

CONCURRENCES GRAPHIQUES

LE 27 DÉCEMBRE 2010 SYLVAIN MARESCA

Avec le numérique la chaîne graphique a explosée. Des professions qui étaient clairement séparées il y a quelques temps se font concurrence, l'une allant sur le terrain de l'autre.



Pour une image de biscuits, on a demandé récemment à ce photographe de photographier séparément le panier, les gâteaux et le pot de lait. Lui se proposait de photographier le tout en respectant à la lettre le calque du directeur artistique de l'agence, auteur du visuel publicitaire.

Mais ça ne les intéressait pas parce qu'ils envisageaient de faire deux usages des mêmes images pour deux emballages différents. « Ils me demandaient de faire trois photos alors que, normalement, on n'en fait qu'une. Avant, on n'en faisait qu'une. Bon, moi j'ai fait comme ils voulaient. Pour les Créa [créatifs d'agences publicitaires], c'était une approche différente. Je sais pourquoi : c'est qu'ils vendaient 10 heures de retouche derrière, qu'ils n'auraient pas eu à faire autrement. » Aujourd'hui, les agences de pub sont très bien équipées pour ça. Certaines ont même monté un studio de photo.

Cet exemple m'a fait entrevoir que le passage au numérique avait intensifié, sinon déclenché, des phénomènes de concurrence directe entre les différents acteurs de la "chaîne graphique" qui, au bénéfice des facilités techniques offertes par le numérique, tentent de récupérer à leur profit les activités et marchés des autres. En voici quelques exemples :

Photographes versus Photographeurs

Certains professionnels ont décidé de se ré-équiper entièrement en numérique – en dépit du coût important de cet investissement – avec l'espoir de facturer désormais, en plus du prix de leurs images, le coût de leur post-production. En clair, ils ambitionnaient de reprendre à leur compte le travail des photographeurs et les bénéfices qu'il générerait. Malheureusement pour eux, leurs clients directs et/ou les agences de publicité par qui ceux-ci passaient ne l'ont pas entendu de cette oreille : les uns et les autres ont surtout vu là une chance inespérée de réduire leurs coûts en supprimant le recours à un intermédiaire de la chaîne. Ils ne l'ont pas laissée passer.

Commanditaires versus Agences de publicité

Dans le même souci d'économie, certaines entreprises grosses consommatrices de photographies pour leur communication – dans la grande distribution principalement – ont vu leur intérêt à se passer, du moins en partie, des agences de publicité. Certaines ont débouché directement des chefs de publicité, des créatifs au sein de ces agences pour les intégrer directement à leurs services. Désormais, en pareil cas, les campagnes de publicité sont conçues au sein des entreprises et mises en œuvre en embauchant sans intermédiaires les divers professionnels requis, depuis le photographe jusqu'à l'imprimeur.

Commanditaires versus Photographes

Pour produire des supports de communication souvent à destination interne (site internet, catalogues pour la force de vente, etc.), certaines entreprises ont intégré un studio photographique et produisent désormais leurs visuels elles-mêmes. Soit en rémunérant en tant que de besoin les services d'un photographe professionnel appelé à travailler sur place, soit, au grand dam des hommes de l'art, en confiant à un cadre de l'entreprise le soin

de prendre lui-même les photos.

Infographistes *versus* Agences de publicité

Certains infographistes indépendants ne se contentent plus de composer les visuels publicitaires à partir des éléments qu'on leur fournit, ils en viennent parfois à réaliser eux-mêmes les photographies, ce qui les rend aptes à doubler les agences en devenant l'interlocuteur unique des commanditaires. Quand ils ne s'approvisionnent pas directement dans les banques d'images à bas prix disponibles sur internet.

Agences de publicité *versus* Photographes

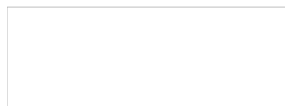
Certaines agences court-circuitent également les photographes en achetant des visuels sur ces mêmes banques d'images. Mais ce n'est pas réalisable dans tous les cas et leurs clients ne valident pas forcément le résultat final ni le prix...

Photographes *versus* Photographes

Certains pionniers sont passés très tôt au numérique pour tenter de récupérer des marchés qui étaient en train de leur échapper. Mais à leur tour, ceux qui ont suivi un peu plus tard sont venus les concurrencer avec des prix moindres parce que, entre-temps, ils avaient pu s'équiper en numérique pour moins cher. Par ailleurs, selon qu'ils avaient ou non les moyens matériels et humains pour numériser leur fonds photographique et l'indexer de manière efficace, ils ont pu tirer profit du marché élargi offert par internet ou au contraire voir s'effondrer leurs espoirs de valoriser leurs archives.

Selon un photographe de publicité qui s'en est plutôt bien sorti en agrandissant son studio avec le concours de plusieurs associés, du temps de la photographie argentique, « c'était très difficile de casser la chaîne graphique. Parce que l'agence de pub avait l'habitude de travailler avec tel imprimeur, tel photographe, tel graphiste, tel photographeur. La chaîne graphique qui existait était très stable. Ça a totalement explosé avec le numérique. »

Pour décrire cette évolution multiforme et très variable, il importe de bien spécifier les types de production et de marché. C'est une entreprise ardue car il y a énormément de cas de figure. A ce stade de notre enquête, nous commençons à peine à nous y retrouver. Nous sommes donc preneurs de tous les témoignages et éléments de description possibles, précis, datés et détaillés. Merci d'avance.



Billet initialement publié sur **La vie sociale des images**, un blog

de Culture visuelle

>> Illustration Flickr CC : **Bethan**

FRED

le 27 janvier 2011 - 21:16 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



C'est avec beaucoup d'intérêt que j'ai lu votre article, je pense effectivement qu'il mérite un petit commentaire.

Pour situer le bonhomme ... 30 ans de photo Pro, de la chambre en bois et en silex au H3D2 39Mo. Je suis sans doute (grâce au studio où j'étais salarié à l'époque) parmi les premiers à être passé au numérique. Certains se souviendront du Blad 3 shoots à tourelle de filtres mécanique ☺

Petite récap donc :

« on a demandé récemment à ce photographe de photographeur séparément... »

- La photo en « Kit » qui peut tout faire :

Tous les formats, du catalogue à la plaquette et qui reste détachable pour le reste, ce n'est pas nouveau, c'était déjà le cas en argentique.

-Photographes V. Photographeurs

C'est vrai que le couple photographe /photographeur a toujours été bancal. En argentique déjà certains offraient les photos du catalogue (studio intégré) du moment qu'il vendaient le papier ... Bonjour les marges ! Que dire des scans à 100 balles qu'ils ont vu disparaître avec le numérique. Nous avons été obligés de nous mettre à l'épreuve CMJN pour justifier la qualité de nos fichiers auprès des clients. Dixit les photographeurs : ils sont inexploitable !

Pas grand chose de nouveau de ce côté là, et c'est toujours l'amour vache entre nous.

Mais un photographe intégré, c'est quand même un jeune qui bosse.

-Commanditaires V. Agence de Pub

Pas grand chose à dire, si ce n'est que les tarifs des agences étaient souvent

dissuasifs.

La créativité (quand elle existe) à quel prix ???

-Commanditaires V. Photographes

C'est vrai que j'ai des clients qui ont acheté des « tentes à pack shoot », c'est une partie du budget qui m'échappe maintenant. Le mal vient plus du fait qu'avec le numérique, tous les clients se prennent pour des photographes. Mais ... nous en reparlerons plus loin.

-Infographistes V. Agences de Pub

Là joker, j'ai beaucoup d'amis infographistes (indépendants) qui font un travail super et qui peuvent souvent se substituer à une agence. La faute à qui ? Ils font parfois leurs images, ils passent par les images Bank (merci photol..) et ils m'appellent quand c'est justifié. Globalement je n'ai rien contre un système de petites unités réactives qui travaillent de concert, ça réduit le coût pour le client et ça fait bosser les indépendants.

-Agence de Pub V. Photographe

Là de mon côté c'était carrément le divorce. Mes honoraires multipliés par trois (par l'agence et payés par le client) pour un soit disant suivi au studio par une belle stagiaire en jupe très courte qui au bout de quatre heures de mise en place demande une validation au D.A absent. Merci j'ai donné !

Tout va beaucoup mieux depuis que par « souci » de transparence je facture en direct au client, qui est sur la prod et repart content.

Raccourci certes abrupte, mais souvent vécu.

-Photographes V. Photographes

La concurrence entre photographes, ben ça existe depuis que la photo existe, j'aimerais plutôt parler de diversité, de sensibilité, de moyens etc. ... A chacun de trouver sa façon de travailler, y'a de la place pour tout monde.

Au final il ne s'agit pas là d'un discours aigri d'un « vieux de la vieille » qui regrette le passé (si quand même pour les prix à la journée☺).

Mais plutôt d'un sentiment de mise aux normes. Il y a 20 ans c'était le gros bordel, chacun de son côté et tous détenteurs de la Sainte Vérité. La chaîne graphique était cloisonnée, en cas de bug c'était toujours la faute de l'autre.

L'arrivée du numérique a dilué la technologie tout au long de la chaîne. Beaucoup d'efforts et parfois de « douleurs » mais on commence tous à parler le même langage ...

– Le juste prix :

Agence, infographiste ou PowerPoint maison de M..., photographe ou stagiaire photo. On sait ce qu'on a et on sait combien on le paye.

– La qualité :

Je ne parle que pour moi, mais je suis persuadé que le besoin de qualité existe. Après la période « on va tout faire nous même » je sens venir la période chez le client : l'image que nous présentons est Notre Image.

– Coté Photographe :

J'ai perdu les photos fonds blancs « internet » mais on me rappelle pour les couv's voir pour les fonds blancs catalogue, car c'est bizarre les photos de la stagiaire passent pas au print ?

- Coté agence :

Je les sens plus impliqués, normal le client surveille (surtout les coûts). Je fais les montages en « direct live » sur les shoots, maquette, montage, incrust, texte etc. ... ça les a bien calmé.

- Coté infographistes :

Je les aime bien, souvent indépendants ils ont une réelle écoute du client et du photographe, c'est facile de travailler avec eux.

- Coté photographeurs :

C'est le parfait amour depuis les « profils », j'adore les kits de séparation, les taux d'engraissement etc. ... Enfin on cause pareil, même si j'ai parfois l'impression de faire leur boulot.

Certes tout le monde à maintenant l'impression de pouvoir tout faire. Mais entre pouvoir et savoir y'a un grand pas ! Cette imprégnation par capillarité de la technologie nous a obligé à partager le même outil tout au long de la chaîne graphique. Un même langage pour tous, moi j'aime bien. Chacun y a sa place en fonction des qualités qu'il a développé. Certes les boulots faciles c'est fini, mais qui pensait que ça durerait éternellement ?

A quand papier sur les droits d'auteurs ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE