intermédiaire). Pour Pierre-Yves Mahé, « les entreprises sont très faciles à évangéliser ». C'est exact, encore faut-il quelqu'un pour le faire. C'est le travail des agences mais, dans la réalité, ces acteurs ne concernent pas la majorité des photographes et ne font essentiellement travailler des photographes qu'en régions.

À part le photographe lui-même, je ne vois personne de mieux placé pour le faire. « Les entreprises recherchent un savoir-faire. Certains secteurs comme le culinaire sont demandeurs et proposent du travail. On trouve du travail dans la photographie de portrait. Il faut penser à cela », affirme Sylvie Hugues. La polyvalence est le maître mot d'un parcours de photographe professionnel aujourd'hui. « Mais la polyvalence jusqu'où ? », s'interroge Pierre-Yves Mahé. Le photographe doit rester photographe, aujourd'hui tout l'invite à savoir faire de la vidéo, mais c'est très compliqué, c'est un autre métier que celui de réaliser des films. « Chez Spéos nous enseignons la vidéo pour photographe, ce qui signifie que le métier principal auquel nous préparons les étudiants est photographe. Notre but est d'apporter aux étudiants les bases de la réalisation audiovisuelle en matière de films courts. Cela leur permet également de valoriser leur travail photographique au moyen de l'image animée. » Les étudiants sont formés aux logiciels spécifiques à ce type de réalisation et ce module, qui n'est plus optionnel, leur permet de proposer des films à caractère promotionnel. L'image fixe doit aujourd'hui être pensée en fonction d'autres médias, tout en y restant majeure. Voilà le point de vue de nombre d'experts. Et voilà une sage orientation. Le photographe ne peut rester isolé des tendances et surtout des mouvements des marchés. L'évolution technologique reste capitale. Selon Pierre-Yves Mahé, « aujourd'hui les appareils sont de plus en plus performants, ils offrent de plus en plus de solutions » et permettent aux photographes d'apporter de bonnes réponses à leurs propres clients. Tout cela participe à la professionnalisation de la profession et à son crédit.

Profiter intelligemment de ce qui s'offre à vous

« Il y a, en réalité, beaucoup d'opportunités pour les jeunes photographes sortis de l'école. Les prix, les concours, les résidences leur permettent de s'armer, d'apprendre à savoir préparer leurs dossiers et à parfaire leur présentation. Il faut aller dans les festivals, il faut montrer ses photos, faire des lectures de portfolio et, grâce à l'Afdas, participer à des workshops. Cela aide beaucoup

Artiste photographe

à se former, à faire un bon choix d'images, à monter un dossier artistique », encourage Sylvie Hugues.

Pierre-Yves Mahé est plus pragmatique sur les workshops : « Ils ont trop souvent été une occasion de pratiquer à outrance dans le sillage d'un grand photographe sur une période somme toute très courte. La photographie exige certes de la pratique mais aussi de la maturité. Le workshop ne le permet pas. » C'est parfaitement vrai. Ce type de propositions est positif lorsque vous savez pourquoi vous vous y accrochez et lorsqu'elles font partie d'un processus d'apprentissage et de réflexion plus large que le seul laps de temps qui lui est dédié.

Le temps est et sera toujours votre principal allié. L'artiste de demain est aujourd'hui un photographe pertinent qui a appris la photographie d'un point de vue technique et à travers le prisme de son histoire et de ses courants. Il sait, outre cela, produire une photographie de qualité dotée de sens et issue d'une réflexion. C'est impossible à réaliser sans frictions régulières avec le monde et les différents milieux qui le composent. On ne devient pas artiste parce que l'on en a envie ; on le demeure par reconnaissance de ses pairs et des acteurs du monde de l'art.

Table des matières

1. Se former à la photographie.....	1
Déterminer la finalité de sa création.....	2
<i>En finir avec le schisme photographie commerciale vs photographie artistique</i> ...	2
<i>L'existence de commanditaires</i>	4
<i>L'art : un marché</i>	4
<i>Travailler à la commande</i>	5
<i>Travailler pour un diffuseur de photographie</i>	5
L'école : point de départ d'un projet.....	6
<i>La valeur ajoutée d'une école de photographie</i>	10
<i>Au cœur de l'enseignement : la construction de la pensée</i>	11
<i>La place et l'importance d'un point de vue</i>	11
Choisir une école	12
<i>Un instrument au profit de son propre projet</i>	12
<i>Pour choisir, comment faire ?</i>	13
Quelles écoles pour devenir photographe ?.....	18
<i>Deux grandes familles</i>	18
<i>Concours et entretiens</i>	19
<i>L'école : une communauté</i>	20
Des métiers autour de la création.....	21
<i>Croiser théorie sur la création et création elle-même</i>	22
<i>Produire de l'écrit sur la photographie</i>	23
En guise de conclusion	25
2. Workshop et master class	29
De la vigilance	30
Se préparer !.....	32
<i>Connaître ses motivations</i>	32
<i>Adopter la bonne posture</i>	35
<i>Pouvoir travailler son écriture photographique</i>	37
<i>L'importance de la culture</i>	38
Les stages.....	39
<i>Opter pour un stage avec ou sans production d'images ?</i>	39
<i>Le maître de stage</i>	40
Workshop ou master class : à la découverte de quatre pratiques	44
<i>Trouver et consolider son écriture photographique</i>	45
<i>Nourrir et travailler son projet artistique</i>	46
<i>Six mois pour soumettre son regard à trois experts</i>	48
<i>Faire le point sur sa pratique et progresser</i>	49
Pour conclure.....	53
3. Prix, bourses, résidences et aides publiques	55
La mutation du métier de photographe comme point de départ.....	57
<i>La poussée puis la prégnance du numérique</i>	57
<i>La digigraphie®</i>	57
<i>Le rôle majeur de la presse</i>	58
Participer à un prix, une bourse ou une résidence.....	59
<i>Résidence, prix, bourse... Quelle différence ?</i>	60
<i>Les concours</i>	60
<i>Les résidences</i>	62
<i>Les prix et les bourses</i>	64
<i>Comment et pourquoi estimer la qualité d'un prix ou d'une bourse ?</i>	65

Artiste photographe

Distinguer l'émergence	66
Faire ses choix.....	68
Être vigilant	68
Savoir décoder.....	69
Anticiper	70
Être validé par la profession et durer	71
Une étape formatrice.....	71
Savoir se positionner	72
Comment se préparer ?.....	73
Privilégier un dossier efficace à un beau dossier.....	74
La constitution du dossier.....	75
Lauréat et après ?.....	76
Les indispensables lectures de portfolios.....	77
Les dispositifs d'aides publiques	79
Les Directions régionales des affaires culturelles (Drac).....	79
Les Fonds régionaux d'art contemporain (Frac).....	81
Le Centre national des arts plastiques (Cnap).....	82
La commande publique.....	83
Une sélection de prix et de bourses.....	85
Valider l'émergence des professionnels et des artistes.....	85
Bourse photo de la fondation Jean-Luc Lagardère.....	87
Prix BMW-Musée Nicéphore Niépce.....	87
Prix Pictet.....	88
World Press Photo.....	88
Prix Scam – Roger Pic.....	88
Prix W. Eugene Smith Grant.....	88
Prix HCB (Henri Cartier-Bresson).....	89
Prix Niépce – Prix Nadar.....	89
Prix Carmignac Gestion du photojournalisme.....	89
Prix Bayeux-Calvados des correspondants de guerre	90
Les prix de Visa pour l'image-Perpignan	90
4. Diffuser sa photographie.....	93
Derrière les questions, un but.....	95
Être diffusé.....	96
Vendre ses photos.....	96
Se concentrer sur soi-même	97
Sa visibilité et ses choix de professionnel.....	98
Se comporter en professionnel.....	98
L'urgence de gagner sa vie.....	100
Organiser sa visibilité.....	101
Utiliser le web	101
L'usage des médias sociaux.....	102
La curation.....	105
Créer l'incontournable site web.....	106
Les galeries et les centres d'art.....	110
Les galeries : comprendre, choisir et entreprendre.....	111
Les centres d'art : entre la diffusion et la production.....	116
Les collectionneurs.....	117
Le collectionneur dans l'économie du projet artistique.....	117
Les clubs de collectionneurs.....	119
Les éditeurs	121
Les professionnels et le savoir-faire.....	121
Un livre et une exposition, symboles de la reconnaissance attendue.....	122
L'option autoédition.....	124
Produire un livre d'artiste.....	125
La diffusion, le nerf de la guerre	126
Les festivals.....	127

La presse	129
Les iconographes : personnages-clés	131
Sponsor ou partenaire ?	132
<i>Ne pas confondre production artistique et animation</i>	133
<i>Quelles entreprises ?</i>	138
<i>Les arguments de la photographie</i>	139
<i>Les contreparties du partenariat</i>	139
5. Parler de sa photographie	141
Au préalable	141
Assurer son propos de photographe	144
<i>L'image, la série et l'histoire</i>	145
<i>Un seul point de départ : soi-même</i>	147
<i>Dire</i>	147
<i>Une grande thématique</i>	149
<i>La recherche documentaire</i>	151
<i>Se cultiver et être cultivé</i>	152
<i>La culture nourricière</i>	153
<i>La culture légitime</i>	153
<i>Les images mentales</i>	154
<i>Valise documentaire et arbre narratif</i>	155
<i>Le processus narratif</i>	156
<i>Parler avec des tiers</i>	157
Mettre en mots son propos de photographe	157
Présenter sa photographie	158
<i>Créer du texte</i>	159
<i>Le portfolio</i>	163
Pour conclure	167