



Nouveau motif de satisfaction pour le Fonds pour le journalisme: le webdoc «#Salauds de pauvres» réalisé par Patrick Séverin et Michael De Plaen a obtenu trois prix au Liège Web Fest. A voir sur <http://www.salaudsdepauvres.be/>. Photo Michael De Plaen.

Sommaire

Droits d'auteur

Grand écart et divergences de vue entre les administrations fiscales et sociales 2 et 3

International

Les journalistes russes et ukrainiens décident d'agir ensemble 6

Journalisme participatif

Des personnes handicapées associées à la rédaction d'une édition spéciale de *Alter Echos* 8

Dossier

La photo de presse: une image dégradée

Pourquoi le métier vit-il des heures noires ? Des photojournalistes répondent.

Mais que s'est-il passé ? Voici près de quarante ans, la photographie de presse était florissante. A l'instar des agences françaises telles que Gamma et Sipa, des agences belges comme Photo News, Isopress (devenu Isopix) et plus tard Reporters imprimèrent leur dynamisme sur le marché. Ce sont ces agences, ignorées du grand public, qui furent parmi les principaux pourvoyeurs d'emploi du secteur. Et puis voilà que ce secteur s'est effondré. Gamma, après bien des remous et des rachats, vivote à peine. Les agences belges, hormis Belga, ont dû réduire la voilure et se diversifier. Seules les grandes agences internationales (AP, Reuters) semblent tirer leur épingle du jeu et les rares photographes salariés parviennent à surnager. Les indépendants, eux, doivent souvent multiplier les sources de revenus en dehors de la presse.

Tenues à Metz en octobre, les Assises du journalisme se demandaient si le numérique allait tuer la photo de presse. Un mois plus tôt, à Perpignan, le festival du photojournalisme « Visa pour l'image » soulignait la vitalité de la profession mais aussi ses inquiétudes. En France, encore, le journal du syndicat national des journalistes titrait récemment « *Les ministres passent,*

les photojournalistes trépassent »... L'AJP et sa section de la presse photographique et filmée (PPF) partagent depuis longtemps ces préoccupations sur l'avenir du métier.

Les photographes de presse ne sont-ils que les victimes collatérales de la lente érosion de la presse papier ? Certes, mais pas seulement. Le secteur a lui-même, sans le savoir (?), un peu participé à sa chute. Pour compenser les faibles revenus, voire les déficits, du photojournalisme, les agences belges comme françaises ont recouru à la photo des «people». Ce faisant, elles ont renforcé le système qui privilégie la célébrité comme valeur «ultime». A mesure que le public se passionnait pour la cohorte de stars et de vedettes d'un jour, sa désaffection pour les soubresauts du monde s'amplifiait.

De grands magazines comme *Paris-Match* qui mêlaient astucieusement news et people se sont vus concurrencer par une presse entièrement dédiée à l'étalage de célébrités (*Voici, Gala, Closer...*), les personnalités politiques étant elles-mêmes traitées sous l'angle du vedettariat.

Par ailleurs, la multiplication des paparazzis a contribué à dégrader l'image des photographes auprès du public et à susciter des amalgames. Demandez aux photographes de presse : pas un qui ne se soit fait taxer avec mépris de paparazzi.

Pierre Havrenne

Suite et dossier en pages 4 et 5



Photo de Mélanie Wenger, jeune reporter au long cours qui s'est notamment rendue à plusieurs reprises en Libye pendant et après la révolution.

La photographie d'auteur, te

Le photojournaliste ne trouve plus sa place dans le paysage médiatique belge. Surtout francophone. Plus largement, le rôle de l'image a changé partout. De quoi mener la réflexion sur la profession de photographe.

La photo d'actu contrainte à se réorganiser

Être photographe de presse aujourd'hui ou il y a dix ans, c'est totalement différent. La logique du marché a imposé ses contraintes chiffrées. La pression économique a modifié le quotidien des photographes. Les médias ont pratiquement tous externalisé la photo des rédactions. Et les photographes doivent se débrouiller comme indépendants ou s'organiser en collectifs. Quelques agences subsistent malgré tout.

Paul Versele est administrateur délégué de l'agence Photo News. Les conditions de travail de ses salariés ont peu changé. « L'agence protège ses photographes », nous dit-il. Elle travaille cependant davantage avec des freelances. « Le gros changement de ces dernières années réside dans les rapports que nous avons avec les médias. La vente de photos à la pièce n'existe quasiment plus. Il faut maintenant négocier des contrats annuels, ou pluriannuels, qui permettent aux médias d'utiliser l'ensemble de nos images. »

Au départ, les agences vendaient des photos à un média en particulier. Ces photos se sont ensuite retrouvées sur tous les supports du même groupe, parfois même à l'étranger. Un détournement du contrat initial. Il a donc fallu s'adapter et modifier les conditions de vente et de diffusion dans les grands groupes de presse. Le développement du web n'a pas trop changé la situation, si ce n'est le problème du pillage des photos et de leur réutilisation, sans autorisation et sans s'acquitter des droits.

«Tout est formaté»

Le photographe indépendant a pris de plein fouet ces mutations profondes. Olivier Papegnies travaille de moins en moins pour les news. Les tarifs ont été revus à la baisse, les photographes sont priés de renoncer à leurs droits sur les œuvres tout en assumant, seuls, les risques et les éventuelles poursuites. « Pire : tout est formaté, nous dit-il. Notre travail est d'apporter un regard, une valeur ajoutée sur l'info. Maintenant on nous demande d'illustrer les propos des

porte-paroles, des décideurs. Je ne veux plus jouer dans cette cour là ; je n'y trouve plus ma place. »

Début novembre le photojournaliste Roger Job lançait, sur les antennes de la RTBF, « maintenant on communique, on n'informe plus. On nous impose de renoncer à aborder un sujet compliqué alors que tout l'intérêt du travail journalistique réside dans l'explication. »

C'est pour s'écarter de ce travail trop formaté qu'Olivier Papegnies a intégré un collectif (« Huma ») de photographes. « Le but est de mettre en commun nos connaissances au profit des autres. On développe une réflexion sur la photo, sur le sens de l'info, sur des valeurs. Et on garde une plus grande maîtrise sur les sujets abordés. »

«Chacun son boulot»

Face à ces photographes expérimentés, en pleine reconversion, on trouve des jeunes qui en veulent, qui ont diversifié leurs outils et qui sont aussi prêts à accepter des conditions de travail différentes : tarifs réduits, mais aussi polyvalence dans l'approche (photo, vidéo, web...). Ils sont aussi formés à trouver de nouveaux financements pour développer des projets plus personnels.

Laurie Dieffembacq est photographe indépendante depuis 3 ans, d'abord à La Capitale, puis pour Belga et ponctuellement pour L'Echo. Elle parvient à en vivre et elle s'épanouit professionnellement. Elle ne sent pas directement la concurrence de « photographes » amateurs mais elle sait qu'ils sévissent. Notamment sur les faits divers pour certains médias qui ne les rémunèrent pas. Difficile pour elle d'envisager l'avenir. « Je crois que la diversification va primer. On demande au photographe de faire de la vidéo aussi, alors que moi je ne suis pas formée à cela. A chacun son boulot. Mais la demande est là. Le problème est de devoir faire les deux en même temps, sans rien rater ni en photo, ni en vidéo... »



Laurie Dieffembacq



Bruno Stevens, Mélanie Wenger, Gaël Turine et leu

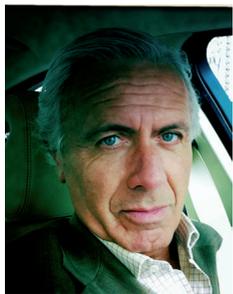
« Le presse a d rapport au pho

Le reportage photo au long cours se meurt en Belgique francophone. Mais a-t-il vécu des jours meilleurs à d'autres époques ? Trouve-t-il toujours sa place dans des médias en Flandre ou à l'étranger ? Quel avenir pour le photoreportage ?

Toutes ces questions ont fait l'objet d'une table ronde organisée à l'AJP entre trois photojournalistes indépendants : Mélanie Wenger, Bruno Stevens et Gaël Turine. Une jeune photographe face à deux vieux routards du grand reportage photo. « Se faire publier devient quasiment impossible en Belgique francophone, tance d'emblée Bruno. Il n'y a plus de volonté, dans les médias, d'avoir recours au travail d'auteur du photographe. » « Il n'y a pas de place pour le grand reportage », confirme Mélanie. « Ou alors, ça reste exceptionnel, ajoute Gaël, mais on ne peut pas en vivre. »

Comment expliquer cette situation ? « La presse a démissionné par rapport à la photographie, » répond Gaël. Manque de volonté éditoriale, absence de culture de la photo, manque de moyens aussi, mais ce dernier point n'est pas central. « Même les reportages qui ne coûtent rien ne sont pas publiés », ajoute Bruno. La méconnaissance et l'absence de culture de l'image conduit à des aberrations : un sujet devient in-

J-P B.



Paul Versele



Olivier Papegnies

rnine par un flux de pixels



rs ancêtres. Photo Pierre Havrenne

émissionné par tojournalisme »

intéressant quand il est publié ailleurs ou quand il fait l'objet d'une exposition ou d'un livre. Expo et livres qui prennent du temps et ne rapportent rien sauf de la notoriété, complète Gaël.

La situation était-elle différente il y a dix ans ? Oui, des magazines donnaient de la place au reportage photo, sur plusieurs pages. Pour nos interlocuteurs, une suite de 3-4 images racontant une histoire n'a plus été publiée depuis près de dix ans en Belgique francophone. Par contre la culture de l'image est, et demeure, plus importante en Flandre. Cela se sent dans les commandes de reportages, dans la mise en valeur de l'image, mais aussi dans les suppléments proposés par les médias ou dans le succès des expositions.

Mélanie élargit le débat : « Dans les médias, il n'y a pratiquement plus de directeurs photos, il y a des graphistes. Même les journalistes qui sont amenés à choisir des photos n'ont pas de réflexion sur l'image. Trop souvent ils se servent dans un flux de clichés qui tombent des agences. Et les photographes ne sont considérés que comme des illustrateurs de leurs propos. » « La photo n'est plus considérée comme une écriture, » ponctue Bruno. « Il n'y a pas de reconnaissance et donc de conscience de ce qu'est le photojournaliste, » ajoute Gaël.

Cette situation, outre l'aspect économique, a amené Bruno à ne plus partir depuis deux ans sur les lieux des drames. Il explique : « J'ai toujours considéré

qu'en faisant du reportage dans des zones difficiles, en photographiant des gens au pire moment de leur vie, je passe un contrat moral avec eux, pour être le passeur de leur souffrance ou de leurs difficultés vis-à-vis du monde extérieur. Mais je ne peux plus honorer ce contrat moral si les photos ne sont plus publiées. »

A l'étranger, la France offre parfois encore de bonnes perspectives de publication, même s'il n'y a pas beaucoup plus de moyens. Ailleurs en Europe la situation s'est aussi dégradée. Pourtant, le travail du photographe belge y est souvent bien perçu, il est qualitatif et apprécié. C'est par la diffusion à l'étranger que ces professionnels parviennent à vivre. Mais un photographe qui vit de son métier doit être sur différents fronts à la fois, souligne Gaël: le reportage, l'actu, le travail pour des fondations, des ONG... Le livre, c'est plus pour la notoriété mais aussi pour raconter une histoire avec les photos. Ce qui n'est plus possible en magazine.

En Belgique, les «mook» pourraient offrir de nouvelles perspectives au photoreportage, conviennent les intervenants. Mais de façon forcément limitée. En revanche, il n'y a rien à attendre du web. Avec la révolution numérique, n'importe qui peut se dire photographe et prendre des centaines de clichés. Et des flux de photos déferlent, quasiment en temps réel, vers les rédactions. Le choix des photos ne se fait plus en fonction de la valeur ajoutée qu'un photographe peut apporter. Les photographes doivent-ils dès lors s'adapter à la nouvelle demande ? En « sensationnalisant » davantage l'approche ? « Non, au contraire », clament-ils. « Mais il pourrait y avoir une tentation de fictionnaliser nos histoires, précise Gaël. Certains franchissent le pas, notamment via des webdoc. Cela rapporte peut-être beaucoup de commandes à la maison de production mais pas au photographe, parce que la forme du webdoc a davantage retenu l'attention que son contenu ! »

La question de l'éthique se pose donc, une éthique qui évolue tout comme les réflexes commerciaux qui s'imposent aux professionnels. « Oui, nous adaptons nos propositions à la réalité des médias, explique Mélanie. J'ai déjà renoncé à un angle particulier sur un sujet parce que les médias, eux, voulaient les images-clichés qu'on voyait partout. Mais je suis aussi parfois partie "en kamikaze", sans promesse de préfinance-ment ». Parce que le photojournalisme est aussi – d'abord ? – une affaire de passion.

Entretien : Jean-Pierre Borloo, Jean-François Dumont, Pierre Havrenne

La photo de presse: une image dégradée

Suite de la Une

Mais, c'est avant tout la révolution technologique qui a créé les conditions d'une dégradation de la profession. Avec les appareils numériques et les téléphones portables, tout le monde, à tout moment, peut «faire» une image, mais, de plus, cette image devient instantanément disponible. Dès lors, la photographie, un temps sacralisée, est (re)devenue banale à pleurer. Le reportage télé a supplanté temporairement l'image fixe tandis que pour les moins de trente ans, c'est sur le web que tout se passe. Dans un maelström permanent où le zapping est presque compulsif, plus le temps de regarder. Déjà une image en remplace une autre. Trop de photos tue la photo. Les possibilités infinies de manipulation sous Photoshop ont contribué à jeter le discrédit sur la photo en tant que représentation du réel. Les bidouillages du secteur ont été rarissimes mais les retouches dont la photo publicitaire a abusé ont contaminé les esprits.

Internet aura aussi bouleversé le marché, à l'instar de celui de la musique. Les «vendeurs» des agences qui se déplaçaient de rédactions en rédaction avec une grosse mallette pleine de diapositives ou de tirages ont disparu. Le flux actuel en provenance du monde entier est tel qu'il n'est plus possible de faire un choix réfléchi. L'offre dépasse très largement la demande et les agences ont dû offrir des forfaits souvent «open bar». La répartition des droits entre auteurs est devenue très compliquée et donne lieu à des rétributions frisant le ridicule: 8 € par ci, 6 € par là.

Le flux des illustrations

Mais ces montants dérisoires peuvent apparaître normaux dès l'instant où des dizaines de sites proposent des millions de photos pour quelques dollars. De nouveaux acteurs principalement états-uniens sont apparus à la fin des années 1990. Corbis, Getty, Fotolia et d'autres noient le marché d'images à prix cassé. Beaucoup sont des «illustrations» sans réelle valeur ajoutée. Mais ce sont précisément ces sujets d'illustration qui font le miel des rédactions... et des agences. Dès lors tout est en place pour que la valeur économique de la photo s'effondre. Il devient difficile d'expliquer qu'une photo de news locale vaut dix fois plus qu'une image du Taj Mahal. Si les images sont bradées, on en conclura que leur valeur intrinsèque est faible, et inversement.

Pourtant, le métier de photojournaliste requiert des grandes compétences techniques, une originalité du regard qui évite le tape à l'œil, une acuité, une réactivité, de l'éthique. Une rare combinaison de talents qu'il est désormais très difficile de faire éclore.

P.H.