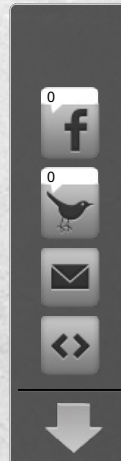




du Neguev, la thalasso Oasis du dessert. Décidément l'eau est précieuse et lorsqu'elle est salée et qu'on ne peut pas la boire, on l'utilise, comme ici, des sources thermales. ©Laurent Weyl/CollectifArgos/Picture Tank



ARGOS 10 ANS AU LONG COURS

LE 22 MARS 2011 OPHELIA NOOR ET PIERRE ALONSO

Le collectif Argos fête ses 10 ans. L'occasion de vous présenter son travail sur l'eau. L'occasion aussi de revenir avec eux sur l'évolution de leur métier de rédacteur et photographe, et sur les opportunités pour demain.

Comment est né le collectif Argos ?

Cédric Faimali : J'avais en tête l'idée d'un collectif depuis 1993. À l'époque, j'ignorais que le **Bar Floréal** et **Tendance Floue** existaient. J'étais étudiant. Parfois je suivais les manifestations et j'essayais de vendre mes photos. 200 frs, c'était pas grand chose. Un ami faisait une école de photo et l'établissement leur avait prêté un local. J'avais adoré cette idée d'avoir un bureau, de pouvoir échanger et collaborer avec d'autres photographes plutôt que d'être seul dans mon coin, d'appeler les rédactions, d'avoir un numéro de contact ...

Dans les années qui ont suivi, le nombre de collectifs a augmenté. En 1999, j'ai monté mon propre collectif avec deux autres photographes, *Côté Cour*. Il n'a duré que quelques semaines, mais je voulais poursuivre sur cette voie. J'ai contacté Guillaume Collanges qui était déjà une connaissance. Il était d'accord et en a parlé autour de lui. Hélène était intéressée mais elle voulait travailler avec des rédacteurs. Tous les deux ont été intégrés dès le début. Nous étions cinq assez rapidement.

Hélène David : On avait envie de faire un travail documentaire sur des problématiques sociales et environnementales. Parfois, les photographies ne suffisent pas. Pour **les réfugiés climatiques** par exemple, le texte apportait des informations utiles à la compréhension.

Aude Raux : Au niveau du fonctionnement du collectif, chaque mardi matin nous nous réunissons pour régler les affaires courantes. Et tous les ans, nous faisons une colo qui nous

permet d'être ensemble pendant trois jours. C'est l'occasion de faire le point, de prendre le temps de scruter l'horizon et de développer des projets sur les années à venir. On compare aussi comment on arrive à vivre de la presse et globalement nous remarquons que nos carrières évoluent mais que nos salaires baissent.



Le prix de la liberté est cher payé par rapport à la sécurité financière.



Comment définiriez-vous le collectif Argos ? Quelles sont ses valeurs ?

Cédric Faimali : En quelques mots : l'humain avant tout, l'homme dans son environnement naturel et social. Les réfugiés climatiques ne parlent pas de l'environnement, mais des hommes qui souffrent à cause du changement climatique. Ce sujet a nécessité quatre ans de réalisation. Il n'est entré dans l'actualité qu'avec la campagne électorale de 2007. Tout le monde a commencé à parler du changement climatique. Notre reportage était prêt. On était dans le timing médiatique, personne n'y avait pensé avant.

Sébastien Daycard-Heid : Les sujets au long cours font partie de l'identité d'Argos. On a une approche documentaire éloignée de l'actualité. Nos sujets auront peut-être une actualité après. Nous les traitons avant, en amont. Notre but est de donner à comprendre. L'approche documentaire redonne du sens et du contexte. Mais c'est un travail de longue haleine. Ce travail n'est pas valorisé dans les journaux qui traitent l'actualité mais c'est le cœur de notre activité.

Quels sont les avantages d'un collectif ?

Cédric Faimali : Au début, les rédactions ne se souvenaient pas toujours de nous individuellement. Comme on travaille sur des sujets longs, on ne voyait pas les rédactions très régulièrement. On les rappelait après plusieurs mois. Mais, petit à petit le nom du collectif s'est imposé. Même sans nous connaître en personne, ils avaient entendu parler du collectif Argos.

Sébastien Daycard-Heid : L'intérêt du collectif est là : on a un espace de travail en commun, on peut échanger. Un collectif, c'est aussi un bel outil pour monter des projets. Argos est une association loi 1901 et peut donc recevoir des subventions publiques. Le collectif n'a pas été pensé dans une logique carriériste. Vu la précarité des métiers de journaliste et de rédacteur en ce moment, on a tout intérêt à se regrouper et à travailler ensemble pour avoir une visibilité plus forte.

Cédric Faimali : Dès le début, on a eu envie de faire des sujets tous ensemble. On ne faisait pas que partager des bureaux. Cela nous donne aussi une force de frappe plus importante. Quand je rentre de reportage et que je le présente à une rédaction, j'évoque aussi le travail des autres membres d'Argos.



Chacun devient le commercial de l'autre. On gagne tous en visibilité. Ce qui profite au collectif profite à chacun individuellement.



Est-ce que les propositions viennent plus des rédacteurs ou des photographes ? Comment naissent les sujets en général ?

Cédric Faimali : Le sujet sur les mines qu'on vient de réaliser, a été proposé par Sébastien. Au départ, il voulait travailler avec Guillaume qui connaît bien ces sujets. Après, il est aussi venu vers moi, j'avais déjà traité le monde du travail sous un angle différent de celui de

Guillaume. Tous les sujets n'intéressent pas tout le monde. Nous faisons nos choix selon les sensibilités de chacun.

Sébastien Daycard-Heid : Sur un projet nous avons toujours une personne au centre du sujet qui le lance et en assure le suivi. Le rédacteur est souvent plus à même d'écrire la présentation. En travaillant à plusieurs, un photographe, un rédacteur, et parfois un graphiste, on a aussi accès à plus de supports. Un photographe peut travailler seul pour en sortir un portfolio. En tant que rédacteur, j'ai davantage besoin du photographe pour faire passer le message et diffuser mon travail. La photo passe sur le web, dans les magazines, les livres, dans le journal.



La photo, c'est l'image caméléon. À force de travailler avec les photographes, je suis devenu mordu. C'est une forme de réflexion supplémentaire dans notre métier. Il faut penser les sujets en terme de texte et d'image.



Le photographe développe-t-il sa propre narration ?

Cédric Faimali : Au début, on ne voulait pas s'associer avec des rédacteurs uniquement pour qu'ils écrivent les synopsis ou les légendes. Au contraire ! Chacun apporte une information. Le texte donne une information, la photo aussi. Une image, c'est une phrase. La photo ne colle donc pas forcément exactement au texte du rédacteur et vice-versa.

Sébastien Daycard-Heid : Chaque sujet a un rapport à l'autre et tous se complètent. À l'intérieur de chaque sujet, chacun est libre de le traiter différemment en fonction de sa sensibilité. La manière de construire un reportage écrit peut s'appliquer à n'importe quel autre support. Les ingrédients, la construction sont les mêmes.

Pendant le reportage, vous travaillez ensemble ?

Sébastien Daycard-Heid : Ça dépend du média. En presse écrite et en magazine, on nous demande de travailler séparément parce que chacun doit développer son regard. En web, il faut qu'on soit quasiment tout le temps ensemble : si une interview est très intéressante et qu'il y a un moment à saisir, il faut que le photographe soit là pour la filmer. Travailler main dans la main est indispensable pour le web.

Cédric Faimali : Au départ, on planifie la narration. On détermine ce qu'on veut en vidéo, ce qu'on veut en photo. On peut décliner des reportages presse sur le web comme ça. Je sais à l'avance comment je ferai mon montage une fois sur place. Maintenant que les appareils photo permettent de faire de la vidéo, on peut facilement passer d'un support à un autre.

Sébastien Daycard-Heid : Quand on fait de la vidéo, on est obligé d'être tout le temps ensemble. La prise de son sur notre caméra (Canon 5D II, un réflex numérique) est trop mauvaise pour être exploitée en l'état. Le rédacteur devient donc un preneur de son.



J'ai découvert ce métier et j'aime beaucoup. C'est comme chasser des papillons. À l'origine, j'utilisais un dictaphone pour m'aider à la prise de note, et c'est devenu un pan entier de mon activité. Je le fais maintenant systématiquement.



Qu'est-ce qui vous a marqué dans l'actualité depuis 10 ans ?

Hélène David : C'est difficile de parler au nom de tout le monde, c'est quelque chose de très personnel, mais collectivement je pense qu'on sera d'accord pour dire que c'est l'élection de Le Pen au 1^{er} tour de la présidentielle en 2002. C'était d'ailleurs notre premier projet collectif. Nous avons commencé en amont à travailler sur la présidentielle.

Quel regard portez-vous sur l'évolution de vos métiers ces dernières années, et quelles sont les perspectives d'avenir ?

Aude Raux : Nos métiers se sont diversifiés. Il faut suivre un sujet très en amont et jusqu'au bout. Chercher des fonds et monter les dossiers de financement, faire la présentation du projet, s'occuper des expositions, de l'édition, etc. Au début, on se concentrait sur la presse. Mais on travaille maintenant sur des supports de plus en plus nombreux et différents.

Pour les réfugiés climatiques par exemple, nous avons pris en charge l'édition de grandes bâches pour des expositions.



Il est de plus en plus difficile de suivre un sujet dans la durée dans la tradition du journalisme documentaire. Nous n'avons plus les moyens de l'enquête. Or la notion de durée est importante. C'est elle qui fait la différence avec les personnes qui font l'objet du reportage.



Quand nous avons travaillé sur le projet **Qui sème l'espoir** en banlieue avec Jérôme [Derigny] nous nous sommes rendus compte que les journalistes avaient mauvaise réputation. Il faut du temps pour gagner la confiance des gens et le fait d'être présent pendant deux ans sur le terrain a été déterminant.

Guillaume Collanges : Le passage de l'argentique au numérique a tout changé. Il y a dix ans, peu d'entre nous avaient des appareils photos numériques, qui n'étaient d'ailleurs pas bons et très chers. Aujourd'hui, on bosse tous en numérique. De même, l'entrée de la vidéo chez les photographes est très importante et de plus en plus de sujets multimédias en contiennent.

Aude Raux : Au départ du collectif en 2001, nous étions juste rédacteurs ou juste photographes. La diversification est venue au milieu des années 2000 avec un nouveau schéma économique pour la presse.



Le journaliste est maintenant multi-casquette, à la fois chargé de projet et de diffusion. Il faut travailler en multi-support car la presse écrite seule ne suffit plus, elle ne diffuse plus de longues enquêtes.



Nous sommes dans un système économique dans lequel on s'essouffle à s'éparpiller autant. Je fais beaucoup de corporate pour payer les factures. Je dois aligner les feuillets pour vivre. Après 15 ans de boulot tu as envie de passer à autre chose. L'idéal serait de ne vivre que de la presse et ne pas être obligé de faire du corporate ou alors du "corporate intelligent" dans le sens où nous travaillerions avec des ONG qui ont les mêmes valeurs que nous.

Guillaume Collanges : Chez Argos nous sommes déjà trois photographes en formation vidéo. La mutation des boîtiers photographiques a ouvert une porte aux photographes. Nous aussi nous avons évolué. Le principal avantage de ces nouveaux outils c'est le rapport photographique à l'image : nous pouvons jouer sur la profondeur de champ comme dans une image-cinéma alors que l'image-vidéo de base ne le permet pas : tout est lisse et net.

Il faut continuer dans la lignée de ce qu'on fait depuis quelques années. Se diversifier et faire

du multimédia, de la vidéo, nos appareils photos nous le permettent aujourd'hui. C'est aussi une réelle valeur ajoutée de pouvoir développer des projets sur plusieurs plateformes. Mais c'est bien également de travailler avec des preneurs de son, des webmasters, des réalisateurs. En tant que photographe, on ne peut pas tout faire tout seul et bien.

Quelle place occupe le multimédia dans votre production ?

Guillaume Collanges : Nous aimerions qu'il prenne une plus grande part à l'avenir. Dès 1999, nous avons fait un premier montage photos et son pour le reportage sur les **Établissements Thibault : la fin d'une usine**. J'avais travaillé à cette occasion avec un journaliste de Radio France, **Sébastien Laugénie**. Et dès le début des années 2000, nous avons travaillé avec des preneurs de son de l'association **le Chant des grenouilles bleues**, notamment sur **les chaussures Germaine** et la fermeture des mines de Lorraine.

A l'époque il existait peu d'espaces de diffusion pour ce genre d'objet hybride. Mais cela s'est accéléré avec le passage au numérique. Aujourd'hui j'aimerais bien remonter en multimédia mes reportages sur le charbon en Lorraine. J'ai le sentiment que la presse devient une vitrine : pour faire court, on monte un book presse qui nous rend crédibles auprès d'autres acteurs, ce qui nous permet de décrocher une mission "corporate" par exemple.



Les espaces reportages se réduisent considérablement dans les magazines. De plus en plus nous devons penser en terme de multimédia et de multiplateformes.



Et le web, vous pensez que ça peut-être une solution ?

Guillaume Collanges : De manière générale nous sommes assez dubitatifs sur l'économie du Net. Est-ce que c'est rentable ? Il faut être concret : comment financer les enquêtes, les reportages, les documentaires. Ce n'est pas très poétique, mais la presse décline lentement et sûrement depuis longtemps.

Comment inverser cette tendance ? On nous dit que les webdocs font beaucoup d'audience, mais personne ne donne de chiffre précis. Alors qu'avec cette diffusion, on peut précisément savoir combien de personnes, combien de temps, quelle parcours dans la navigation on fait les internautes.

Ce qui est clair, c'est que nous ne pouvons plus, depuis un bon moment déjà, nous contenter de la presse et du documentaire pour vivre, même si c'est ce que nous souhaitons le plus, nous devons faire du "corporate". Nous cherchons donc à développer ces différents modes de diffusion : multimédia, livre, expos... les piges de la presse papier ne cessent de baisser. Pour réaliser nos projet, nous avons déjà eu des subventions publiques, notamment de l'ADEME pour les Réfugiés Climatiques" et il est vital de diversifier ses financements. La plupart des webdocs réalisés récemment l'ont été avec le soutien du CNC ou de la SCAM (Société civile des auteurs multimedia) voire de fondations privées.

Aude Raux : Nous avons très vite fait le choix d'avoir un site Internet et des blogs liés à des projets spécifiques comme pour les réfugiés climatiques, les mines (**A life like mine**) ou **Gueule d'Hexagone**. J'aime beaucoup écrire, et je suis peut-être une dinosaure mais le web-documentaire n'est pas une forme qui m'attire. J'ai surtout découvert l'interactivité extraordinaire d'Internet à l'occasion de notre projet **Gueule d'Hexagone** et du blog associé. Avec Jérôme, nous sommes restées plusieurs jours **dans un village du Sud du Finistère** où nous tenions le blog à jour pendant les reportages. Tous les jours, on allait petit-déjeuner au café des sports et au bout d'un moment, les autres clients nous reconnaissaient et nous interpelaient : "Ah aujourd'hui vous allez voir untel ou untel" .



Ils suivaient notre reportage sur notre blog. Ce n'était plus virtuel !

”

Sébastien Daycard-Heid : J'ai été obligé de m'y intéresser en travaillant sur les webdocs. Mais ils fonctionnent essentiellement sur des subventions. Le CNC qui dépend du Ministère de la Culture prend les risques financiers au début. Cette économie est entièrement artificielle. Le webdoc est passionnant sur le fond et la forme, mais le modèle économique n'existe pas encore. Les boîtes de production en webdoc sont financées par le ministère de la Culture. Il n'y a pas de financement privé de fondations comme aux États-Unis.

Les milliardaires philanthropes français investissent dans les médias, pas dans le contenu. **Propublica**, le site américain qui a gagné le prix Pulitzer l'année dernière, est financé par un couple de milliardaires philanthropes. Ils financent du contenu, des enquêtes. Cette logique me paraît particulièrement intéressante. Plus que le **crowdfunding** (production communautaire) auquel je ne crois pas du tout.



Il n'y a jamais eu autant de médias. Pour nous, producteurs de contenus, il n'y a jamais eu autant de possibilité de diffusion qu'aujourd'hui. Le financement de la prise de risque initiale reste le problème principal.



—

10 ans, 10 journalistes: Aude Raux et Sébastien Daycard-Heid sont rédacteurs. Héléne David, Cédric Faimali et Guillaume Collanges sont photographes. Les autres membres sont : **Guy-Pierre Chomette** (r), **Donatien Garnier** (r), **Eléonore Henry de Frahan** (ph), **Jérôme Derigny** (ph), **Laurent Weyl** (ph).

À l'occasion de ses 10 ans, OWNI suivra régulièrement le collectif Argos tout au long de l'année 2011. Stay tuned /-)

-

Crédits photos: ©Collectif Argos/Picture Tank

Jérôme Derigny, Bensmim, vol à la source

Laurent Weyl, Eau : source de vie source de conflit. Le cas israélo-palestinien et La mer d'Aral

VINCENT RICORDEAU

le 22 mars 2011 - 16:22 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour,

Je suis complètement d'accord avec votre approche que j'ai toujours trouvé très qualitative.

Juste une remarque : le crowdfunding tel que nous l'envisageons sur Kisskissbankbank est similaire à l'approche philanthropique des deux milliardaires que vous citez.

Mais au lieu de se limiter aux très très riches contributeurs, nous permettons au grand public de participer financièrement à la naissance de projets créatifs dans la limite de leurs moyens. (à partir d'un Euro)

Sans qu'aucune notion de co-production ou de partage de bénéfices soit envisagée. Nos mini-philanthropes émanant du grand public, reçoivent des contreparties en nature de la part des créateurs.

Et ces derniers conservent 100% de la propriété intellectuelle de leurs projets.

Par contre, les créateurs décident de s'investir personnellement dans une collecte de dons qui part de leur entourage et qu'ils essayent de "viraliser". Et cela demande beaucoup d'énergie !

Mais au final, l'énorme surprise pour nous au bout d'une année (100 projets présentés, 35 réussis) est l'apparition d'un lien social très particulier entre les créateurs et leurs dizaines de philanthropes.

En effet, le créateur existe officiellement dans l'esprit de sa communauté à partir du moment où son projet est sélectionné sur une plateforme dédié à la créativité comme la notre.

Le créateur naît officiellement en tant que tel, et ses proches et les amis de ses amis intègrent complètement son projet en participant à sa naissance.

Nous avons des anecdotes très émouvantes de la part de chaque créateur qui a réussi

sa collecte. C'est très étonnant et finalement très très proche de votre philosophie également.

Je vous invite à jeter un coup d'œil sur Kisskissbankbank ou Kickstarter par exemple pour vous faire une idée de ce que le crowdfunding, très loin des vraies-fausses promesses de retour sur investissement de certains sites, donne comme opportunité aux créateurs amateurs ou pro et aux philanthropes issus du grand public.

Amicalement,
Vincent Ricordeau

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

1 ping

France : REGARDS SUR UNE DÉCENNIE DE MAL-LOGEMENT « meridianes le 9 mai 2011 - 23:00

[...] début des années 2000, plusieurs photographes du collectif Argos ont réalisé des reportages sur la question du mal-logement et des personnes sans-abri. Ils ont [...]