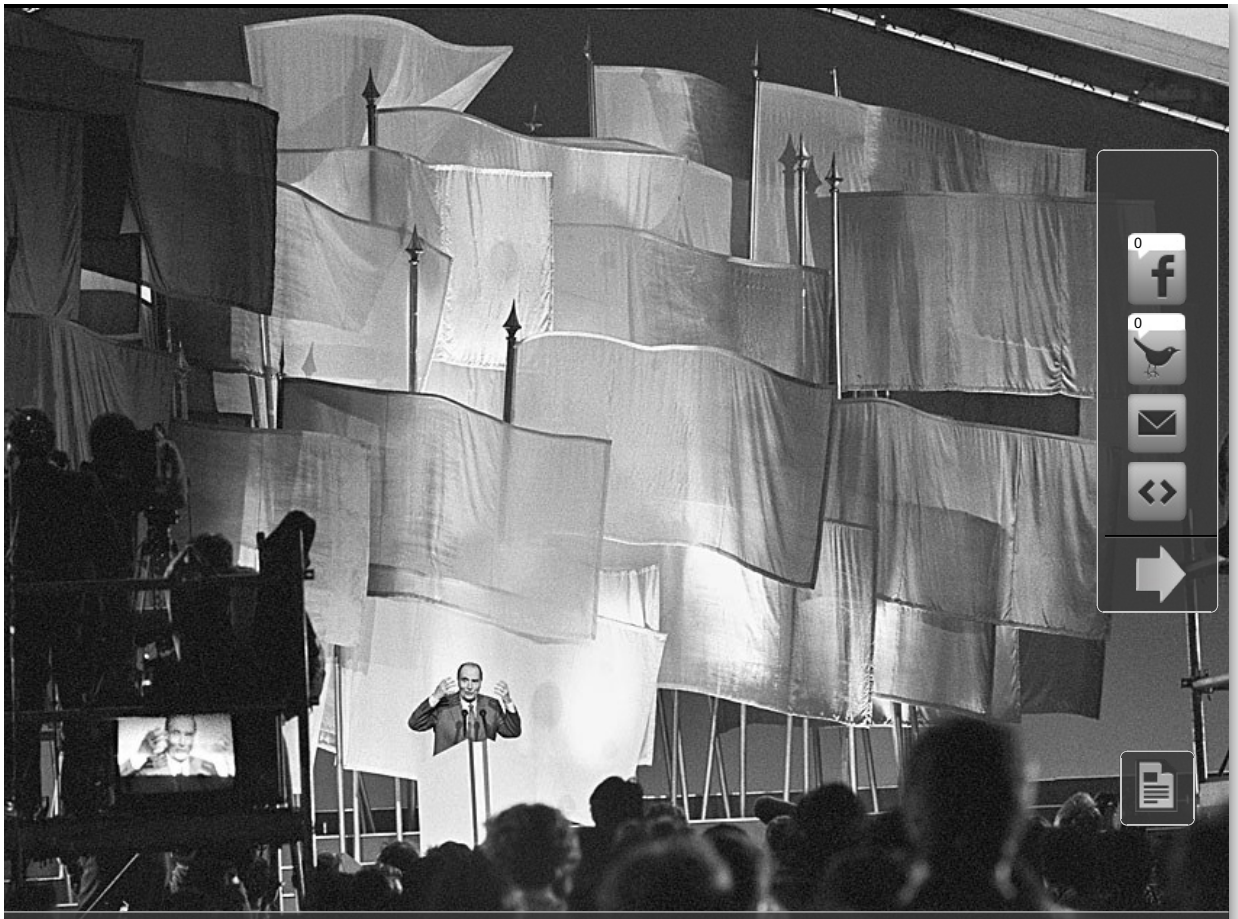


e présidentielle premier tour. Meeting de François Mitterrand. 15 avril 1988 ©Jean-Claude Coutausse

PHOTOGRAPHES CRITIQUES EN CAMPAGNE

LE 10 MAI 2012 ***OPHELIA NOOR***

Après cette présidentielle, nous avons voulu dresser un bilan des dispositifs de communication déployés par les candidats. Et donc des conséquences des interventions des services de com' sur la perception que nous avons eu d'eux. Pour façonner et maîtriser leur image. Entretien avec deux photographes de presse de renom, qui ont suivi les candidats sur les routes. Et ont tenté jour après jour de ne pas tomber dans les panneaux des communicants.

Le photojournalisme politique de nos jours suppose de sérieuses capacités à démonter en

temps réel les constructions des services de com' des candidats. **Jean-Claude Coutausse** et **Cyril Bitton** font de la photo politique depuis plus de dix ans. Membres de Fedephoto[1] ils ont créé à l'approche de la présidentielle, un collectif informel baptisé **French Politics** avec Olivier Coret, Marc Chaumeil, Laurent Hazgui et Caroline Poiron. Chacun d'entre eux a suivi durant plusieurs mois un (ou des) candidat(s) en campagne pour plusieurs quotidiens ou magazines. Ainsi, Jean-Claude Coutausse suit les présidentielles depuis 1988 et François Hollande depuis l'université d'été en exclusivité pour le quotidien *Le Monde*. Cyril Bitton suit le FN depuis dix ans et Marine Le Pen depuis son investiture à la tête du parti en janvier 2011. Entretien.

> **Qu'est-ce qui a changé dans votre manière de travailler depuis les précédentes présidentielles en 1988 pour Jean-Claude et 2002 pour Cyril ?**

Jean-Claude Coutausse : C'est toujours le même principe. Nous sommes devant une scène avec des hommes politiques qui se mettent en scène. Ce qui a vraiment changé, c'est plutôt la manière dont ils se mettent en scène. Avant, ils étaient moins conscients de leur image. Particulièrement l'ancienne génération, les Chirac, Balladur, Barre, Mitterrand. Ils étaient un peu plus patauds. Le principe en photo politique c'est d'abord de se faire un point de vue. Ensuite d'aller le chercher avec des images et des situations.

Nous devons toujours être omniprésents pour profiter des failles, de ces moments où les hommes politiques s'oublient un peu. De ce point de vue, nous avions plus d'occasions avec l'ancienne génération. La nouvelle, disons depuis 2007 avec la campagne de Ségolène Royal et Nicolas Sarkozy, fait beaucoup plus attention à son image.

> **Les équipes de communicants sont omniprésentes aujourd'hui autour de la plupart des candidats, comment travaillez-vous ?**

Jean-Claude Coutausse : Nous avons surtout vu les équipes de communicants arriver en 2002. Chez Jacques Chirac, c'était plus familial. C'est un cercle d'intimes qui le conseillait, dont son attachée de presse de toujours Lydie Gerbaud. Autour de Jospin en 2002, on a vu arriver des publicitaires. Et ça a été une catastrophe. Ils ont contribué à sa défaite. Ils étaient insupportables et se sont mis la presse à dos. De notre côté, nous avons toujours travaillé de la manière suivante : raconter ce que l'on voit et ce que l'on ressent. Eux voulaient vendre un produit. Et ça n'a pas marché. On ne sait jamais vraiment, si ce sont toujours les mêmes aujourd'hui, mais si ces personnes ont eu une réelle influence sur l'actuelle campagne de François Hollande, ils l'auront fait cette fois de manière plus subtile avec l'expérience acquise.

Cyril Bitton : J'ai suivi plusieurs candidats pendant cette campagne, Eva Joly, Jean-Luc Mélenchon, François Hollande pendant la primaire socialiste, mais surtout Marine Le Pen, depuis plus d'un an, moment de son investiture à la tête du parti. Pour le Front National, l'évolution se fait surtout avec le changement de personnalités, très différentes, à la tête du parti, entre 2002 et maintenant. Alors que la personne qui s'occupe de la communication est la même, Alain Vizier. C'est vraiment la vieille école. Ils s'en moquent de voir les photos avant publication, du moment que quelque chose sort, ils sont contents. On peut faire à peu près ce qu'on veut. On peut faire des demandes spécifiques.

En 2002 à l'époque de son père, le champ d'action était plus large, on a parfois l'impression qu'ils n'ont pas de communicants. L'accès au bureau de Jean-Marie Le Pen était assez simple et je pouvais même faire des photos sur scène. Aujourd'hui, c'est plus compliqué. En meeting on ne peut plus monter sur scène et dix ans après je sais que je ne pourrai pas faire des photos dans le bureau avant les résultats.

Jean-Claude Coutausse : J'ai beaucoup couvert le FN à partir de 1986 pour *Libération*. Le débat de l'époque dans les rédactions était est-ce qu'on couvre le FN ou pas ? Même sans clore le débat nous le faisions. Ils sont là, ils se présentent aux élections. Des incidents avec les journalistes au FN j'en connais très peu. On nous a toujours laissé faire. C'était plutôt eux qui éloignaient ce qu'ils ne voulaient pas qu'on montre. Qu'on dise du bien ou du mal, ils voulaient qu'on parle d'eux.

Cyril Bitton : Avec Bayrou c'était marrant, ils ne voulaient pas qu'on utilise le grand angle. Quelqu'un avait du lui expliquer un jour que le grand angle déformait.

Jean-Claude Coutausse : Bayrou s'approche et te dit *"vous êtes au 28 mm ?"* Il connaissait même les focales. Il s'approchait, tu déclenchais. Il est vraiment de l'ancienne école. Au PS cette année, ils nous ont empêché de faire certaines photos, on ne pouvait pas prendre Hollande de dos par exemple. Ils faisaient ça de manière beaucoup plus subtile bien sûr, *"tiens, place toi là, tu seras plus à l'aise devant".* Et depuis quelques

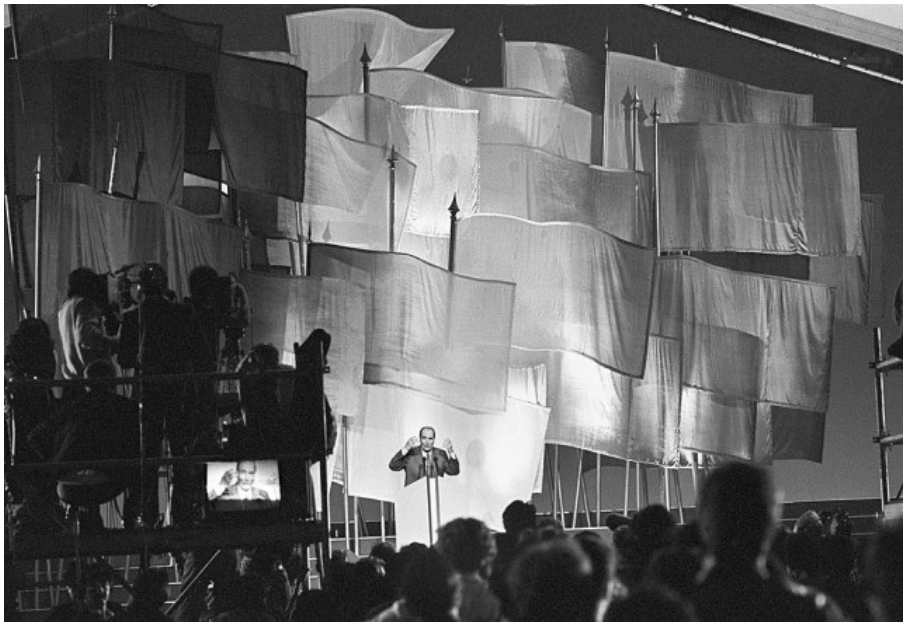
semaines ça s'est libéré.

> **Comment se traduit cette "mise en scène", cette mécanique bien huilée de la représentation politique ? Et comment arrivez-vous à montrer "autre chose" que ce que l'on vous présente.**

Jean-Claude Coutausse : Montrer les rouages d'une campagne ou l'envers d'un décor, c'était très à la mode depuis dix ans à la télévision. Le public sait comment ça fonctionne. A Vincennes nous étions une poignée de photographes autorisés par les équipes de Hollande à monter sur scène, de *Libération*, *Le Parisien*, *Le Monde* et une ou deux grandes agences. C'est une compétition entre deux candidats, et on me donne donc l'occasion de le montrer face à la foule. Est-ce qu'on fait leur jeu à ce moment là ? Ce qui m'a intéressé malgré tout à Vincennes (Ndlr : au meeting de François Hollande avant le premier tour) c'était de montrer le candidat Hollande avec la foule. La question était : *Y aurait-il une grosse foule : celle qu'ils attendaient, ou pas ?* Je montre ce que je vois. On peut toujours décadrer mais ça dépend des meetings. D'ailleurs, les candidats ont tous adopté ce même fond bleu et parfois on ne sait plus où on est : à Besançon ? à Lille ? Dans un gymnase, une mairie ? Donc nous devons élargir le cadre pour avoir l'information de contexte.

> **Quelle liberté de circulation avez-vous dans les meetings ?**

Jean-Claude Coutausse : Personnellement, je me dis il faut aller voir tous les candidats pour avoir un bon point de vue. *Le Monde* me demande de n'en suivre qu'un (Ndlr: François Hollande). Mais je m'échappe, malgré tout. C'est fatiguant de suivre le même candidat et ça créé des relations. Même si cela peut faciliter énormément les choses. A Lille, il y avait un pool avec trois photographes qui le suivent depuis le début : **Sébastien Calvet** (*Libération)*, **Denis Allard** (REA), et moi-même. Les équipes de communication nous ont laissé passer devant. Alors est-ce qu'on nous manipule, est-ce qu'on nous facilite tout simplement la tâche ou est-ce pour nous remercier un peu du résultat de notre travail ?



> **Vous n'avez jamais de réponse claire là-dessus ?**

Jean-Claude Coutausse : Il n'y a peut-être pas de réponse. La situation est ambiguë, eux font de la politique et nous sommes journalistes. Mais il n'y a pas de relations incestueuses. Ce sont des gènes différents mais malgré tout, cela fait un an que nous sommes sur les routes ensemble et dans les mêmes hôtels. Ce qu'il y a de plus compliqué en photo politique c'est toujours de garder de la distance.

> **Ce qui est important c'est également le média pour lequel un photographe travaille, les demandes des quotidiens ou des agences diffèrent…**

Cyril Bitton : L'intérêt de travailler pour un journal c'est la liberté et d'avoir des images qui sont publiées. Ils te laissent tranquille et ça t'apporte une légitimité. Entre 2001 et 2007, quand je suivais le FN en commande régulière pour *VSD*, c'était simple. Alors qu'au tout début de cette présidentielle, je n'avais pas de journal ou de magazine derrière moi, et même Alain Vizier (Ndlr : responsable communication du FN) que je connaissais depuis des années, me répondait que "c'était compliqué" pour certaines de mes demandes. Mais quand on commence à venir très régulièrement, ils s'habituent.

Jean-Claude Coutausse :

> ***Un visage familier te rassure. Mais c'est sclérosant de suivre un même candidat. Tu accumules une grosse fatigue sur une campagne. Tu peux tomber en amour ou en haine excessive pour un candidat. Il faut respirer. C'est très instructif de voir comment ça se passe chez les autres candidats, chez Mélenchon, chez Sarkozy…***

Cyril Bitton : Avec le temps certaines choses se mettent en place et avec l'expérience aussi. Meeting après meeting on trouve nos marques, on connait le tempo de la campagne du candidat. Mais c'est bon de quitter ses zones de confort : au milieu de cette campagne présidentielle, j'ai couvert un meeting de Sarkozy, le contrôle était si compliqué que j'étais obligé d'être super concentré tout le temps. Je ne connaissais pas les rouages de sa campagne. Côté agences, certaines ont des demandes spécifiques. Les photographes doivent parfois demander aux politiques de poser.

Jean-Claude Coutausse : Le média est très important. Dans une agence photo, l'aspect commercial est assez fort. Les photographes ont besoin de vendre des photos, et au lieu d'être tournés vers la scène sur Hollande par exemple, les agences voudront des photos de Valérie Trierweiler. Elles se vendront de manière plus sûre. On peut leur demander de faire plus de concessions qu'à un photographe de journal.

> **Quelles concessions vous ne feriez pas ?**

Jean-Claude Coutausse : Je ne travaillerai pas avec une agence photo sur les sujet politiques pour fournir la photo du candidat qui fait la gueule. Ces photos, tu les fais de toute façon et tu vas les publier, sauf que tu as la continuité de ton histoire sur plusieurs mois de travail et qu'elles s'insèrent dans une narration. La plupart des agences chercheront le quatre pages pour *VSD* ou *Paris Match* qui ramènera de l'argent. Ils vont plus jouer dans le people et on sort du journalisme. A cause de la pression commerciale.

Cyril Bitton : Cela dépend des agences. A french-politics, on raconte la vie d'un candidat sur plusieurs mois, celle qu'il choisit en tout cas de nous montrer, et on va essayer de faire des choses différentes dans ce cadre.

> ***Là où c'est bien de suivre une campagne sur la longueur c'est le fait qu'il n'y ait pas que des photos fortes. Comme dans une fiction, avec des moments de creux tout aussi intéressants, comme une respiration, et avec des moments plus intimes.***

C'est différent de travailler juste pour un quatre pages de magazine. Là, nous avons le début de la campagne, la fin avec plus d' intensité, les déplacements…

Jean-Claude Coutausse : Ça devient une histoire intéressante sur le plan journalistique, et du point de vue historique au bout de quelques années. Mais dans le présent, ça ne rapporte pas d'argent.

> ***La photographie politique est très particulière. Elle a énormément de valeur ce matin, le lendemain beaucoup moins, dans six mois aucune et dans dix ans elle a une valeur inestimable.***

> **L'arrivée d'Internet, sa viralité et la multiplication des plateformes comme Twitter dans le paysage médiatique ont-elles joué un rôle dans la prise de conscience des politiques de leur image ?**

Jean-Claude Coutausse : Je suis plutôt étonné du peu d'influence de la presse Internet sur la campagne. De mon point de vue, ce sont souvent des gens qui ont dépassé la cinquantaine qui s'intéressent le plus à la politique. Les meetings sont entrés dans les salons grâce à la télévision. Je pense qu'il faut attendre encore un peu, avec les nouvelles générations pour qu'Internet ait un poids vraiment significatif. Après, mon blog sur lemonde.fr (ndlr : **Bains de foule**) a été une bénédiction. Je met ce qui me plait. On attend aussi que de vrais services photos se développent sur la presse en ligne.

Cyril Bitton : J'ai plutôt l'impression qu'ils s'inquiéteront vraiment d'Internet à la prochaine présidentielle en 2017. Dans celle-ci, ce sont les télévisions en continu qui ont mené la danse. Elles sont toujours très proches. Pour ce qui concerne Marine Le Pen, des déplacements ont même été annulés ou déplacés pour avoir la présence des télévisions en continu. C'est très important, malgré un réseau comme Twitter. La différence sur le terrain,

entre 2002 et aujourd'hui, c'est le nombre de caméras et de perches.

Depuis le *"casse toi pauv' con"* les télévisions laissent trainer leurs micros, ils se tiennent à 10 cm du candidat. Nous ne pouvons plus travailler tanquillement, nous n'arrivons pas à avoir un décor pour contextualiser, eux non plus. Ils interrogent les candidats sur n'importe quoi en espérant avoir une petit phrase clef. Et c'est difficile pour nous, photographes, avec cet agglutinement, d'avoir une bonne photo. Il faut rester longtemps sur place quand le cercle se relâche, récupérer de l'espace et prendre des photos.

> **Ton portfolio "Au nom du père" consacré à la campagne de Marine Le Pen, a provoqué des réactions de rejet et de gêne. Tu parlais aussi de délit de faciès…**

Cyril Bitton : Ce que je trouve intéressant, c'est l'idée de prêter attention à la forme pour faire ressortir le fond. Pour ce qui est de Le Pen, je travaille le plus honnêtement possible, je n'invente aucune situation, je montre ce que je vois. Je suis Marine Le Pen depuis qu'elle a pris la tête du parti et le FN depuis dix ans.

Je montre simplement ce qu'elle fait : elle essaie de montrer que le parti est différent. Ou comment elle est : dans certains de ses déplacements, les moments où elle est à l'aise, et d'autres non, car elle ne se retrouve pas devant son public habituel. J'aurais passé moins de temps à faire une sélection si j'avais juste pris des photos ou elle apparaissait méchante.

> ***Pire, en faisant ça, j'aurais eu le même raisonnement qu'eux, c'est à***

dire fonctionner au délit de faciès. Ce que je montre est la réalité pas une caricature.

Et c'est plus intéressant de susciter des réactions avec ce travail surtout si cela permet de poser la question des idées. Si on ressent une gêne à leur vue, on a une chance, c'est d'aller voter contre ces idées.

> **Est-ce que ces réactions de gêne ne sont pas dues au fait que son père paraissait finalement très caricatural, quelque soit l'angle sous lequel on le prenait en photo ?**

Cyril Bitton : Clairement, Marine Le Pen joue beaucoup de sa féminité par rapport à son père. Mais les journaux ont une responsabilité là-dedans. Entre 2001 et 2002, très souvent les magazines ne demandaient que des photos où Jean-Marie Le Pen faisait des grimaces et paraissait dur. Au début de cette campagne 2012, je voyais beaucoup de téléchargements de photos de Marine Le Pen sur notre site french-politics, où elle était "normale".

Elle est même passée dans le magazine *ELLE* . C'est du jamais vu. La responsabilité des journaux est là, entre demander des photos de son père où il est agressif et rester dans la caricature, et pour sa fille ne prendre que des images ou elle est souriante. C'est aussi un choix éditorial.

Jean-Claude Coutausse : C'est un débat intéressant. Depuis 1986 une bonne partie de la société se complait dans cette caricature, "ce sont des nazis, ils ont de gros souliers". Comme cette dame qui avait dit : *"des crapeaux sortent de sa bouche [Marine Le Pen]"* après la projection du portfolio de Cyril [2]. Hors la réalité n'est pas là. Nous avons toujours cette référence à la deuxième guerre mondiale et au nazisme alors que le FN est issu de notre propre société. C'est plus difficile à admettre. Il arrive un moment où les photographes et journalistes qui les approchent veulent raconter cette réalité, ce que montre bien Cyril. La caricature est confortable presque rassurante, mais totalement inefficace.

Cyril Bitton : Et ça ne nous remet pas en cause. On est encore sur le physique. Alors que ce sont les idées qu'il faut combattre.

Photographies par **©Jean-Claude Coutausse** et **© Cyril Bitton** / **French Politics**. *Tous droits réservés.*

1. fédération de photographes indépendants qui permet de se passer d'un intermédiaire type agence pour vendre des photos, http://www.fedephoto.com/fotoweb/ [↩]

2. Projection des portfolios de 6 photojournalistes à la Maroquinerie le samedi 14 avril 2012 pendant l'évènement **"Regards de campagne"** organisé par l'association "Parole de photographes" [↩]

DAMIEN - PHOTOTREND.FR
le 10 mai 2012 - 13:14 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

Merci pour l'article. La présidentielle racontée par deux photographes, c'est très intéressant.

VOUS AIMEZ 4 VOUS N'AIMEZ PAS 0 LUI RÉPONDRE

MARTIAL MAURETTE REPORTER-PHOTOGRAPHE
le 10 mai 2012 - 17:08 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

Ouf, je suis rassuré les Photographes interviewés, sont très conscients des manipulations et censures… Mais néanmoins, ils jouent le jeu "du chat et de la souris" contre les Attaché(e)s de Presse et autres communicants metteurs en scène…
Et ne semblent guère volontaires, pour "obliger" les éditeurs Presse, à ne pas choisir n'importe quoi, diffusé n'importe comment !
Heureusement, pour nous il reste la possibilité et le plaisir de voir leur vrai travail mieux choisi, sur des sites persos ou livre biographiques, ensuite.
(Ok ! Ce n'est plus de l'Actualité…)

VOUS AIMEZ 1 VOUS N'AIMEZ PAS 0 LUI RÉPONDRE

STÉPHANE BEZOMBES
le 10 mai 2012 - 17:50 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

Tres interessant article, merci. Je vous encourage aussi à regarder les interventions des photographes de la campagne prises par l"association Parole de Photographes : http://www.youtube.com/user/parole2photographes

VOUS AIMEZ 1 VOUS N'AIMEZ PAS 0 LUI RÉPONDRE

OPHELIANOOR
le 10 mai 2012 - 18:20 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

Bonjour Stéphane, je mentionne Parole de photographes/regards de campagne dans mon article, évènement auquel je me suis également rendue :) http://owni.fr/revue-du-web/regards-de-campagne/

VOUS AIMEZ 1 VOUS N'AIMEZ PAS 0 LUI RÉPONDRE

4 pings

Photographes critiques en campagne | La com' tranquille le 10 mai 2012 - 13:51

[...] les routes. Et ont tenté jour après jour de ne pas tomber dans les panneaux des communicants. (Lire la suite sur OWNI.fr) Share this:Share on TumblrDiggJ'aimeJ'aime

article Cette entrée a été publiée [...]

De l'importance des photographes en campagne | Frédéric Bourgeon le 11 mai 2012 - 5:29

[...] très bon site d'information OWNI vient de se fendre d'un article dans lequel est abordé le sujet des photographes de presse en temps de campagne. Le sujet est bien [...]

Sunday Links | Phototrend.fr le 13 mai 2012 - 19:00

[...] Bilan de la com' de cette présidentielle à travers l'oeil de deux photojournalistes – Owni [...]

Lila - Become an influencer le 21 mai 2012 - 13:16

[...] Photographes critiques en campagne [...]