



MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

INSPECTION GÉNÉRALE DES AFFAIRES CULTURELLES

N° 2010-23

Photojournalistes : constat et propositions

23 juillet 2010

Marie Bertin

Michel Balluteau

Inspecteurs généraux des affaires culturelles

INTRODUCTION

L'attention du ministre de la Culture et de la Communication est attirée, depuis quelques mois, sur **la situation du photojournalisme qui traverse une crise dont les conséquences pèsent sur les reporters photographes.**

L'actualité montre les **difficultés récurrentes de certaines agences de presse photographiques**, dont les fonds –souvent en attente de numérisation- peuvent susciter des convoitises. Elles sont confrontées à la baisse des budgets consacrés à la photo par des éditeurs souvent en difficulté financière, dont certains leur font concurrence en devenant à leur tour agence de presse, ou négocient des forfaits qui laissent aux agences spécialisées peu de marges de manœuvre.

Les petites structures, créées par des reporters photographes professionnels, sont fragilisées dans un contexte où les pratiques leur semblent consacrer le pouvoir des éditeurs de presse de réguler les prix du marché de la photo. Ils déplorent que les entreprises de presse, alors même qu'elles reçoivent d'importantes aides publiques ne soient pas, en retour, soumises à des obligations de qualité éditoriale.

Alors que la rémunération des photojournalistes salariés permanents est d'un niveau plutôt correct, **certain photographes de presse, pigistes, sont en difficulté financière et sociale certaine**, et se tournent, lorsque cela est possible, vers d'autres formes de photographie, dont la mode ou le « corporate », plus sûres et rémunératrices.

La situation est paradoxale : **jamais le monde n'a autant disposé d'une telle offre d'informations et de photos**, grâce notamment à Internet et aux formidables progrès techniques des dispositifs de diffusion de masse. Et **cette situation ne profite pas, ou peu, aux professionnels de l'information que sont les journalistes**, et parmi eux, aux photojournalistes. D'abord en raison de la prolifération d'informations douteuses (c'est un euphémisme) sur le Web, dont semblent se satisfaire bon nombre de « surfeurs », affaiblissant ainsi la position des médias de qualité. Ensuite par le phénomène de gratuité de l'Internet, qui conduit à peu ou pas rémunérer les contributions (articles ou photos). Enfin par l'extraordinaire abondance des photos non sourcées ou provenant d'amateurs ravis de voir reprendre leurs « œuvres » sur la « toile », sans aucune rémunération.

L'appel récemment lancé par le quotidien gratuit Métro pour inviter ses lecteurs à envoyer leurs photos en vue de publication illustre parfaitement cette concurrence sauvage volontaire, faite à un métier. Elle est accentuée par l'illusion que, le numérique ayant induit une simplification réelle de la prise de vue, chacun peut devenir photographe de presse. Or s'il est vrai qu'il est aujourd'hui difficile de rater une photo, il n'est pas moins complexe qu'hier de produire une photo porteuse de sens. L'appareil ne fait pas l'œil.

La concurrence n'a jamais été aussi vive, et peu contrôlable, sur un ensemble gigantesque et mouvant de pages d'information, qui participent sans aucun doute à la déstabilisation de la presse écrite d'information qui perd régulièrement des lecteurs.

Au surplus, celle-ci est amenée, souvent, à **reconsidérer la place et l'importance donnée à la photographie dans ses éditions.** Avec des conséquences à la fois sur le nombre de photographes salariés des journaux, en baisse continue à de très rares exceptions près, et sur le prix que la presse est

prête à payer les photos d'agences ou de pigistes auxquels elle s'adresse. Une spirale vers la baisse des prix est constatée depuis quelques années, mortelle pour certains professionnels indépendants ou certaines agences spécialisées.

S'il est normal que l'autorité politique se penche sur ces évolutions profondes, qui constituent un phénomène de société, **la légitimité de l'action publique n'apparaît pas évidente dans un domaine de libre entreprise et de rapports privés entre prestataires et éditeurs**. Elle est d'ailleurs récusée par quelques intervenants. Cette question de la légitimité et de la nature de l'éventuelle intervention de l'Etat, par un processus de régulation, est au cœur de cette problématique. La responsabilité de la puissance publique, en tout état de cause, consiste à faire en sorte que les dispositions légales applicables à ce secteur, comme celles du Code de la Propriété Intellectuelle, soient respectées, et lorsque cela est nécessaire, que ces règles soient adaptées.

Φ

Cet ensemble de considérations a conduit le ministre de la Culture et de la Communication à missionner l'Inspection Générale des Affaires Culturelles (IGAC) par lettre du 20 janvier 2010 ¹, afin de faire établir un constat de la situation juridique, sociale et économique du secteur, et de recueillir des propositions pour l'avenir.

Précédemment, à l'automne 2009, la Direction du Développement des Médias ² avait établi, en concertation avec les professionnels intéressés, une étude juridique et sociale très approfondie qui a été particulièrement utile aux rapporteurs de l'IGAC.

Par ailleurs, Mme Irlès et M. Herbillon, députés à l'Assemblée Nationale, ont bien voulu faire part au Cabinet du Ministre, en présence des rapporteurs, des conclusions tirées des entretiens qu'ils ont conduit avec des représentants des photojournalistes, des éditeurs et agences de presse. Les parlementaires se sont montrés, en particulier, très désireux de voir clarifiée, au profit des photojournalistes, la question des photos « D R ».

Les rapporteurs, après avoir rencontré des représentants du secteur ³, et reçu de nombreuses contributions, dont l'essentiel est contenu dans l'annexe 3 au présent rapport, ont remis au Ministre, le 5 mai 2010, un Etat des Lieux, largement diffusé aux organisations représentatives des photographes, journalistes, éditeurs, agences de presse photographiques, organismes sociaux etc.

Plusieurs contributions, en réponse à l'Etat des Lieux ont été reçues par la DGMIC et les rapporteurs. Une réunion de travail présentant ce rapport intermédiaire et permettant de recueillir des observations complémentaires, s'est tenue au Cabinet du Ministre, le 9 juillet 2010 ⁴. A nouveau, plusieurs réactions écrites ont été recueillies ; celles enregistrées par l'IGAC jusqu'à la date du 20 juillet ont été prises en compte pour la rédaction du présent rapport. L'essentiel des réactions et contributions postérieures à l'Etat des Lieux est regroupé dans l'annexe 5 du présent rapport.

Par ailleurs, il est apparu nécessaire, dès le début des travaux de réflexion, et comme indiqué dans l'Etat des Lieux, d'approfondir la recherche d'éléments statistiques afin de mieux appréhender un secteur parfois difficile à cerner dans sa complexité, même si les effectifs de photojournalistes demeurent assez limités. En conséquence, une étude a été commandée à la société Ithaque, qui a rendu, le 2 juillet 2010, un rapport particulièrement utile : « Etude de la filière du Photojournalisme – Appui à la mission de l'IGAC », qui figure en annexe 4 du présent rapport.

¹ En annexe 1

² Direction aujourd'hui intégrée à la Direction générale des médias et des industries culturelles du Ministère de la Culture et de la Communication.

³ Liste des personnes rencontrées en Annexe 2.

⁴ La liste des personnes présentes en Annexe 2.

Si le rapport d'Ithaque conforte les informations contenues dans l'Etat des Lieux, il apporte des précisions et des informations complémentaires importantes, notamment sur les rémunérations des photojournalistes et leur situation sociale, et en particulier sur les pigistes. Ces éléments pertinents ont été intégrés dans le présent rapport, et particulièrement dans sa première partie (Données statistiques relatives aux effectifs et aux rémunérations des photojournalistes).

Φ

Les questions, particulièrement importantes, de la préservation et de la mise en valeur du patrimoine photographique, qui étaient évoquées dans l'Etat des Lieux du 5 mai 2010, sont disjointes du présent rapport, en raison de la création, au sein du Ministère de la Culture et de la Communication, au printemps 2010, d'une Mission spécialement dédiée à celles-ci.

Confiée à M. Daniel Barroy, cette Mission a d'ores et déjà engagé des concertations avec les professionnels du secteur, en lien avec le Cabinet du Ministre. Une présentation des objectifs et des travaux déjà engagés a été réalisée par le Ministre lors des 41^e Rencontres de la Photographie en Arles, en juillet 2010.

Les informations communiquées par le Ministre à cette occasion figurent en Annexe 6 du présent rapport.

Φ

Outre les questions d'effectifs et de rémunération des photojournalistes, le rapport met l'accent sur les questions qui paraissent aux rapporteurs, dans les circonstances présentes, les plus importantes, et sont susceptibles d'appeler rapidement des évolutions.

Ainsi en est-il de la possibilité de créer un Observatoire du Photojournalisme, de nature à renseigner les parties intéressées, et à les sensibiliser aux problèmes rencontrés par la profession (deuxième parties du rapport).

Les questions relatives à l'économie du secteur, sans amélioration de laquelle rien ne pourra se faire de véritablement positif, et au statut social des photojournalistes font l'objet des troisième et quatrième parties du rapport.

Le problème sensible de la publication de photos accompagnées de la mention « D R » est traité dans la cinquième partie du rapport.

Enfin, un certain nombres de mesures propres à encourager la création photographique sont étudiées dans la sixième et dernière partie du rapport.

Au total, ce sont quinze propositions qui semblent mériter l'attention du Ministre de la Culture et de la Communication et de l'ensemble des parties intéressées.

Plan du rapport

Introduction	p. 2
I/ Données statistiques relatives aux effectifs et aux rémunérations.	p. 6
1.1/ Les effectifs	
1.2/ La question du niveau de rémunération.	
1.3/ Synthèse de ces données	
II/ Envisager la création d'un Observatoire du Photojournalisme.	p. 12
III/ Une économie du photojournalisme en profonde évolution.	p. 14
3.1/ Les besoins exprimés des journaux	
3.2/ La fourniture de photos aux journaux et sites Web d'information	
3.3/ Le prix des photos en baisse constante	
IV/ Un statut juridique et social particulier.	p. 22
4.1/ La photographie, œuvre de l'esprit	
4.2/ Être journaliste	
4.3/ Salariés permanents et pigistes, photojournalistes indépendants, et autres	
V/ Les photos publiés avec la mention « D R ».	
5.1/ Un problème très sensible.	
5.2/ Les photos dites « people ».	
5.3/ Les dossiers de presse.	
5.4/ Les « photos orphelines ».	
5.5/ Les photos gratuites d'amateurs.	
5.6/ Un Code des Bonnes Pratiques.	
VI/ Encourager la création.	
6.1/ Une aide à l'acquisition de matériels.	
6.2/ Repérer les jeunes talents.	
6.3/ Aider les photojournalistes reconnus.	
6.4/ Valoriser les initiatives existantes.	
6.5/ Développer une politique de mécénat.	

I / Données statistiques relatives aux effectifs et aux rémunérations.

L'Etat des Lieux présenté le 5 mai 2010 comportait un ensemble de données tirées d'informations communiquées par l'Observatoire des Métiers de la Presse, elles mêmes issues des chiffres fournies par la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels. La mission confiée à la société Ithaque a permis de mieux appréhender les effectifs et les rémunérations versées aux photojournalistes ; elle confirme, dans son ensemble, le contenu du document du 5 mai 2010.

L'Etat des Lieux n'a pas donné lieu, sur ce chapitre, à réaction de la part des organismes concernés, et les contacts informels ayant suivi montrent un consensus sur les grandeurs, même si des divergences non négligeables sont notées sur les causes avancées de la détérioration de la situation économique du secteur, sur laquelle il sera revenu.

1.1/ Les effectifs.

Si les chiffres communiqués par la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels (CCIJP) ne donnent pas, par construction, la totalité des effectifs de cette profession, ils en donnent cependant l'essentiel, sous réserve d'études complémentaires.

Il apparaît raisonnable de se baser sur les chiffres suivants issus des dossiers de la CCIJP :

- **le total des cartes de journalistes accordées en 2009 s'élève à 37 390, dont 33 672 titulaires ;**
- entre 1998 et 2009, le nombre de cartes accordées a augmenté de 23 % (de 30 510 à 37 390) ;
- entre 1998 et 2009, le nombre de premières demandes a augmenté de 7 % (de 1 880 à 2 024) ;
- entre 1998 et 2009, le nombre de chômeurs a augmenté de 29 % (de 1 100 à 1 416) ;

- **le total des cartes accordées en 2009 à des « reporters photographes » s'élève à 1 124 ;**
- sur ce nombre, 664 ont la qualité de « journalistes mensualisés » (donc salariés) et 460 ont la qualité de « journalistes rémunérés à la pige », qui ont soit la qualité de salariés, soit celle de journalistes payés en honoraires ou en factures assorties d'une TVA à taux réduit (5,5 %) ⁵;

Le rapport d'Ithaque retient le nombre de 1 315 photojournalistes en 2009, issu de l'Observatoire des Métiers de la Presse, tout en notant le nombre de 1 124 de la CCIJP, la différence étant due « au périmètre retenu ».

- **entre 2001 et 2009, le nombre de « reporters photographes mensualisés » a diminué de 16 % (de 786 à 664) ;**
- **entre 2001 et 2009, le nombre de « reporters photographes pigistes » a diminué de 30 % (de 660 à 460) ;**

A noter que le rapport d'Ithaque émet un jugement différent, notant (p.12) que la répartition permanents/pigistes est relativement stable, avec 51-53 % pour les permanents et 46-49% pour les pigistes. Ce point n'est pas essentiel ; il montre cependant l'intérêt qu'il y aurait à se donner les moyens d'obtenir des données totalement fiables en matière d'emploi.

⁵ La Commission de la Carte précise que la première demande de ces derniers sont acceptées sous réserve que les intéressés fournissent pour les années suivantes un ou plusieurs bulletins de salaire.

Ces diminutions du nombre de cartes délivrées aux photojournalistes sont importantes ; elles peuvent être dues à la fois à une diminution réelle de ces professionnels, et à un « transfert » d'une partie de ceux-ci vers d'autres activités photographiques, plus lucratives, constituant, pour eux, la majorité de leurs ressources financières.

Il peut aussi y avoir, mais cela est très difficile à quantifier, un transfert vers l'activité de « reporter d'images », tant il est vrai que certains photographes indépendants ont sans doute intérêt à se tourner, par exemple, vers les images vidéo afin de donner des « Web-documentaires ». Selon certains observateurs rencontrés, il s'agit là d'une voie prioritaire d'évolution du métier.

A noter, en effet, que sur la même période, de 2001 à 2009, le nombre de « reporters d'images mensualisés » a augmenté de 16 %, celui des « reporters d'images pigistes » étant stable (de 332 à 334).

Sans surprise, le métier de photojournaliste apparaît très masculin (88 % d'hommes), plutôt âgé (50 % de plus de 45 ans, seulement 15 % âgés de 26 à 34 ans), consacrant leur activité essentiellement à la presse écrite (93 %, 90 % pour Ithaque), et beaucoup en régions (31 %), en presse magazine (27 %, 26 % pour Ithaque) et en agences (19 %).

Au sein de la presse écrite, trois tendances ont été relevées :

- baisse continue des photojournalistes en agence ;
- baisse de leur nombre en presse régionale, surtout à partir de 2008 ;
- stabilité sur les autres médias, et notamment sur Internet qui ne semble donc pas constituer, à l'heure actuelle un substitut aux autres formes d'information pour le recours à des photojournalistes.

1.2/ La question du niveau de la rémunération.

S'agissant de la rémunération constatée, ou déclarée, des photojournalistes, l'Observatoire de la Presse a bien voulu communiquer des informations pour le présent rapport, à partir des données déclarées à la CCIJP ⁶.

Il convient de faire la distinction entre salariés et pigistes, les échelles de rémunération apparaissant différentes.

S'agissant des photojournalistes salariés, les chiffres sont les suivant :

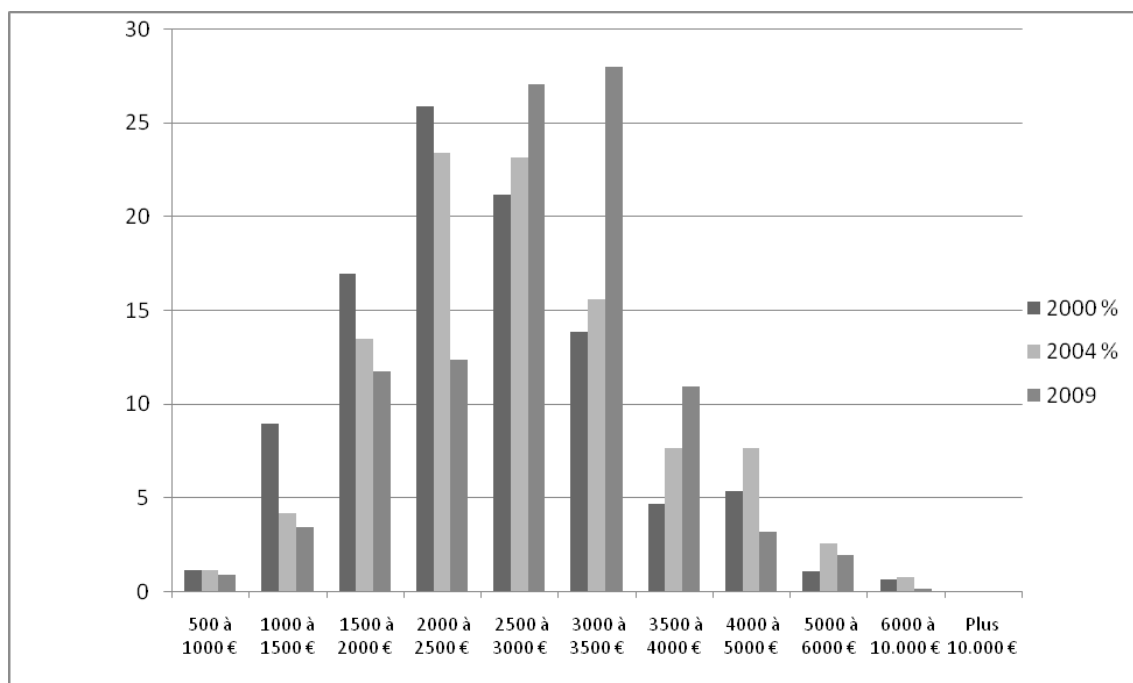
- Près de 20 % des photojournalistes ont un revenu inférieur à 2 000 euros/mois.
- Environ 41 % gagnent entre 2 et 3 000 euros/mois.
- Environ 28 % gagnent entre 3 et 4 000 euros/mois.
- Près de 12 % gagnent entre 4 et 6 000 euros/mois.
- Et 1,2 % des photojournalistes déclaraient un revenu compris entre 6 et 10 000 euros/mois, aucun ne se situant au-dessus de cette limite.

Compte tenu des effectifs, la moyenne de rémunération se situe, en 2008, à 2 787 euros/mois.

Le rapport Ithaque présente, p.14, un graphique permettant de mieux visualiser ces données :

⁶ En Annexe 4

« Répartition de la rémunération brute mensuelle des **photojournalistes permanents**
2000 – 2004 – 2009 (en %) »



L'évolution entre 2000 et 2009 montre clairement :

- Une augmentation relative du nombre de photojournalistes positionnés sur les tranches supérieures à 2 500 euros ;
- Une diminution relative du poids des tranches inférieures à 2 500 €. »

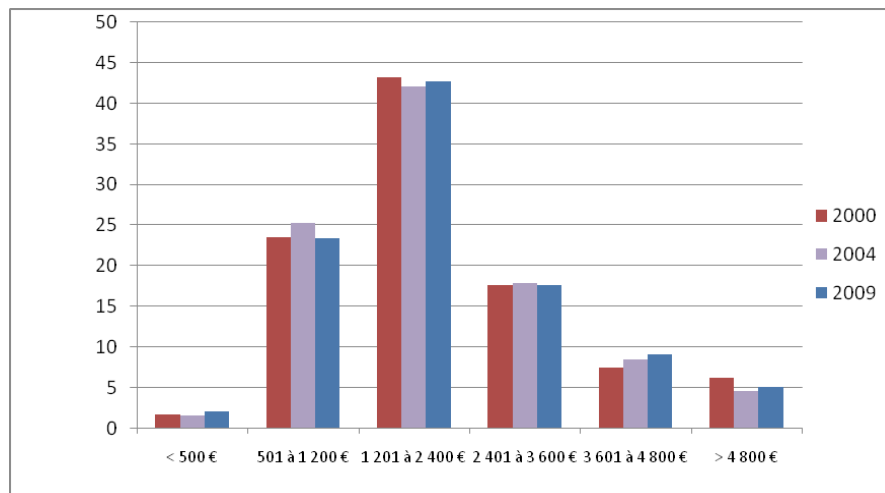
S'agissant des **photojournalistes pigistes**, les chiffres sont les suivant :

- 29 % déclarent une rémunération inférieure à 1 200 euros/mois ;
- 40,7 % déclarent gagner entre 1 201 et 2 400 euros/mois ;
- 15,7 % déclarent gagner entre 2 401 et 3 600 euros/mois ;

La rémunération moyenne s'établit à 2 341 euros/mois, soit environ 446 euros de moins que les salariés mensualisés (16 % de moins), mais avec un fort contingent en dessous de 1 200 euros/mois.

Le rapport Ithaque présente, p.17, un graphique permettant de mieux visualiser ces données :

« Répartition des **photojournalistes pigistes** par tranche de rémunération brute mensuelle
2000 – 2004 – 2009 (en %)



On note que la structure des rémunérations est très stable sur la période 2000-2009. Seule la tranche 3600€-4800 € connaît une légère augmentation de son poids relatif. »

Diverses informations collectées au cours des entretiens confirment l'extrême diversité des situations, et des rémunérations. Ainsi, des salariés d'un journal de la PQR perçoivent un bonus de rémunération représentant de trois à six mois de salaire, grâce à leurs photos reprises, par l'intermédiaire de l'agence spécialisée de la PQR, par plusieurs autres quotidiens régionaux. Certains, aussi, complètent leurs revenus déclarés en salaires par des droits d'auteur, difficiles, voire impossible, à quantifier au niveau statistique.

Enfin, il pourrait être utile de citer les chiffres fournis par l'Insee en 2010, relatifs aux salaires en France en 2007. **Le « salaire annuel net moyen en 2007 d'un salarié à temps complet » était de 24 016 euros pour l'ensemble du secteur privé (soit un salaire net moyen de 2 001 euros/mois).**

Par ailleurs, l'intérêt de l'étude d'Ithaque est **d'avoir confronté ces données à celles d'organismes sociaux intéressés.** Ceux d'Audiens indiquent un nombre d'environ 1 800 photojournalistes et assimilés, en 2008, dont un nombre d'environ **400 à 500 travaillant « pour le secteur de la presse sans pour autant avoir une carte de presse ».**

Pour sa part, l'Agessa indique qu'en 2009, 1 460 photojournalistes ont perçu des droits d'auteurs déclarés par 38 agences de presse.

1.3/ Synthèse de ces données.

L'ensemble des informations recueillies ont conduit **Ithaque à formuler la synthèse qui suit** ⁷:

« 2.4 - Synthèse des données statistiques.

Les deux sources principales exploitées (CCIJP et Audiens) apportent des éléments sinon exhaustifs du moins assez complets, fiables et actualisés sur les photojournalistes.

Les traitements spécifiques qui ont été réalisés montrent plusieurs aspects intéressants à souligner en guise de synthèse :

- **Le cœur de la population** des photojournalistes est connue précisément au travers des titulaires de la carte de presse. C'est une population peu nombreuse (1 300-1 400 personnes) qui a connu une légère augmentation de ses effectifs de 2000 à 2004, puis une diminution de 2004 à 2009.

- **A la périphérie de ce noyau** assez stable de professionnels, on identifie 400 à 500 personnes, non titulaires de la carte de presse mais néanmoins salariées même pour de faibles montants, en tant que photojournalistes par des entreprises de presse. Même en supposant une possible sous-estimation de cette population qui se situe à la marge du noyau dur de la profession, on notera que ses effectifs se limitent à quelques centaines.

Le nombre total de photojournalistes peut donc être estimé entre 1600 et 2000, en retenant une marge d'erreur de + ou - 10%.

- C'est une population essentiellement masculine, dont la moyenne d'âge est élevée (entre 45 et 50 ans) et qui vieillit nettement entre 2000 et 2009, signe d'un **non renouvellement de la profession**.

- Les photojournalistes se répartissent de façon équilibrée entre pigistes et salariés permanents et cette répartition n'évolue pas depuis une dizaine d'années. Les chiffres ne confirment pas notamment un basculement souvent évoqué par nos interlocuteurs des salariés permanents vers les pigistes.

- 30% des photojournalistes travaillent en presse régionale, un quart en presse magazine et 20% en agence. Le quart restant se répartit sur les autres segments de la presse (PQN...).

- Les permanents sont très majoritaires en presse régionale (80%) et minoritaires en presse magazine (2/3 de pigistes). Les agences emploient autant de permanents que de pigistes.

- Les rémunérations des photojournalistes permanents restent relativement élevées, même si elles sont inférieures à celles des autres journalistes. Celles des pigistes sont inférieures et surtout plus dispersées : un quart d'entre eux gagne moins de 1 200 € (brut mensuel).

Force est de constater que les chiffres ne permettent pas de d'illustrer la baisse des rémunérations des titulaires de la carte qu'évoquent tous les acteurs du secteur, à l'exception des rémunérations des tranches les plus élevées. Ce résultat paraît cohérent avec le profil dégagé par les données CCIJP, composé de photojournalistes plutôt âgés qui gagnent encore correctement leur vie dans la presse si l'on en croit les chiffres mais qui font partie d'une génération qui ne se renouvelle pas.

En revanche, on voit clairement apparaître dans les données d'Audiens une frange plus large de la profession qui perçoit une rémunération plus faible (un quart touche moins de 1000 €), ce qui laisse supposer d'autres sources de revenus que ceux tirés de la presse.

Tant les données de la CCIJP que ceux d'Audiens ne permettent pas, par définition, de renseigner sur les sources éventuelles de revenus complémentaires (hors secteur de la presse). Celles de l'Agessa permettent d'approcher la situation des photographes en général mais elles ne permettent pas d'isoler les photojournalistes. »

⁷ Pages 27 et 28 du rapport

Φ

Partageant la démarche et les principales conclusions d’Ithaque, les rapporteurs, pour leur part, estiment que l’ensemble des informations conduisent à mettre l’accent sur les points suivants :

- si l’effectif des photojournalistes titulaires de la carte a été relativement stable entre 2000 et 2006, il diminue depuis lors, la baisse étant nettement plus accentuée entre 2008 et 2009 (-6%) ;
- cet effectif se situe actuellement aux alentours de 1 300 ;
- la baisse notée des effectifs dans la presse régionale et dans les agences de presse n’est pas compensée par une augmentation dans le secteur d’Internet ;
- les photojournalistes salariés permanents, représentent, selon les années, plus de la moitié des effectifs totaux, pourcentage relativement stable au début des années 2000, mais en légère diminution depuis deux ou trois années ;
- une augmentation des cartes de journalistes données aux reporters d’images est notée ;
- les rémunérations moyennes versées aux photojournalistes salariés permanents sont très correctes par rapport aux salaires versés dans les autres secteurs de l’économie, mais demeurent inférieures à celles des « journalistes papier » ;
- comme attendu, la situation pécuniaire des pigistes est plus difficile, un quart d’entre eux gagnent moins de 1 200 Euros par mois ; quelques-uns perçoivent en revanche des rémunérations nettement plus élevées que celles des salariés permanents ;
- il existe un nombre non négligeable de professionnels, sans doute de l’ordre de 4 à 500, qui pratiquent le photojournalisme sans pour autant avoir la carte de journaliste, en raison de la rémunération versée à ce titre trop faible. Ceux là exercent le plus souvent d’autres activités, soit dans la photo (publicité, corporate), soit dans d’autres secteurs. Cette population doit évidemment faire l’objet, comme les pigistes, d’une attention toute particulière.

II / Envisager la création d'un Observatoire du Photojournalisme.

Compte tenu de la nécessité, qui apparaît à la lecture des considérations précédentes, de mieux connaître la situation réelle du secteur, **la création d'un « Observatoire du Photojournalisme »** a été proposée par l'Etat des Lieux, et ceci rencontre semble-t-il l'assentiment général. Ainsi l'UPP a demandé à en être membre, le SNJ-CGT y est favorable sur le principe, comme la FNPS et le SPM.

Cet organe, dont il est possible d'envisager qu'il se réunisse deux fois par an, **publie une note en forme de constat de la situation et formule d'éventuelles propositions**, serait **constitué au sein de la DGMIC**. Il réunirait, sous la présidence d'une personnalité indépendante connaissant bien les questions de presse, vraisemblablement un magistrat, des représentants de toutes les parties prenantes (de fait, les syndicats et organismes questionnés pour la présente étude).

Dans les circonstances présentes, qui limitent singulièrement les dépenses publiques, il doit être admis que les moyens alloués à cet Observatoire seraient limités ; sans doute un secrétariat léger au sein de la Sous-Direction de la Presse de la DGMIC, à temps partiel.

Cet Observatoire aurait une première mission de collecte de renseignements chiffrés. Le rapport d'Ithaque, dans sa partie statistique, apparaît utile dans la mesure où il a confronté des éléments provenant des quelques sources disponibles (Commission de la Carte, Audiens, Observatoire des métiers de la presse) et les a mis en perspective. Mais il serait nécessaire de procéder à la sensibilisation des instances détentrices d'informations en leur demandant, lorsque cela est possible, de faire en sorte que des éléments supplémentaires puissent être collationnés par eux dans le but de fournir des éléments statistiques (par exemple la Commission de la Carte pourrait demander que les dossiers fassent apparaître l'unicité ou la pluralité d'employeurs etc.).

Par ailleurs, l'Observatoire devra se pencher sur les « propositions et recommandations de suivi des indicateurs » figurant p. 42 et 43 du rapport d'Ithaque.

Enfin, **quelques questions adressées aux éditeurs de presse écrite pourraient être adjointes au questionnaire annuel de la Sous-direction de la presse de la DGMIC** (nombre de photojournalistes permanents, niveau de rémunération, appel à des pigistes etc.). Le travail conduit depuis de nombreuses années permet de disposer d'éléments statistiques particulièrement précieux sur la presse écrite. Il serait ainsi enrichi d'une attention spécifique sur les photojournalistes.

Au-delà, cet Observatoire pourrait se voir conférer un **rôle d'information qualitative et d'alerte des Pouvoirs Publics sur la situation des photojournalistes et du photojournalisme**. Une **articulation devrait d'ailleurs être imaginée avec la Mission Photographie du ministère**, animée par M. Daniel Barroy.

Plusieurs propositions émises dans les pages qui suivent par les rapporteurs visent à confier à cet Observatoire une mission de concertation et d'aide à la décision des Pouvoirs Publics, par exemple à propos des photos « D R ».

Ceci conduit à ne pas reprendre la suggestion, faite notamment par le SNJ-CGT (note du 15 juillet 2010) et par la FNPS (courrier du 19 juillet 2010) de demander à l'Observatoire des Métiers de la Presse de prendre en charge cet Observatoire du Photojournalisme. Certes, les rapporteurs partagent le jugement très positif sur cet Observatoire, qui a d'ailleurs apporté au cours de ce travail une

contribution appréciée, mais la nature des missions qui pèseraient sur l'Observatoire du Photojournalisme conduisent à préférer son institution au plus près du ministère de la Culture et de la Communication.

Φ

Proposition 1 : Instituer auprès de la DGMIC un Observatoire du Photojournalisme chargé d'une double mission : collecter les éléments statistiques et qualitatifs permettant de mieux connaître cette profession, et devenir un lieu de concertation privilégié entre tous les professionnels concernés.

III/ Une économie du photojournalisme en profonde évolution.

Il est probable que les éléments statistiques en notre possession, comme ceux réunis plus haut ne reflètent pas encore complètement les évolutions profondes du secteur du photojournalisme qui est entré dans une phase de bouleversement.

Comme indiqué précédemment, la diminution du nombre de photojournalistes titulaires d'une carte de presse a été plus brutale en 2009 par rapport à 2008 que les années précédentes. Il convient d'être attentif, et de voir si ce phénomène est passager ou s'il annonce une rupture dans l'évolution de l'emploi.

La crise des agences de presse, initiée depuis plusieurs années vient maintenant au grand jour, avec des rachats et des mises en liquidation judiciaire.

Beaucoup d'observateurs estiment que le photojournalisme est à un tournant de son évolution, en raison notamment des besoins désormais exprimés par les journaux et les sites Web, qui ont profondément modifié la structure des prix de la photo, et risquent de rendre caduc le modèle économique bâti dans les années 1950 – 1960.

3.1/ Les besoins exprimés des journaux.

Les rapporteurs ont été frappés par **l'affirmation de nombreux interlocuteurs des organes de presse selon laquelle la photo ne fait plus vendre les journaux et n'intéresse guère les lecteurs, à l'exception des photos « people » et de sport.**

Il en résulte en général, dans la plupart des journaux, une **diminution des budgets consacrés à l'achat de photos à l'extérieur, et un non-remplacement de photographes salariés quittant le journal**, par exemple à l'occasion de leur retraite.

La réalité semble plus complexe.

D'abord, la lecture de la presse conduit à constater que la photo y est toujours présente, et dans beaucoup de cas elle constitue un **aspect important et valorisant du journal**. Par exemple, les photos –sur deux pleines pages- en tête du Figaro Magazine chaque semaine constituent un apport de qualité à la publication. Par définition, que serait la presse de voyages, d'arts, de sports, sans photos nombreuses et de qualité ?

De la même manière, un certain nombre de titres défendent une vraie place pour la photographie ; ainsi, Libération avec des portraits tirés en argentique que le journal considère comme des œuvres d'art, à juste titre. Avec une très forte crédibilité pour sa politique visuelle, et la liberté donnée aux photographes, Libération constitue pour ces derniers une référence, et nombre de jeunes photographes veulent travailler pour ce journal. De la même manière, la réputation de Paris-Match s'est fondée, selon la célèbre formule, sur le poids des mots, mais davantage encore sur le choc des photos.

S'agissant ensuite des photos d'actualité, politique, sociale, économique, leur présence massive sur les sites internet des journaux constitue l'un des attraits de ces sites, comme le confirme une étude des « clics » des internautes sur les pages de ces journaux. Ceux-ci souhaitent voir les photos en plus grand, ou avoir accès aux autres photos liées à celles des pages principales. **On ne voit pas pourquoi ce goût pour la photo se manifesterait sur le Web, et pas en ce qui concerne les éditions papier.**

Il est certain que la surface consacrée à la photographie par rapport à la pagination hors publicité de nombre de journaux est en diminution. Là où une photo était publiée sur un quart de page, il est fréquent de constater qu'un huitième de page lui est consacré aujourd'hui. Mais la photo ne saurait être absente, sauf à renvoyer tous les lecteurs de la presse papier vers les éditions sur le Web.

Au cours d'un entretien avec les rapporteurs, il a été précisé qu'un journal comme Le Parisien – Aujourd'hui en France publie entre 30 000 et 35 000 photos par an pour ses dix éditions régionales. Ce quotidien est d'ailleurs l'un des seuls à conserver un nombre appréciable de photojournalistes, soit 19 salariés à temps plein. En 2009, s'agissant des pages communes aux différentes éditions, 26 496 photos ont été publiées, soit une moyenne de 73 par jour. Sur ce nombre 42 % ont été réalisées par les photographes salariés du Parisien, 17 % ont été achetées à des agences filaires, 22 % ont été achetées à des agences de presse photographiques, dont l'agence créée par la PQR, et 19 % (5 036) étaient publiées avec la mention « D R ». Ce dernier point fait l'objet d'un développement spécifique de cette étude. D'autres quotidiens régionaux font également la part belle à la photographie, et il est évident que l'image de proximité est irremplaçable pour la PQR, la PQD et la PHR.

Les raisons des changements intervenus depuis une dizaine d'années, et de ces prises de position publique, sont évidemment d'ordre économique.

Chacun sait que la presse est en situation économique difficile, avec des ventes en baisse pour la plupart des familles de journaux, et des ressources de publicité en diminution dans un contexte de crise. Les derniers chiffres publiés par Presstalis⁸ font état d'une **baisse des ventes « tous produits » (quotidiens, magazines, plus produits, distribués par cette société de messagerie), en 2009, de 6,7% en volume et de 6,6 % en valeur**. Au même moment, la nécessité de revaloriser la situation des diffuseurs de presse, de moderniser les outils de production, de faire face à l'augmentation des tarifs de distribution, notamment postale, pèse évidemment sur les comptes d'exploitation.

Dans un monde où les gestionnaires et les financiers prennent systématiquement le pouvoir dans les entreprises, il n'est pas surprenant de constater que des économies sont réalisées, notamment, sur la photographie.

La contribution du **Syndicat de la Presse Magazine**, en date du 16 juillet 2010 (en Annexe 6), fait état de données relatives à la publicité, à la vente au numéro et à l'audience des magazines qu'il est intéressant de reproduire en partie :

(Citation) « **1.2 Indicateurs et tendances du marché de la presse magazine**

Le marché de la presse magazine connaît des difficultés structurelles préoccupantes pour les éditeurs avec une tendance baissière de sa diffusion, de ses ventes au numéro et de ses recettes publicitaires depuis le début des années 2000, mais surtout une aggravation récente de ces baisses, notamment depuis 2007.

Publicité

Au sein de la presse, seul grand média dont les ressources ont diminué sur la période 2001-2009 (-23% pour l'ensemble de la presse), la presse magazine est la plus touchée avec une baisse de 30% sur la période, passant de 1 655 M€ à 1 161 M€ en recettes nettes (données IREP). Rappelons que la dépendance de la presse magazine à la publicité est d'environ 40 à 50% en moyenne, ce chiffre pouvant être très supérieur pour certains titres grands clients des agences photographiques.

Les magazines n'ont connu depuis 2001 aucune progression annuelle de leurs recettes publicitaires. De plus, la chute des investissements s'accélère depuis 2006, avec **une chute brutale et inquiétante en 2009 de près de 20%**. Cette situation est historique : « Sur les 7 premiers mois de 2009 le

⁸ La Correspondance de la Presse du 20 avril 2010

marché publicitaire plurimedia est en recul en net de – 15, 5 %. C'est un cataclysme inédit depuis 1929 » Gérard Noel, UDA– Club parlementaire Publicité et société -20 oct. 2009).

En termes de niveau de recettes nettes, et même si un changement méthodologique en 1998 rend l'analyse longue complexe, la presse magazine est revenue quinze ans en arrière (niveau de 1995). Pour les premiers mois de 2010, le marché publicitaire de la presse magazine semble repartir à la hausse : le premier trimestre a vu la publicité augmenter de près de 4.9%. Les mois de mai et juin ne confirment malheureusement pas cette tendance. Par ailleurs, les trois bons mois ne doivent pas masquer l'essentiel : la presse magazine se relève plus difficilement que le reste de la presse (1er trimestre 2010 versus 1er trimestre 2009 : +4.9% pour les magazines, +9% pour la moyenne presse, +14.5% pour la PQN, chiffres Yacast, exprimés en brut), elle-même se relevant moins vite que les autres grands médias. **En période d'attentisme, les annonceurs arbitrent le plus tard possible et se replient vers les medias chauds, et en ce qui concerne la presse les périodicités les plus courtes.**

En part de marché publicitaire, toujours depuis 2001, la presse magazine a perdu 4 points, passant de 17.3 à 13.3 % en PDM, web exclu, données IREP. L'année 2009 a enregistré à elle seule une érosion de 1.2 point.

Diffusion

La presse magazine a connu une **baisse de 12.2% de diffusion France payée entre 2002 et 2009**. La situation empirant aussi récemment : - 2.5% en 2008 et -4.7% en 2009. Ainsi, entre 2005 et 2009, la baisse de la DFP des magazines atteint 9.2% et près de 7% sur les deux dernières années.

Par ailleurs, alors que les abonnements demeuraient un segment relativement stable de la diffusion des magazines, souvent au prix de politiques marketing et commerciales coûteuses pour les éditeurs, ceux-ci ont eux aussi une forte chute en 2009 : -3.9%.

Vente au numéro

En ce qui concerne la vente au numéro, Prestalis comme les MLP **observent une baisse constante depuis 2004/2005. Ici aussi, la baisse s'aggrave depuis 2007.**

Entre 2001 et 2009, les ventes au numéro en valeur ont chuté de 16.1% chez Prestalis, avec une chute de 8.3% depuis 2007. **En termes de nombre d'exemplaires vendus, la baisse est encore plus brutale : -30.4% depuis 2001 et -12.5% depuis 2007.**

De la même manière, chez les MLP, les résultats sont comparables avec une chute constante du chiffre d'affaires magazines depuis 2005 (-18.1%) et une aggravation sur les deux dernières années : - 15.1%.

Audience

A périmètre constant, et à indice 100 en 2001, l'audience générale de la presse magazine se situait encore en 2007 à 90.5. En 2008, elle tombait à 84.9, pour s'établir à 78.1 en 2009. **L'audience de la presse magazine s'est donc plus fortement dégradée entre 2007 et 2009 qu'elle ne l'avait fait entre 2001 et 2007, période pendant laquelle elle avait déjà perdu 10% de son audience...**

A périmètre constant, et à indice 100 en 2007, l'indice 2009 est de 87.9. » (Fin de citation).

Ces données conduisent évidemment le syndicat d'éditeurs à revendiquer une politique d'économies de gestion, que nul ne peut ignorer.

Cependant, l'arrivée du numérique a créé une occasion d'économies de gestion des publications.

Avec les clichés argentiques, le photographe remettait au journal des pellicules entières, ou des négatifs sélectionnés, charge aux services techniques du journal de les traiter afin que les photos puissent être publiées. Aujourd'hui, le photographe doit lui-même se charger du travail technique de traitement de ses photos, et donner ainsi un fichier numérique directement utilisable. Ainsi, il y a transfert sur le photographe d'un ensemble d'opérations, autant de charges en temps et en coût (si le photographe est indépendant, les matériels nécessaires aux traitements informatiques sont évidemment à sa charge).

En revanche, **pour le journal, les économies réalisées sont importantes** : moins de personnels techniques, moins de matériels. Là se trouve l'une des raisons faisant que certains organes de presse incitent leurs photographes à devenir indépendants, l'autre raison résidant dans le niveau des charges sociales à acquitter (entre Urssaf et Agessa, la différence est considérable, puisque les niveaux de protection afférents sont eux même sans commune mesure).

3.2/ La fourniture de photos aux journaux et sites Web d'information.

3.2.1/ Comme écrit plus haut, beaucoup de journaux disposent de **photographes salariés**. C'est le cas, notamment de la presse régionale, départementale et locale. Certains sont des photographes au sens propre, d'autres fournissent des photos en tant que correspondants locaux de presse. Il s'agit là d'une évolution profonde du service apporté par ces personnes qui auparavant donnaient uniquement de la copie ou des informations « brutes ». Il est d'ailleurs concevable, en raison du passage vers l'Internet de nombreuses éditions de presse, qu'il sera demandé à ces personnes d'aller vers le reportage en images animées.

Le nombre de ces salariés permanents est en décroissance. Ainsi, il semble bien que les principaux hebdomadaires d'information n'aient plus de photo-journalistes salariés. Le Figaro en compte encore quelques-uns, mais pas Libération. Le Parisien – Aujourd'hui en France apparaît comme l'un des seuls quotidiens à employer un nombre conséquent de photojournalistes, sans doute en raison de son caractère particulier de quotidien à la fois national et régional, et donc son besoin de reportages couvrant des besoins locaux, échappant aux autres formes de photojournalisme.

3.2.2/ Comme indiqué plus haut, également, la presse fait appel, en tant que de besoin, et directement, à des **photographes pigistes**. Leur situation sociale et légale fera l'objet de développements dans le chapitre suivant. Certains travaillent à la fois directement pour un ou plusieurs journaux et une ou plusieurs agences de presse.

3.2.3/ Enfin, une autre source, essentielle, d'alimentation des journaux en photos est celle des Agences de presse.

Traditionnellement, deux types d'agences étaient à distinguer⁹.

Les **agences « généralistes »**, comme l'AFP, Reuters ou l'AP, offrent un « fil photo » auquel les journaux peuvent souscrire. En général, il s'agit d'un abonnement annuel, forfaitaire, pour un nombre de photos indéterminé. Les agences ont, en conséquence, des salariés journalistes photographes, mais font aussi appel à des pigistes, en tant que de besoin. A noter que l'Agence France Presse ne bénéficie pas d'abonnements photos souscrits par l'Etat ; aussi bien, le prix de vente de ses photos doit être établi en prenant en compte l'intégralité de ses coûts de production.

Les **agences spécialisées en fourniture de photos**, dont certaines ont marqué l'histoire du photo reportage dans les cinquante dernières années, soit salarient des photographes, soit gèrent les photos confiées à leur garde par des indépendants, rémunérés à la pige, c'est à dire en fonction de la vente de leurs clichés par ces structures.

Traditionnellement, les photographes travaillant avec ces agences étaient considérés comme des « coproducteurs », c'est à dire qu'ils participaient à hauteur de 50 % aux frais de production (pellicules, développement, déplacement etc.). Ils étaient rémunérés sous forme de droits d'auteur (un pourcentage voisin de 50 % du produit des ventes).

⁹ Les agences de presse photographiques sont au nombre de 112, sur un nombre d'agences de presse total de 300 (Chiffres CPPAP, avril 2010)

L'intervention de la Loi Cressart en 1974, sur laquelle il sera revenu plus loin, a profondément modifié ces conditions d'emploi et de rémunération, et l'équilibre économique des agences de presse. Celles-ci ont salarié leurs collaborateurs réguliers, avec les conséquences sur le niveau des charges sociales et la prise en charge de la totalité des frais de production.

L'Internet, et la photo numérique, ont permis que se développe un nouveau type d'agences, par le biais de collectifs de photographes, utilisant des portails Web aisément accessibles aux clients, et permettant des économies de gestion importantes par rapport aux structures plus traditionnelles.

La plupart des nouvelles agences sont des structures extrêmement légères - souvent des sociétés unipersonnelles - et sous-capitalisées. Elles sont aussi très spécialisées : sport, courses hippiques, cuisine et vin... Certaines ont été créées par d'anciens salariés d'entreprises de presse, ayant été incités dans cette démarche par leur ancien employeur auquel ils fournissent l'essentiel de leurs prestations, mais cette fois à un coût non chargé socialement.

L'offre de photos a aussi considérablement évolué, et évolue dans un contexte où la concurrence n'a jamais été aussi vive.

Par exemple, l'Agence Gamma, autrefois très présente dans des domaines pointus comme l'archéologie, les sciences et les technologies de pointe, s'est tourné après son rachat en 1990 par Hachette vers le « people », « des images qui tournent plus et qui rapportent donc plus »¹⁰. Le repreneur de cette agence, en avril 2010 déclarait : « Ce sera une agence de belles images et non plus de photos d'actualité, dont la durée de vie est limitée à quelques heures »¹¹.

Comme indiqué plus haut, la plupart des nouvelles structures se spécialisent dans des « niches », conduisant les éditeurs de journaux à rechercher des photos dans un nombre de plus en plus important d'agences, sauf si celles-ci se fédèrent en créant, par exemple, un portail commun sur le Web.

Les titres de la **Presse Quotidienne Régionale** ont mis en place un système de mutualisation de clichés, « PhotoPQR », qui semble très bien fonctionner. Le portail est alimenté par des photos prises par 300 salariés de ces journaux, qui perçoivent une rémunération supplémentaire à chaque reprise par un autre journal (la première exploitation est couverte évidemment par le salaire). La recette produite par la vente des clichés est partagée en trois : l'agence, le titre fournisseur de la photo, le photographe du journal.

En presse quotidienne nationale, plusieurs accords ont été passés, titre par titre, prévoyant semble-t-il des rémunérations complémentaires, soit sous forme forfaitaire, soit en fonction du produit réalisé par le journal.

Il s'agit certes, de formules intéressantes, mais qui viennent frontalement **concurrencer les agences photos**.

A ce niveau de la réflexion, apparaissent clairement deux problèmes. D'une part, les journaux se disent moins désireux de photos, en tout cas font valoir leurs difficultés financières, qui ne sont pas niables. D'autre part, les agences de presse photo sont concurrencées par de nouvelles structures, par l'abondance extraordinaire de clichés proposés sur des sites Internet, et font face à des charges croissantes¹².

Il en résulte, bien évidemment des **tensions fortes sur le marché de la photo, et un prix à la baisse**.

¹⁰ Termes employés par une iconographe, cité dans un article de Livres Hebdo, 09 avril 2010, p.64 :

« Iconographie – Recadrage dans la photo », de Marie Kock.

¹¹ Article paru dans Les Echos, 07 avril 2010, p.22 « L'agence photo Gamma reprise pour 100 000 euros ».

¹² Le problème, considérable, des condamnations d'agences ne pouvant matériellement rendre des clichés argentiques à leurs salariés ou pigistes pourrait aussi être évoqué. Ces demandes de photographes sont souvent légales ; elles n'en sont pas moins déraisonnables et mettent en péril certaines agences de presse.

3.3 / Le prix des photos en baisse constante.

Les rapporteurs ont pu constater, au fil de leurs entretiens, **que les prix payés aux agences de presse photographiques, comme aux pigistes, sont effectivement en baisse** : 40 à 45 € la photo dans un grand quotidien national, 149€ le reportage commandé dans un autre, 98 à 139 € la photo dans un troisième, avec un petit nombre de titres ayant encore des directeurs ou des responsables de service photo, qui se battent pour ne pas baisser leurs tarifs, face à des directeurs financiers que la baisse des ventes oblige à des économies drastiques.

Ceux qui ont en charge ces services photo, évidemment convaincus de l'importance d'assurer la survie d'un métier qu'ils défendent avec ardeur, constatent l'évolution à la baisse des tarifs pratiqués. Le temps est fini où un grand hebdomadaire pouvait acheter un scoop 100 000 €.

Plusieurs news considérant que la photo ne faisant plus vendre, ont passé il y a une dizaine d'années, des contrats avec les agences filaires, faisant le choix de l'économie, et divisant leurs budgets photo par 4 ou 5. Ils relativisent cependant un certain nombre de craintes exprimées par les professionnels.

« Il est impossible, soulignent-ils, d'éviter sur certains thèmes la **profusion et l'utilisation de photos libres de droits**. Toutes les attachées de presse savent que plus elles en fournissent, plus on parle de l'événement qu'elles sont chargées de promouvoir. Même chose pour la promotion des émissions de télévision, du cinéma, etc... Et ce système a au moins le mérite d'assurer la rétribution d'un certain nombre d'excellents photographes qui travaillent pour les grandes marques en particulier ». Ce point, particulièrement sensible, fait l'objet de développements dans la cinquième partie du présent rapport.

« **Inutile, soulignent-ils encore, de s'inquiéter de la concurrence des amateurs** : ils ne seront jamais au même endroit que les photographes professionnels, sauf scoop lié au hasard d'une catastrophe naturelle. Et ils ne produiront jamais des images d'une qualité comparable à celles des vrais photographes de presse, l'œil faisant la différence ».

Les responsables de services photo constatent que dans le contexte actuel, ce sont les photographes free-lance qui seraient les plus menacés, en dépit de leurs efforts pour créer des structures nouvelles - plus de 200 agences aujourd'hui - et s'adapter à la demande, et cela pour une raison simple et incontournable : ceux qui achètent ont aujourd'hui une politique à la baisse.

Les agences photo insistent sur la pression à laquelle elles sont confrontées : « On négocie la photo comme le papier, explique la responsable d'une agence historique, et en 5 ans, les prix ont baissé de 50%. Ce sont les éditeurs qui font les prix, et nous sommes contraints de négocier des forfaits pour garantir à nos maisons un volume d'affaires. Quand on ramène le prix global au prix de la photo, la baisse est très importante. On va vers une réduction du nombre d'éditeurs sur le marché, et ils utilisent de moins en moins les petites agences complémentaires. Tout cela est très fragile, en dépit des mises en garde que nous formulons régulièrement : les éditeurs doivent comprendre que quand l'AFP sera en situation de monopole, ce ne sera pas sain ».

Une exemple de la forte pression à la baisse du prix des photos exercées par des publications de presse se trouve dans une proposition de « Lettre-accord » envoyé au printemps 2010¹³ par le Nouvel Observateur ¹⁴, et concernant la « reprise des photographies publiées par les magazines du groupe Nouvel Observateur sur différents supports numériques ».

Il est ainsi proposé que la reprise des photos fournies par les agences de presse se fasse gratuitement sur les divers supports numériques du groupe, ou avec lesquels le groupe aura contracté, soit sur « tous types de terminaux fixes ou mobiles, tels qu'ordinateurs portables ou fixes, smartphones,

¹³ Les rapporteurs en ont eu une copie le 26 mai 2010

¹⁴ Texte et réponse du Saphir en Annexe 6

téléphones portables, tablettes, notamment Ipad, ou autres supports de type e-paper ou e-book ». Ceci est proposé sans aucune contrepartie, puisque la lettre-accord stipule : « cette facilité (..) n'engendre naturellement de la part du groupe Nouvel Observateur aucun engagement d'un quelconque volume d'achat ».

La FNAPPI et le SAPHIR ont saisi, par courrier du 9 juillet 2010 à la fois le Nouvel Observateur, et le Syndicat de la Presse Magazine, en proposant, pour les cas visés dans la « lettre-accord » citée ci-dessus, « d'appliquer un pourcentage de 20 % supplémentaires par rapport au tarif papier négocié avec les agences (..) ».

Il n'entre pas dans la responsabilité de l'Etat de s'immiscer dans des relations contractuelles, d'autant qu'il n'est pas impossible que des postures de départ de discussions puissent être modifiées. Au surplus, cette démarche pourrait être qualifiée d'entente. Mais cet épisode apparaît cependant significatif d'un climat tendu, et il est peu probable que la courbe des prix s'inverse si aucune prise de conscience n'intervient.

Dans l'Etat des Lieux du 5 mai 2010, la question a été clairement posée de savoir s'il convenait d'aller vers la fixation d'un prix minimum de la photographie de presse. Pour certains, cela suscite le scepticisme : ce serait prendre le risque de voir encore baisser les barèmes aujourd'hui négociés, dans un contexte où les candidats médiocres sont légion. Si cette voie était retenue, il conviendrait de déterminer les voies de fixation de ce ou ces prix, du contrôle de leur respect et de la sanction à des manquements.

Force est de constater qu'il n'a pas été répondu par l'ensemble des parties prenantes, à ces questions.

La **FNPS** a mentionné dans son courrier du 19 juillet 2010 qu'elle « a débuté des négociations relatives à la pigne rédactionnelle avec les syndicats de journalistes. De ces discussions découlera nécessairement la problématique des pignes photographiques qui feront sans nul doute l'objet d'une négociation spécifique »¹⁵.

Pour sa part, le **SNJ CGT** propose « (..) qu'une commission mixte paritaire soit installée dans les meilleurs délais pour l'ensemble du champ de la presse écrite afin d'établir un barème minimum de pignes. Cette démarche est préalable à l'établissement d'un prix de la photo. En effet, il serait curieux de fixer le montant du prix d'une photo (ou d'un reportage) et, ensuite, de fixer la rémunération d'un travail, donc du salaire du journaliste reporter-photographe. En effet, c'est le prix du travail (et le prix de revient d'un produit) qui doit déterminer le prix de vente d'une photo (et d'un produit marchand) et non l'inverse ». Ce syndicat répond à ces questions en les liant aux suites de la loi « Hadopi », dont il sera question au chapitre suivant.

Dans sa contribution en date du 16 juillet 2010, le **SPM** écrit :

(Citation) « - **La relation des éditeurs avec les agences s'inscrit dans le cadre d'une relation commerciale, dans un marché concurrentiel**, marqué par les règles classiques de l'offre et de la demande. De ce point de vue, **l'organisation artificielle du marché par la détermination d'un seuil minimum d'achats ou d'un tarif minimum de la photo n'est ni envisageable, ni souhaitable pour les agences.** Le cadre contractuel est le seul possible pour une négociation sur les tarifs et les volumes associés, sur la base des barèmes proposés par les agences. Le courrier de la FNAPPI reçu par le SPM le 12 juillet, et qui annonce, « *après concertation au sein de (l')organisation, ainsi qu'avec (les) confrères du SAPHIR et du SNAPIG* », une augmentation de 20% du « *barème de référence périodiques ou (du) tarif papier, négocié de gré à gré avec les agences* » pour tenir compte de la diffusion du contenu des magazines sur les supports numériques, constitue déjà un pas vers une organisation du marché peu compatible avec les règles de la concurrence.

¹⁵ En Annexe 6

- **Les besoins des éditeurs sont ceux d'un marché diversifié, où les agences, filaires ou classiques, ont une place essentielle** en raison de la régularité, de la qualité et du volume de leur production, mais **où doivent continuer de cohabiter des collaborateurs ponctuels** rémunérés à la pige, pour répondre à des besoins plus spécifiques, ou des indépendants, « grandes plumes » de la photographie. Les magazines n'étant pas faits que de couvertures, de sujets d'ouverture ou de grands sujets photos, le recours à des photos d'illustration achetées pour un prix forfaitaire constitue une pratique courante, qu'il est illégitime et illusoire de condamner. » (Fin de citation).

Dans sa dernière contribution, du 13 juillet 2010, le **SAPHIR** souligne qu'en matière de prix de la photo, l'une des questions réside dans la réutilisation par certains journaux des photos achetées pour les éditions papier, sur « les supports électroniques », point évoqué plus haut.



Chacun sait que les discussions dans le domaine de la presse, et notamment sur le domaine social, se déroulent généralement sur des périodes relativement longues, compte tenu des spécificités du secteur.

Il est remarquable de constater, par exemple, que l'accord du 10 mai 2007 sur le traitement des revenus complémentaires des journalistes reporters photographes (sur lequel il sera revenu dans le chapitre suivant) fut consécutif à une très longue négociation. La contestation de son extension devant la juridiction administrative, vient de prendre fin avec un arrêt du Conseil d'Etat du 18 juin 2010.

Chacun note, aussi, que les discussions rendues nécessaires par la loi Hadopi, entre éditeurs et organisations syndicales, n'ont pas véritablement commencé, à l'exception notable du secteur de la presse magazine. La loi a fixé un terme de deux années à ces discussions, et déjà quatorze mois se sont écoulés.

Devant une situation préoccupante de la situation des agences photo et des photojournalistes pigistes, il est à craindre que **sans une mobilisation provoquée par les Pouvoirs Publics les choses demeureront en l'état.**

Certes, il s'agit de relations contractuelles dans un domaine de libre concurrence, relevant d'abord du droit privé et commercial. Mais, une fois encore, il est possible de souligner que l'Etat intervient grandement dans le soutien de la presse écrite et de ses prolongement sur l'Internet. Les avantages financiers, directs et indirects, de la presse sont de nature, par une sorte de théorie du quasi-contrat, à **permettre à la puissance publique d'inciter les parties intéressées à se rencontrer et à discuter rapidement et avec la volonté d'aboutir, y compris sur des questions telles qu'un accord sur un prix raisonnable de la photo.**

Proposition 2 : Il pourrait être imaginé de réunir, à l'automne, une commission de travail, sous la présidence d'une haute personnalité, chargée de faire le point sur les discussions en cours, ou imposées par la loi, dans le domaine social et financier concernant les photojournalistes, puis de faire rapport au Gouvernement sur les éventuelles mesures légales à envisager.

IV/ Un statut juridique et social particulier.

Par construction, le photojournaliste est intéressé par deux ordres juridiques complémentaires, celui applicable aux photographes, et celui régissant les journalistes.

4.1/ La photographie, œuvre de l'esprit.

Le code de la propriété intellectuelle pose en son article L.111-1¹⁶ le principe d'une **protection absolue des droits qu'un auteur tire de sa création**, sous réserve qu'il s'agisse d'une **œuvre de l'esprit**, qui notamment reflète la personnalité de son auteur.

A l'article L.112-2, il liste les créations qui bénéficient de par la loi de la reconnaissance d'œuvre de l'esprit. Parmi ces créations figurent « *les œuvres photographiques et celles réalisées à l'aide de techniques analogues à la photographie* ». Toutefois, il ne s'agit que d'une présomption simple et le juge n'hésite pas, saisi d'un litige, à se prononcer sur l'originalité d'une œuvre¹⁷.

L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit :

- d'un **droit moral** consacré à l'article L121-1 du CPI et confirmé par une jurisprudence constante (par exemple Civ. 1^{ère} – 2 avril 2009 : « *le droit moral de l'auteur, tel que reconnu par l'article L. 121-1 du code de la propriété intellectuelle, est attaché à la personne même de l'auteur ; il emporte le droit absolu au respect de l'œuvre et il est imprescriptible et inaliénable ; l'inaliénabilité du droit au respect de l'œuvre, principe d'ordre public, s'oppose à ce que l'auteur abandonne au cessionnaire, de façon préalable et générale, l'appréciation exclusive des utilisations, diffusion, adaptation, retrait, adjonction et changement auxquels il plairait à ce dernier de procéder* ») ;
- d'un **droit d'exploitation** qui se divise entre droit de reproduction et droit de représentation.

Le CPI admet, en son article L.122-7 que « *le droit de représentation et le droit de reproduction sont cessibles à titre gratuit ou à titre onéreux* », l'article L.122-7-1 précisant que « *l'auteur est libre de mettre ses œuvres gratuitement à la disposition du public, sous réserve des droits des éventuels coauteurs et de ceux des tiers ainsi que dans le respect des conventions qu'il a conclues.* »

La cession, par contrat, du droit d'exploitation n'autorise pas pour autant le cessionnaire à modifier l'œuvre, quelles que soient les clauses dudit contrat, le droit moral étant inaliénable.

A noter que **les photographes apportant leurs clichés aux agences de presse demeurent propriétaires de leurs œuvres.**

¹⁶ Article L111-1 : L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous.

Ce droit comporte des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial, qui sont déterminés par les livres Ier et III du présent code.

¹⁷ arrêt de rejet la Cour de cassation du 3 février 2004, « *les photographes étaient postés aux endroits qui leur étaient imposés, et non par choix raisonné, et agissaient selon la technique du déclenchement continu dite "prise en rafale", ou en se limitant à installer un objectif à l'arrière d'un véhicule muni d'un déclencheur photographique, la cour d'appel a, dans l'exercice de son pouvoir souverain, jugé que les photographies en cause étaient dépourvues d'originalité comme ne reproduisant que des scènes d'une grande banalité sans que la sensibilité du photographe ou ses compétences personnelles transparaissent* ».

Cour d'appel de Paris, du 5 décembre 2007 à propos de photos de « *peoples* » prises par des paparazzis « *les photographies en cause sont dépourvues d'originalité comme ne reproduisant qu'une scène d'une grande banalité sans que la sensibilité des photographes ou leur compétence professionnelle transparaissent (...) ils ne sauraient se prévaloir d'une quelconque mise en scène, ni d'un cadrage particulier, pas plus que du choix d'un angle de vue et encore moins du moment pour réaliser les clichés litigieux dès lors que l'instant auquel ils ont déclenché leurs appareils était exclusivement commandé par l'apparition, pour quelques secondes, des personnages pris pour cible* »).

dans un domaine voisin, (civ 1^{ère} du 18 février 2009 : la qualité de réalisateur d'une œuvre audiovisuelle suppose la maîtrise du choix et de la composition, de l'enchaînement des images et du son, c'est-à-dire une contribution effective et originale à la conception et à l'élaboration de l'œuvre.

La justice s'est souvent prononcée sur ce point, avec toutes les conséquences de droit. Ainsi, très récemment¹⁸, la Cour d'Appel a rendu un arrêt au profit du photographe Daniel Frasnay, exigeant de son agence, AKG, la restitution de la totalité de son fonds. La Cour a rappelé l'impossibilité pour un photographe d'aliéner l'ensemble de ses droits patrimoniaux sur ses œuvres, existantes ou à venir. De plus, au nom du respect de l'œuvre, la Cour a jugé que les clichés ne pouvaient faire l'objet d'aucune modification (cadrage, changement de légende etc.) sans accord de l'auteur. Sur ce point, la Cour d'Appel de Paris¹⁹ a conforté le caractère original d'une photographie (originalité provenant notamment du décor, de la pose du modèle, de l'angle et de l'instant de la prise de vue, du cadrage et de l'éclairage etc.), qui porte « l'empreinte de la personnalité de leur auteur », ce qui interdit donc toute manipulation non souhaitée par le photographe.

Par ailleurs, la Cour d'Appel de Paris décrit la tâche habituelle d'une agence de presse spécialisée, et en tire les conséquences, en écrivant que (l'agence) « effectuait au bénéfice de M. Gastaud une prestation globale comprenant archivage, indexation, classement, mise en ligne pour des acheteurs mondiaux, tarification, promotion commerciale, facturation et recouvrement ; que certaines de ces tâches (...) relèvent de la reproduction au sens de l'article L. 122-3 du code de la propriété intellectuelle aux termes duquel « la reproduction consiste dans la fixation matérielle de l'œuvre par tous procédés qui permettent de la communiquer au public de manière indirecte » ; considérant, aux termes de l'article L.122-4 du code de la propriété intellectuelle que « toute reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur(...) est illicite » ; qu'il résulte de la combinaison de ces dispositions avec celles de l'article L. 131-3 du même code que le consentement de l'auteur suppose « que chacun des droits cédés soit délimité quant à son étendue et à sa destination, quant au lieu et quant à sa durée ».

Historiquement, cette grande variété des situations correspondait à la fois à des besoins divers de la presse –les demandes étant par nature différentes entre les journaux locaux et les news magazines finançant des reportages au-delà de nos frontières, par exemple- et les aspirations et motivations des professionnels de la photo.

A leur talent aussi, puisque l'une des caractéristiques de ce métier, souvent mise en avant lors des entretiens des rapporteurs avec les représentants de la profession, est le caractère artistique du produit. Il y a là une difficulté non négligeable, dans la mesure où une photo originale entre dans la prévision du décret de 1993 sur les œuvres d'art originales, avec les conséquences en matière de fiscalité ou d'autorisation pour l'exportation etc.

Si certains représentants des photojournalistes ont mis l'accent sur ce caractère artistique de la photo lors des entretiens avec les rapporteurs, en tirant des conséquences telles la possibilité d'organiser des expositions et de vendre des tirages dans des galeries spécialisées, par exemple, il ne paraît pas que cet aspect du métier soit de nature à intéresser le plus grand nombre des photographes de presse, et donc qu'une économie de ce type de photo puisse compenser la dégradation constatée de la situation d'un grand nombre de professionnels.

4.2/ Être journaliste.

¹⁸ Arrêt du 02 avril 2010

¹⁹ Arrêt du 27 janvier 2010, SA Sipa Press / Gérard Gastaud

Comme indiqué plus haut, l'effectif de photojournalistes titulaires de la carte professionnelle peut être évalué aux alentours de 1200 / 1300, mais environ 400 à 500 autres ne sont pas titulaires de cette carte.

Au sens du présent rapport, les photojournalistes sont les photographes professionnels dont le travail permet à la presse écrite, et désormais aux sites Web d'informations, que des photos soient publiées.

La plupart sont donc journalistes, spécialisés dans la photographie.

Ils sont minoritaires en nombre par rapport aux journalistes spécialisés dans l'écrit, comme indiqué dans la première partie du rapport. Ils le sont aussi au regard de la surface occupée par la photo dans la presse écrite, en raison de ce qu'un nombre non négligeable de « journalistes non photographes » font aussi des photos, notamment dans les quotidiens régionaux.

Etant journalistes, tous devraient bénéficier d'une carte de presse. Ce n'est pas le cas, et c'est une première difficulté. En effet, la carte de journaliste est conférée par la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels (CCIJP), après étude d'une demande et des pièces justificatives jointes, aux personnes dont au moins la moitié des revenus professionnels provient du journalisme. Aussi bien, les photographes qui travaillent aussi pour la mode, le corporate, l'édition de livres etc, et en tirent le principal de leurs revenus, ne peuvent bénéficier de cette carte.

A noter que la Commission de la Carte a tendance à exiger des demandeurs qu'ils atteignent un certain seuil de revenus pour être admis à bénéficier de la carte professionnelle. Si, en fait, cette exigence ne paraît pas dénuée de motivation pratique, elle ajoute à la loi, comme l'a jugé le Conseil d'Etat dans un arrêt du 29 juin 1983 ²⁰. Aussi bien, la Commission Supérieure de la Carte réforme les décisions de première instance ne se fondant pas exclusivement sur la notion de « principal des ressources » (soit au-moins 50 %), mais ajoutant un critère de seuil.

Proposition 3 : Saisir la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels, et la Commission Supérieure, afin que seuls les critères déterminés par la loi soient pris en compte pour la délivrance de la carte d'identité des journalistes.

4.3/ Salariés permanents et pigistes, photojournalistes indépendants et autres...

4.3.1/ Les salariés permanents.

Entrent dans ces effectifs les photographes salariés permanents des organes de presse, des agences filaires telles Reuters ou l'Agence France Presse, et les agences de presse photographiques. Ils travaillent à temps complet pour un seul employeur.

Leur nombre est en diminution dans la presse nationale, quotidienne ou magazine. En PQR et PQD, les effectifs se maintiennent, semble-t-il ; mais il convient d'être attentif à la situation des correspondants locaux de presse, qui jouissent à ce titre d'un statut particulier, et qui souvent, désormais, ajoutent à leur travail traditionnel de fourniture d'articles ou d'informations, celui de photographe.

Le salariat suppose l'existence d'un **lien de subordination**, et ce lien est l'un des critères de la condition de salarié, selon le code du travail et celui de la sécurité sociale.

Les contrats prévoient le transfert de la propriété des clichés à l'employeur pour leur exploitation, à l'exception bien entendu de l'exercice du droit moral qui est inaliénable.

²⁰ En Annexe 3 ; cet arrêt, n° 34198, est au recueil Lebon.

En dehors de la **première exploitation** des œuvres qui fait par construction l'objet du salaire, la question de l'**éventuelle réutilisation** des photos se pose. Par exemple, dans le cas de l'agence photo créée par 34 titres de la PQR, « PhotoPQR », mettant à disposition des œuvres de 300 photographes, la recette produite par la vente des clichés est partagée en trois : l'agence, le titre fournisseur de la photo, le photographe du journal, comme indiqué précédemment. En presse quotidienne nationale, plusieurs accords ont été passés, titre par titre, prévoyant semble-t-il des rémunérations complémentaires, soit sous forme forfaitaire, soit en fonction du produit réalisé par le journal sur l'Internet.

La question est évidemment devenue d'actualité avec la création de sites Internet de la plupart des journaux, reprenant des articles et des photos des journalistes. **La loi du 12 juin 2009 (dite loi Hadopi)** a introduit de nouvelles dispositions dans le code de la propriété intellectuelle et dans le code du travail, et relatives aux droits d'auteurs des journalistes de la presse écrite (texte et photo).

Le principe est qu'à l'issue d'une période, déterminée par accord collectif, durant laquelle les œuvres font l'objet d'une première exploitation sur tous supports en contrepartie du salaire, toute nouvelle exploitation, quel qu'en soit le support, fait l'objet d'une nouvelle rémunération. **Celle-ci peut prendre la forme d'un salaire ou d'un droit d'auteur.**

Dans le même sens, toute exploitation par un même groupe de presse au sein d'une « **famille cohérente de presse** » -notion également définie par accord collectif- ouvrira également droit à rémunération complémentaire. Enfin et sous réserve de l'accord préalable et exprès du journaliste, toute cession à un tiers de son œuvre par l'organe de presse dont relève son titre, doit ouvrir droit à versement de droits d'auteur.

A défaut de conclusion d'un accord collectif, il est prévu la saisine d'une commission ad hoc, placée sous la présidence d'un magistrat, chargée d'établir un texte de compromis à partir des accords pertinents déjà existants dans la famille de presse considérée. Ce texte aura un caractère transitoire en attendant la conclusion d'un accord d'entreprise ou de tout autre accord collectif par les partenaires sociaux.

Des dispositions particulières ont été prévues pour les auteurs d'images fixes en prévoyant que la cession des droits d'exploitation ne pouvait s'appliquer qu'en cas de commande par l'entreprise de presse. En outre ces dispositions sont conditionnées par l'entrée en vigueur d'un accord de branche déterminant le salaire minimum des journalistes professionnels qui tirent le principal de leurs revenus de l'exploitation d'images fixes et qui collaborent de manière occasionnelle à l'élaboration d'un titre de presse. **A défaut d'accord dans un délai de deux ans à compter de la publication de la loi du 12 juin 2009, il est prévu qu'un décret fixe les conditions de détermination de ce salaire minimum.**

Comme indiqué précédemment, les discussions indispensables n'ont pas commencé, en dehors de la presse magazine, environ quatorze mois après le vote de la loi, alors que ce texte fixe un délai de deux années pour aboutir par accord entre les parties.

Il ne faut toutefois pas nier que le texte de loi contient des stipulations qui mériteraient une concertation particulière : par exemple la définition de la notion de « famille cohérente de presse ».

Proposition 4 : La DGMIC devra, à l'automne, réunir l'ensemble des parties intéressées afin de rappeler l'échéance de deux années après le vote de la loi, estimer les difficultés soulevées par certaines dispositions de la loi, et envisager les dispositions à prendre, en tant que de besoin, si les parties ne faisaient pas clairement connaître leur volonté d'aboutir dans le délai prescrit.

4.3.2/ Les pigistes.

Les pigistes titulaires d'une carte de presse ont en grande majorité, et par définition, plusieurs employeurs. Nombreux sont ceux qui travaillent néanmoins de manière très régulière avec certains titres : un quotidien national a indiqué aux rapporteurs que ses pigistes réguliers touchaient en moyenne 17 600 € par an. Reste que ce chiffre est sujet à des variations importantes d'une année à l'autre.

D'autres photographes, en particulier ceux travaillant avec la plupart des agences spécialisées –mais pas l'AFP- ont la qualité de pigistes, et sont rémunérés en fonction de la vente des photos qu'ils déposent dans ces agences. S'ils tirent le principal de leurs revenus de cette activité, ils ont la qualité de journaliste.

La modification, en 1974, de l'article L 7112-1 du code du travail par la « loi Cressart » entraîne une présomption de salariat au profit du photographe donnant plusieurs prestations au même employeur. Dès lors, sauf preuve contraire apportée par l'employeur, le pigiste est un salarié non permanent. Son statut, qui implique un lien de subordination, est ainsi différent de celui du photographe indépendant, sur lequel il sera revenu. Cette réforme du code du travail, en 1974, fortement portée à l'époque par les syndicats de journalistes, a été plusieurs fois mise en cause lors des entretiens de l'IGAC par quelques représentants des agences de presse.

Certains photographes, et beaucoup d'employeurs, contestent ces dispositions en tant qu'elles concernent les reporters photographes ; ils souhaiteraient en effet une rémunération en droits d'auteur, afin bien entendu de minorer les charges sociales afférentes.

Les critiques trouvent un appui à leur démarche, notamment, dans un **arrêt de la Cour de justice des Communautés européennes, en date du 15 juin 2006**. Par analogie avec la décision de la Cour, qui a statué à propos de la présomption de salariat des artistes du spectacle prévue à l'article L 762-1 du code du travail, et a condamné la France pour manquement aux règles de libre circulation des prestataires de service, il peut être déduit que les dispositions de la « Loi Cressart » ne pourraient s'appliquer aux journalistes professionnels, dont les photographes sont établis dans un autre Etat de la Communauté, mais exercent en France.

La logique voudrait que l'article L 7112-1 du code du travail soit complété par une disposition dérogatoire ; dans ce cas, la libre prestation de service en France, d'un journaliste communautaire serait sujette au droit de la sécurité sociale de son pays, avec les difficultés de concurrence prévisible, par rapport aux journalistes français ayant la qualité de pigiste salarié. **Ce point important devrait donner lieu à prise de position des parties intéressées.**

En tout état de cause, la portée de l'arrêt du 15 juin 2006 demeure limitée, et elle ne peut à elle seule, constituer une mise en cause valable des dispositions de la « Loi Cressart ».

Les développements de l'Etat des Lieux du 5 mai 2010 relatifs à cette disposition législative ont permis une expression très large des organisations intéressées. Les syndicats de journalistes, notamment ont fait connaître, sans surprise, leur profond attachement à cette loi, dont les dispositions constituent désormais une part importante du statut des journalistes.

Au total, l'opportunité de revenir sur cette disposition légale n'apparaît pas aux rapporteurs.

Il convient, par ailleurs, de noter que ces pigistes entrent également dans le champ des discussions à ouvrir en application de la loi « Hadopi ».

De même, lorsqu'ils sont employés par une agence de presse, **ils se trouvent dans une situation identique à celles des salariés permanents pour ce qui touche à la reprise de leurs clichés** dans ou en dehors de la presse.

Sur ce point, et après des années de tergiversations, des négociations ont été menées à l'initiative de la FNAPPI (Fédération Nationale des Agences de Presse Photos et d'Informations). En application de la loi n° 2006-961 du 1^{er} août 2006, prévoyant que les conditions d'assujettissement des rémunérations complémentaires soumises au régime des artistes auteurs doivent être prévues par accords professionnels distincts dans le secteur des agences de presse et dans celui des publications de presse, un accord a été signé le 10 mai 2007.

Celui-ci a désormais valeur réglementaire. En effet, il a fait l'objet d'un arrêté d'extension en date du 5 mai 2008 portant sur l'ensemble des agences de presse photographiques, le rendant applicable aux agences de presse non adhérentes de la FNAPPI. Le recours introduit devant le Conseil d'Etat pour obtenir l'annulation de cet arrêté d'extension a été rejeté le 18 juin 2010.

Les pouvoirs publics ont rédigé une circulaire afin de clarifier le régime d'affiliation des reporters-photographes journalistes professionnels. Cette circulaire intervenue le 25 novembre 2008 poursuit deux objectifs : rappeler les règles déterminant le statut social du journaliste professionnel, et exposer l'économie de l'accord du 10 mai 2007 sur les rémunérations complémentaires.

Aux termes de cet accord, sont considérés comme revenus complémentaires :

- toute rémunération due au titre de l'exploitation par une agence de presse d'une ou plusieurs photographies à l'issue du contrat de travail (démission, licenciement, retraite). Cette exploitation est subordonnée à la signature d'un contrat de mandat cédant les droits à l'agence ;
- toute rémunération due pour l'exploitation d'une ou plusieurs photographies dans le cadre d'un contrat de travail, conclu au moins 24 mois auparavant, avec une entreprise de presse ou une autre agence de presse. Cette exploitation est subordonnée à la conclusion d'un contrat de mandat ;
- toute rémunération due à un journaliste reporter photographe au titre de l'exploitation de ses photographies plus de 24 mois après la date de la première publication, première facturation ou, à défaut, après la date de la prise de vue ;
- toute rémunération due à un journaliste reporter photographe employé à titre occasionnel dans le cadre d'une commande, lorsque cette nouvelle exploitation a lieu plus de 24 mois après la date de la première publication, première facturation ou, à défaut, après la date de la prise de vue. Sont ainsi visés les pigistes non réguliers définis comme ceux « *dont le nombre de collaborations est égal ou inférieur à trois dans l'année et qui n'est pas tenu de consacrer une partie déterminée de son temps à l'agence de presse photographique à laquelle il collabore, mais n'a d'obligation que de fournir une production convenue dans les formes et les délais prévus par l'employeur dans le bon de commande* » ;
- les sommes collectées et réparties par une société d'auteurs en ce qu'elles concernent les droits collectifs des photographes.

En outre, l'accord renvoie à la négociation d'un accord sur un barème de rémunération à la pigne qui s'imposerait dès lors que la rémunération ne serait pas proportionnée.

Sur tous ces points d'importance, les situations ont donc évolué positivement, et n'appellent pas, actuellement, de nouvelles modifications.

4.3.3/ Les autres situations.

Parmi les photojournalistes, les **photographes indépendants** collaborent à une ou plusieurs agences de presse, en dehors de tout lien de subordination, et sont liés par contrat de mandat à l'agence.

Dans ce cas, le photojournaliste propose à l'agence le fruit de son travail dont il a décidé seul les contours. Sa rémunération est calculée sur un pourcentage de l'exploitation de ses clichés.

Enfin, un nombre très difficile, à ce stade de l'étude, à quantifier, se trouve dans d'autres situations juridiques diverses. Les chiffres rappelés ci-dessus montrent un effectif non négligeable de **photojournalistes non titulaires d'une carte de presse** (entre 400 et 500 selon Ithaque).

Certains ont créé une entreprise dont ils sont salariés. D'autres ont un statut de profession libérale, d'artisan ou d'auto-entrepreneur.

La plupart assurent des commandes diverses : presse, défilés de mode, offices de tourisme, galeries d'art, édition de livres etc. Selon le cas, et la possibilité juridique, ils se font rémunérer en salaires ou en droits d'auteurs. **A ce dernier titre, ils sont inscrits à l'Agessa et leurs revenus sont déclarés en tant que bénéfices non commerciaux.**

Cet organisme a également été sollicité par les rapporteurs, et les informations apportées sont les suivantes :

(Citation) « Considérant que les photographes de presse ne devraient pas cotiser à l'AGESSA, puisqu'ils devraient être payés en salaires, le directeur n'en constate pas moins que la pluri-activité est la règle : les 3300 affiliés font des photos de presse, des portraits pour des particuliers, des photos de mode, des travaux pour des agences de communication.

L'AGESSA considère que dans les magazines de mode, par exemple, la plupart des photographes sont dans une situation de subordination, ce dont personne ne s'est inquiété durant de nombreuses années.

Dans la mesure où il y a des photographes à foison, estime l'AGESSA, il est facile de leur imposer une rémunération en droits d'auteur, au risque de payer un redressement. Un certain nombre de titres externalisent d'ailleurs les prises de vue. « Nous refusons les droits d'auteur pour les photographes qui travaillent pour la majorité de leur revenu pour la presse. Mais on voit tendanciellement le rapport de force employeur/auteur se détériorer, d'autant plus que le nombre de photographes est en progression constante. Il est impossible aujourd'hui d'imposer aux entreprises de presse de changer de pratique » (Fin de citation).

Ainsi que le suggère, prudemment, le Président de la Commission Supérieure de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels, M. P. Guerder (voir courrier en annexe 6), il pourrait être envisagé d'ouvrir la possibilité d'obtenir la carte de journaliste à de tels photographes, la carte étant alors attribuée, bien entendu, à la personne, et non à la société lorsque le photographe a créé une entreprise dont il est le mandataire social..

Proposition 5 : L'ouverture, prudente, vers des photojournalistes ayant plusieurs activités connexes, pourrait faire l'objet, à l'automne, d'une concertation conduite par la DGMIC, en débutant par les organisations représentées à la Commission de la Carte d'Identité des Journalistes Professionnels.

V/ Les photos publiées avec la mention « D R ».

5.1/ Un problème très sensible.

Plusieurs articles de presse se sont fait l'écho, depuis plusieurs mois, de la question de l'usage abusif des photos publiées avec la mention « D R » (droits réservés), en lieu et place de la mention habituelle (nom de l'agence et/ou du photographe).

Il s'agit à l'évidence d'une question sensible pour les photojournalistes et leurs agences de presse, révélatrice d'un comportement parfois critiquable des supports d'information, sur laquelle ils alertent les Pouvoirs Publics.

La lecture habituelle des journaux montre que le nombre de photos ainsi publiées est en augmentation, et atteint parfois un pourcentage étonnant du nombre total de photographies dans certains numéros. Le rapport établi par la FNAPPI en février 2010 relatif à « L'avenir des agences de presse photographiques et du photojournalisme en France » ²¹ donne une estimation effectuée en octobre 2009 à propos du journal de télévision Télérama. Pour les quatre numéros, 1 081 photos ont été publiées, dont 678 avec la mention « D R ». D'autres exemples comparables ont été indiqués aux rapporteurs. Le Syndicat national des auteurs et diffuseurs d'images (SNADI) a fait parvenir en janvier 2010 un « Livre blanc sur l'usage abusif de la mention « droits réservés ». Ce document comporte, pages 15 à 18, une évaluation ²² réalisée en février 2007, concernant quatre quotidiens nationaux et quatre hebdomadaires, du nombre de photos publiées avec la mention « DR », et des sommes correspondantes. Le champ de l'étude est trop partiel pour que des conclusions définitives en soient tirées, mais la démarche est significative.

Un professionnel va jusqu'à affirmer que certains iconographes ont pour consigne de trouver des photos gratuites : pour certains titres, il s'agit d'une démarche volontaire d'économie. Il peut s'agir aussi d'une facilité, surtout lorsque l'organe de presse a supprimé son directeur de la photographie pour le remplacer par un iconographe : le recours à un dossier fourni gracieusement permet à l'évidence d'aller plus rapidement. Mais le risque n'est pas négligeable, alors, de fournir une information banalisée, sans recul ni regard critique par rapport à l'événement.

Dans le document remis à la Direction du développement des Médias en octobre 2009 ²³, FreeLens et la Saif consacrent des développements argumentés à cette question.

Pour sa part, le SPMI a indiqué dans ses courriers précités (27 janvier 2010) : « Comme vous pouvez le constater, ces pratiques ne concernent pas – à l'exception du segment très particulier de la photo « people », les photos achetées en agence ou aux photographes professionnels, lesquelles sont systématiquement créditées. Malgré tout, il nous est apparu que notre organisation professionnelle avait un rôle à jouer dans le sens d'une amélioration de la traçabilité des images publiées dans la presse magazine. Nous avons donc pris la décision d'inviter nos adhérents à transmettre à leurs fournisseurs, lors de leurs échanges, un message rappelant la nécessité d'un crédit photo incluant le nom de l'auteur pour chaque document transmis pour publication(...). La mise en place de cette procédure ne pourra que contribuer à une plus grande transparence et sera de nature, nous l'espérons, à rassurer les photographes ».

²¹ Extrait en Annexe 4

²² En annexe 4

²³ Document en Annexe 4

Les autres formes de presse ne se sont pas, pour l'instant engagées dans cette voie et n'ont pas, à cette date de l'élaboration du rapport, réagi à l'Etat des Lieux. En tout état de cause, la position du SPMI, si elle va dans la bonne direction, ne peut, en l'état, apparaître suffisante aux yeux des photojournalistes.

La clarté du débat nécessite de distinguer trois formes d'utilisation de la mention « D R ». Cette distinction est formulée, par exemple par la FNAPPI dans le rapport précité, et le SPMI (Syndicat de la Presse Magazine d'information) dans divers courriers, dont copie a été remise aux rapporteurs ²⁴. Cette distinction semble bien admise par l'ensemble des professionnels concernés ; les trois situations appellent des propositions de réforme du système différentes.

5.2/ En premier lieu, et notamment pour les **photos dites « people »**, souvent arrachées sans le consentement des personnes photographiées, l'auteur de la photo ne souhaite pas que son nom apparaisse. Une publicité de son nom serait en effet de nature à l'empêcher d'être par la suite invité dans des réceptions ou par ces mêmes personnages dont la vie privée semble intéresser nos concitoyens.

Mais dans ce cas, le journal qui publie la photo connaît la source, et rémunère évidemment le photographe, directement ou par le biais de son agence. Par construction, il ne s'agit ici, en aucun cas, d'une photographie répondant aux critères des droits réservés puisque l'auteur est parfaitement connu des organes de presse. **La mention « D R » doit être ici absolument proscrite.**

En tout état de cause, aucun préjudice n'est constaté dans cette hypothèse. La photo peut être reprise par un autre organe de presse, dans les conditions normales de commercialisation, si le nom de l'agence est mentionné lors de la publication initiale.

Au cas où la photo n'a pas été fournie par une agence de presse, mais directement par le photojournaliste, un **système de pseudonyme** pourrait être envisagé, préservant les droits du photographe.

Il conviendrait, dans tous les cas, que la photo n'apparaisse pas anonyme, et donc soit accompagnée de la mention du titulaire des droits ou de son représentant.

Un tel système, évoqué dans l'Etat des Lieux du 5 mai 2010, et repris lors de la réunion du 9 juillet 2010 semble pouvoir être admis sans grande difficulté.

Il ne faut cependant pas cacher que **le recours aux pseudonymes devrait rester assez exceptionnel**, dans la mesure où sa généralisation se heurterait à la question, primordiale, de la déontologie de l'information. Cette question devrait donc faire l'objet, à mesure que le système nouveau serait pratiqué, d'un suivi dans le cadre, par exemple de l'Observatoire du Photojournalisme, et d'éventuelles adaptations afin d'éviter une tentation de généralisation de l'anonymat des auteurs.

Proposition 6 : Bannir l'usage de la mention « D R » à chaque fois que l'auteur est connu de l'organe de publication, mentionner le nom de l'agence de presse ayant fourni le cliché, s'il y a lieu, et porter un pseudonyme en lieu et place du nom du photojournaliste si celui-ci le désire.

5.3/ En second lieu, les journaux reçoivent de nombreux **dossiers de presse** émanant de musées, galeries d'art organisant des expositions, festivals de musique ou de théâtre, salons du livre, offices du tourisme, et toutes agences de publicité travaillant pour des entreprises ou collectivités privées ou publiques. Dans ces dossiers de presse figurent généralement une ou plusieurs photographies destinées à illustrer un éventuel article annonçant la manifestation ou le produit introduit sur le marché. Certaines de ces photos peuvent d'ailleurs être réalisées par des photojournalistes alors rémunérés en droits d'auteur.

²⁴ Versées en Annexe 4.

Il s'agit là de la manifestation normale des relations entre les médias et ceux qui souhaitent que la presse parle d'eux. S'il est intéressé, l'organe de presse choisit de reprendre tout ou partie des informations communiquées et ajoute son commentaire. S'il publie une ou plusieurs photos gracieusement offertes par le dossier de presse, il ne rémunère pas l'auteur et porte la mention « D R » ou cite le nom de la marque ou de la structure qui lui a fourni gracieusement la photo.

Plusieurs remarques peuvent être faites.

La ou les photos communiquées par l'auteur du dossier de presse ont donné lieu à rétribution du photographe, qui connaît l'usage à venir de sa production. Mais cette rémunération, forfaitaire, est sans lien avec le nombre de publications. En d'autres termes, elle est la même si aucun journal ou si de nombreux journaux reprennent sa photo, et quel que soit le tirage des journaux. Il est probable que les institutions faisant parvenir des dossiers d'information aux journaux s'intéressent, et quantifient dans la mesure du possible, les retombées de leur action.

Aussi bien, serait-il concevable qu'une rémunération complémentaire soit versée par l'institution en question, en fonction des reprises constatées de la photo ? Cette hypothèse semble difficile à mettre en œuvre au moins pour les photos de spectacles, au vu des difficultés financières récurrentes des artistes et des structures de diffusion. Il ne faut pas non plus sous estimer le risque de voir la rémunération forfaitaire accordée au photographe diminuée dans ce cas, et ajustée en fonction du nombre de publications, ce qui reviendrait à amoindrir les ressources des moins bien lotis. En tout état de cause, cette question relève du droit privé commercial, et l'Etat n'a sans doute pas à intervenir dans ce débat.

La presse, pour sa part, a évidemment intérêt à recevoir de multiples dossiers d'informations ; l'abondance est telle qu'elle ne peut tout publier, et si elle devait payer pour illustrer, dans ces circonstances, son article, il est certain qu'elle refuserait de parler de l'événement en question, ou se passerait d'illustration. **Demander une contribution financière aux journaux, dans cette hypothèse, serait tout à fait irréaliste, et même contraire aux intérêts des photographes eux-mêmes.**

Mais, la mention « D R », aujourd'hui utilisée, est non seulement peu claire pour la plupart des lecteurs, mais elle est insuffisante pour participer de la transparence nécessaire de l'information. Dans ce cas, **il conviendrait de la bannir systématiquement, et de la remplacer par la mention précise de la source** (par exemple : Théâtre du Rond Point, Festival d'Angoulême, Office de Tourisme de Royan, ou Automobiles Toyota), si possible assortie du nom du photographe.

C'est sans doute le sens des propos de M. J.F. Leroy, directeur du festival de photojournalisme de Perpignan, rapportés par le journal Le Monde ²⁵ : « Le problème, c'est la déontologie. On met DR pour les photos de produits de beauté, les bagnoles, la culture, et même les portraits d'hommes politiques. Mais on ne dit pas qui les a fournies. Où est la frontière entre l'information et la communication ? ».

Proposition 7 : Toujours mentionner la source des dossiers de presse fournis aux médias, dont les photographies, par des institutions ou des entreprises, et si possible, le nom du photographe ayant réalisé les clichés.

5.4/ En troisième lieu, et cela correspond à la raison d'être originelle de la mention « D R », il existe des photographies, provenant par exemple de fonds non suffisamment répertoriés, ou circulant sur le Web, et dont ni la provenance ni l'auteur ne sont connus de manière certaine, mais dont l'intérêt pour illustrer un article commanderait qu'elles soient publiées. Il s'agit dans ce cas de photographies dites « orphelines », qui doivent faire l'objet d'un traitement spécifique.

²⁵ Claire Guillot, « DR », appellation incontrôlée pour les photographes », Le Monde, 22 mars 2010

Dans la période de difficulté économique traversée par la presse, avec la baisse du lectorat dans la plupart des « familles de journaux » et celle des recettes de publicité, certains journaux ont tendance à privilégier une offre d'articles très « grand public », offrant peu d'aspérités, et illustrés de photographies consensuelles. Le talent de photojournalistes dans la grande tradition du photojournalisme français des années 1950 – 1980 peut dans ce cas sembler surdimensionné, et il peut être fait appel à d'autres sources, dont les « D R » du Web, non accompagnées de la mention du nom de l'auteur.

Par ailleurs, la baisse des budgets d'achat de photographies s'est souvent accompagnée de la disparition de directeurs de services photo et d'iconographes suffisamment nombreux. Ceux-là savaient où trouver de bonnes photos, en connaissaient les auteurs, ou au moins savaient comment les repérer. Les erreurs récentes mises en avant par les photojournalistes, d'attribution ou de non-attribution de clichés célèbres, ne se seraient peut-être pas produites si les iconographes étaient plus nombreux ou avaient la possibilité de passer plus de temps pour les recherches. Le responsable d'une agence résume ainsi la situation : « On est passé des mains d'un directeur de la photo à celles d'un contrôleur de gestion ».

Il est assez difficile de quantifier l'usage de telles photos dites « orphelines » ; les exemples cités plus haut ne distinguent pas les photos avec mention « D R » selon les trois catégories retenues ici. Mais il est certain que l'abondance des clichés circulant sur Internet ou susceptibles d'être fournis par des CD Rom achetables en dehors de France conduit certains organes de presse à préférer désormais de tels clichés libres de droits et achetés très peu chers. Il en est ainsi en particulier pour des photos d'illustration. Le phénomène du numérique est tel qu'il est à redouter que ces clichés soient en nombre croissant, faisant une concurrence déloyale évidente aux photojournalistes. Il faut d'ailleurs souligner que rien n'interdit à un organe de presse d'utiliser une photo achetée un euro sur internet par le biais d'un site spécialisé.

C'est une commodité dont un patron de presse nous dira qu'elle est « comparable à l'eau du robinet, et qu'aucune vocifération n'en empêchera l'usage ». « Certaines photos de non choix n'ont pas de valeur économique. La photo sur le net est une déferlante à laquelle on ne peut s'opposer qu'en offrant du service autour : il faut donner à la photo une valeur ajoutée », et « Le salut passe par une vraie capacité d'adaptation, que les Anglais ont manifestée plus tôt que nous avec l'idée de photos-concept, c'est à dire de vraies photos d'illustration proposées suivant une typologie innovante ».

Limiter l'usage des photos « D R », dont l'usage pèse à la fois sur la transparence nécessaire de l'information et sur la situation des photojournalistes, peut passer par trois types de solutions, dont la nature et la portée sont fort différentes.

D'abord, encourager les agences de presse photographiques à **mettre à la disposition des journaux des offres nouvelles, mieux adaptées par leur typologie, aux besoins de la presse écrite et des sites Internet**, en particulier pour les photos dites « d'illustration ». Le numérique, et donc l'informatique, devraient permettre ces adaptations techniques qui peuvent recevoir une aide du Fonds d'aide à la modernisation de la presse quotidienne et des agences de presse, géré par la DGMIC du ministère de la Culture et de la Communication.

Ensuite, **il semble bien qu'il soit techniquement possible de comparer les photos publiées dans la presse avec les bases de données des fournisseurs de photos**. Le système Pixtrakk, récemment créé par plusieurs sociétés (Pix Palace, Kantar média et LTU), **serait de nature à renseigner les photographes sur l'utilisation de leurs œuvres par la presse écrite et l'Internet**. Une étude technique de faisabilité devrait être conduite dès l'automne prochain, en concertation avec les représentants des photojournalistes.

Enfin, et cela implique notamment l'Etat, il convient de traiter au fond la question des « **œuvres orphelines** », **pour lesquelles le CSPLA a adopté, le 10 avril 2008, un avis particulièrement clair et argumenté** ²⁶.

Après avoir défini ce type d'œuvres, et notamment les photos, comme « **l'œuvre protégée et divulguée, dont un ou plusieurs titulaires de droits d'auteur ou de droits voisins ne peuvent être identifiés ou retrouvés, malgré des recherches avérées et sérieuses** », le CSPLA a proposé l'instauration d'un régime de **gestion collective obligatoire**.

Pour sa part, FreeLens et la Saif ont préparé, en septembre 2009, une proposition de loi s'inscrivant dans la continuité de cet avis ²⁷, présentée au Cabinet du Ministre de la Culture et de la Communication en février 2010. Dans un courrier du 28 juin 2010, la SCAM (Société Civile des Auteurs Multimédia) a fait connaître, s'agissant « des photos identifiées comme étant des œuvres orphelines après des recherches sérieuses et avérées, (qu') il est plus que temps de légiférer pour mettre en œuvre la gestion collective obligatoire les concernant, conformément aux conclusions du CSPLA, dans son avis d'avril 2008 ».

Il convient de se poser désormais la question de la suite concrète à apporter à l'avis du Conseil Supérieur de la propriété littéraire et artistique, et aux propositions qui en ont découlé.

En définitive, et après examen approfondi des positions exprimées, **les rapporteurs estiment nécessaire de mettre en œuvre un dispositif conforme aux préconisations du CSPLA.**, impliquant un système de gestion collective des droits attachés aux photographies « orphelines ».

La gestion collective est d'ores et déjà acceptée dans plusieurs d'autres domaines de la culture (droit de suite, de reproduction, reprographie etc..), et fonctionne généralement de façon positive.

Au titre du compte de résultat des entreprises de presse, elle ne devrait pas entraîner de coûts supplémentaires, dans la mesure où les journaux doivent aujourd'hui provisionner en charges le prix des photos « D R ». Cette mesure de provision dans les comptes annuels est d'ailleurs bénéfique pour les entreprises, puisqu'elle permet de minorer (certes les sommes sont faibles) les bénéfices avant impôt, tout en conservant les sommes, en trésorerie. Le principe du versement à un organisme de gestion collective ne changerait donc pas la donne au sein des entreprises, hors trésorerie.

Bien entendu, il convient de souligner que **ce dispositif viserait les seules véritables « œuvres orphelines », et non l'ensemble des photos actuellement accompagnées de la mention « D R »**, qui disparaîtraient dans les deux autres cas énoncés plus haut.

Il est raisonnable de penser qu'un tel dispositif comporterait en quelque sorte un « effet vertueux » limitant le recours à de telles photos. Le SNJ-CGT, dans son courrier du 15 juillet 2010 en formule d'ailleurs le vœu. Et le Syndicat de la Presse Magazine, dans sa contribution du 16 juillet 2010 estime qu'après avoir opéré les clarifications nécessaires, les « D R » subsistant seront si marginales, que « la question de la gestion collective sera sans objet ».

S'il n'est pas possible de chiffrer les conséquences financières du système, il est raisonnable de penser que **les ressources apportées à l'organisme de gestion collective demeureront limitées. Aussi bien n'est il pas envisageable de créer un organisme spécifique**, mais plutôt de faire appel à un organisme de gestion collective existant, et exerçant dans un domaine proche.

Depuis la remise de l'Etat des Lieux, la **Proposition de Loi n° 441**, « relative aux **œuvres visuelles orphelines** et modifiant le code de la propriété intellectuelle » a été enregistrée au Sénat le 12 mai

²⁶ En Annexe 4

²⁷ En Annexe 4

2010²⁸. Elle est notamment signée de Mme Blandin dont le nom est désormais attaché à ce texte, et appuyée par des représentants de photographes, en particulier l'UPP.

En revanche, d'autres organisations, telles le SNADI (Syndicat national des auteurs et diffuseurs d'images), ont fait connaître, dans un document remis en juin 2010 et intitulé « Une confusion pernicieuse – Œuvres orphelines – Images publiées sans nom d'auteur », leur souhait de voir instituée une gestion collective des droits, sans pour autant se rallier totalement à la proposition de loi, ni dans son champ, ni dans sa rédaction. Il n'est ainsi pas possible d'affirmer que cette proposition de loi rallie les suffrages de l'ensemble des parties concernées, loin s'en faut.

Sur le fond, la proposition de loi pose question. Ainsi par exemple, elle parle « d'œuvres visuelles » et non « d'images fixes » ce qui rendrait son champ plus large que celui des œuvres des photojournalistes, et même, aussi, des auteurs d'images animées. Elle utilise une définition des œuvres orphelines qui s'écarte de celle donnée le 10 avril 2008 par le CSPLA (par exemple « recherches appropriées », et non « recherches avérées et sérieuses »). Elle envisage aussi, et cela se retrouve dans d'autres dispositifs de gestion collective, que la publication de photos « orphelines » soit préalablement autorisée par l'organisme de gestion collective, ce qui semble constituer un obstacle sérieux au fonctionnement du système : un quotidien ne pourrait attendre une telle autorisation, sauf à mettre en place un système informatique très lourd et disproportionné aux résultats raisonnablement attendus.

Proposition 8 : Instituer, pour les seules « photos orphelines », un système de gestion collective des droits, géré par un organisme existant, agréé à cette fin par le Ministre de la Culture et de la Communication. Les organes publiant de telles photographies seraient conduits à communiquer à cet organisme, par exemple mensuellement, les utilisations de telles photos, et lui verseraient les droits correspondant.

Un tel système doit être créé par la loi, c'est à dire par une **modification appropriée du Code de la Propriété Intellectuelle**.

L'organisme en cause aurait à gérer les sommes reçues, c'est à dire à verser les droits aux photojournalistes s'étant fait connaître comme les auteurs des photos publiées en « D R », dans le délai habituel de ce code, soit dix années. **Les sommes non allouées dans ce délai devraient être mises à disposition de la profession, par exemple sous forme de formation professionnelle**, ou d'aides à l'acquisition de matériels.

Demeure la question de la **somme à verser par les organes de presse utilisateurs**. Contrairement à la proposition de loi dite « Blandin » qui prévoit un accord entre la société de gestion collective et les utilisateurs de photos, il paraîtrait plus expédient de réunir, sous la présidence d'un magistrat, une commission paritaire comprenant des représentants des photojournalistes et des éditeurs de presse qui aurait la charge d'établir un barème, dans un délai raisonnable.

Il ne faudrait pas, toutefois, nourrir les photojournalistes d'illusions. L'assainissement de la situation est indispensable, notamment au regard du droit moral, mais leur situation pécuniaire ne sera pas transformée par l'adoption de ce dispositif, les retombées financières paraissant aux rapporteurs très limitées, ce qui interdit de proposer la création d'un organisme spécifique de gestion des droits.

5.5/ Une autre question d'importance peut être rattachée à celle des photos en « D R » : les photographies mises gratuitement à la disposition des médias par leurs auteurs, photographes amateurs.

²⁸ En annexe 3.

Certes, le phénomène n'est pas nouveau, et la presse a depuis toujours publié, par exemple, des « photos de famille », remises par les descendants de personnages célèbres, et illustrant leur enfance, leurs études, leurs rencontres etc. Cela, en vérité, ne pose aucun problème et ne constitue en aucune manière une concurrence déloyale vis à vis des professionnels de la photographie.

De même, il n'est pas anormal qu'un journal publie la photo d'un événement, prise par un particulier qui se trouvait à un certain moment à un certain endroit (accident, prise d'otages, etc.). Il est probable que dans beaucoup de cas, le particulier trouve un intérêt pécuniaire à cette cession de photo, mais parfois la seule satisfaction de voir son œuvre, publiée, servir à la compréhension dudit événement prévaut.

En revanche, le recours fréquent, voire organisé, par la presse papier ou des sites Internet, à des photos gracieusement données par des particuliers pose problème. Certes, l'intérêt pour les organes de publication est clair : il n'y a pas de coût. Dans certains cas, il s'agit aussi d'une manière de flatter des lecteurs, dans une tendance de proximité, voire de populisme, alors que s'il s'agit d'informer, le professionnalisme est en général la meilleure voie.

Le plus préoccupant est en réalité qu'une telle politique s'inscrit dans un phénomène de plus en plus répandu, en particulier sur Internet, celui de la gratuité. Fausse gratuité bien entendu, puisqu'à un coût correspond toujours une recette, sinon l'équation ne peut se vérifier et le système ne peut fonctionner. Mais en apparence, cela est gratuit. Ce choix fausse complètement les rapports habituels et reconnus entre producteurs et consommateurs ; il est générateur d'atteinte à la concurrence.

C'est bien le cas pour les photos publiées dans de telles conditions. **Toute œuvre a un auteur, un coût et devrait avoir un prix.** Toute œuvre de l'esprit entre dans le champ légal et réglementaire du CPI. Au surplus, il ne semble pas que la question de la reprise ultérieure par l'organe ayant publié la première fois, ou par un autre organe, soit totalement clarifiée, c'est à dire que le photographe amateur soit toujours informé de ses droits pécuniaires et moraux. Pour l'organe qui revendrait ce cliché, il y aurait **enrichissement sans cause**.

Le débat de société à propos de la gratuité dépasse le cadre de ce rapport, car il va bien au-delà des questions de photojournalisme. Mais **il serait bon que l'Observatoire du Photojournalisme, s'il était créé, se penche sur cet aspect des choses et affine cette réflexion.** En particulier, la question du paiement, par les organes de presse et des sites web, des photos reçues gratuitement devrait être étudiée. Il pourrait être imaginée que ces photos suivent le sort des photos en « D R », et donc qu'une somme soit versée à l'organisme de gestion collective à chaque fois qu'une photo gratuite est publiée.

Les publications de presse, et désormais certains sites d'information sur l'Internet, sont aidés par des fonds publics, lorsqu'ils remplissent un certain nombre de conditions déterminées par voie réglementaire (ainsi, un pourcentage maximum de publicité, une périodicité, un prix de vente, etc.). Il pourrait être imaginé que des organes faisant appel systématiquement à la gratuité ne puissent entrer dans le champ de ces aides financières.

En tout état de cause, **une mention particulière, là encore, devrait accompagner ce type de photo** afin de mieux renseigner le lecteur ou l'internaute. Il en serait de même pour les articles.

Proposition 9 : Toute photo remise gratuitement à un organe la publiant doit être accompagnée d'une mention spécifique du type « Photo donnée par M. X », et l'Observatoire du Photojournalisme devra initier une réflexion sur le régime qui serait appliqué à la fourniture gratuite des photographies publiées.

5.6 / En définitive, pour une large part, les solutions concernant l'usage de ces photos et les mentions devant les accompagner relèvent de la déontologie des médias. C'est pourquoi il serait sans doute nécessaire d'établir, par la concertation entre toutes les parties intéressées, à l'initiative de la DGMIC, un **Code des Bonnes Pratiques** précisant, en tant que de besoin, les règles initiées plus haut, au cas où le Ministre de la Culture et de la Communication partagerait la manière de voir des rapporteurs.

Ce système est en effet très préférable à celui qui consisterait à créer une incrimination pénale, au niveau de la contravention, à l'encontre des directeurs de la publication qui ne respecteraient pas les règles ainsi édictées.

Proposition 10 : Engager, au plus tôt, l'élaboration, en concertation, d'un Code des Bonnes Pratiques propre à la publication des photos dans la presse et les sites internet d'information, sur la base des propositions du présent rapport

VI/ Encourager la création.

Cinq pistes peuvent être explorées pour encourager l'émergence de nouveaux talents, ou donner à des talents reconnus les moyens de poursuivre un travail de fond : elles n'ont toutefois d'intérêt que si elles recueillent l'adhésion des journaux et des agences, qui seules ont vocation à assurer la diffusion du travail des photojournalistes. La vente de photos par les galeries ou l'édition d'ouvrages ne peuvent en effet suffire à remplacer les revenus assurés par la presse, aujourd'hui réduits par la crise que traverse ce secteur.

6.1/ Dans le domaine de la création, l'importance des photojournalistes indépendants ne peut être sous-estimée : tous font valoir la difficulté que représente pour eux le coût du matériel nécessaire à l'exercice de leur profession –appareils numériques, logiciels de traitement et d'archivage, etc...- problème que ne rencontrent pas, par définition, leurs collègues salariés, dans la mesure où le matériel leur est fourni par les journaux qui les emploient.

Les entreprises qui ont accès au Fonds de modernisation de la presse et des agences de presse (Presse quotidienne et assimilée d'information politique et générale et agences de presse) bénéficient d'ailleurs d'aides (en général à hauteur de 40% du coût), notamment pour l'acquisition de matériels, dont des appareils photo numériques. La PQR, en particulier, a beaucoup fait appel à cette voie pour ses correspondants locaux de presse qui, désormais, fournissent aussi des photos.

Les photojournalistes indépendants, dont la situation financière est par définition beaucoup plus difficile que celle des salariés permanents, pourraient donc être fondés à demander une aide financière.

L'UPP, Union des photographes professionnels, souligne également que le travail d'édition, c'est à dire de sélection et d'indexation des images, est aujourd'hui assuré par le photographe depuis son ordinateur personnel, alors que l'éditeur n'a plus à assumer un travail de laboratoire, ce qui constitue une substantielle économie. Considérant qu'il y a eu un déplacement des coûts de production sur les photojournalistes, l'UPP demande la mise en place d'une aide au renouvellement du matériel selon des critères clairement définis.

Le SNJ-FO suggère la création d'un fonds spécial permettant d'aider les journalistes pigistes et indépendants pour l'achat ou le renouvellement de matériel, fonds qui pourrait être géré, sous l'égide du ministère de la Culture, par une commission paritaire composée de représentants des syndicats professionnels et présidée par un représentant du ministère de la Culture.

Les rapporteurs considèrent **que le Fonds de modernisation de la presse est le mieux à même de gérer les demandes en ce domaine.**

Sous certaines conditions définies par décret, une aide pourrait être accordée aux photojournalistes pigistes, soit pour un premier équipement, soit pour un renouvellement important et coûteux de leur matériel. On peut imaginer que les dossiers soient défendus par un organe de presse ou une agence avec lesquels le demandeur travaille de manière régulière, afin de limiter le nombre de candidats qui pourraient trouver là une opportunité pour tenter d'intégrer une profession déjà fragilisée par une concurrence très importante.

Cette procédure aurait l'avantage de sensibiliser les journaux à cette question, élément indispensable dans la mesure où le Fonds de Modernisation est un fonds de répartition, et qu'il est peu probable, qu'il soit augmenté. En tout état de cause, dans la conjoncture budgétaire actuelle, et prévisible, la

création d'un fonds spécifique ne pourrait être envisagée qu'à l'intérieur de l'enveloppe globale des aides directes à la presse.

Proposition 11 : Mettre en place une aide à l'acquisition de matériel pour les pigistes par le Fonds de modernisation de la presse quotidienne et assimilée et des agences de presse , en définissant le mode d'instruction des dossiers et les critères d'attribution de manière précise.

6.2/ Repérer parmi les jeunes pigistes - moins de 30 ans ?- ceux dont le travail, par son originalité, mérite d'être distingué, qu'il s'agisse de photographie pure ou de web-documentaire, forme qui prend déjà une place importante.

On peut imaginer l'organisation d'un **concours national**, à charge pour les entreprises de presse de soumettre les travaux de leurs candidats à l'appréciation d'un jury. Les lauréats pourraient ensuite bénéficier d'une commande qui soit à la fois l'objet d'une diffusion classique par agence, et d'une exposition qui pourrait circuler sur l'ensemble du territoire.

La presse trouverait là l'occasion de sensibiliser ses lecteurs à une photographie de qualité, et les jeunes photographes un moyen de se faire connaître.

Proposition 12 : Valoriser les jeunes pigistes en organisant, avec les entreprises de presse, un concours national afin de repérer les jeunes talents, et de les aider à se faire connaître.

6.3/ Aider les photojournalistes reconnus.

Il serait important que les médias puissent identifier les meilleurs photographes de reportage qui sont aujourd'hui en mal de commandes, afin d'imaginer le moyen de permettre à ceux-là de poursuivre un travail de fond sur des sujets de leur choix, en prenant en compte la nécessité de travailler dans la durée.

Là encore, il est possible d'envisager que l'Etat s'engage financièrement, chaque année, sur un nombre limité de projets de qualité : les reportages réalisés par ces photographes, au-delà d'un certain délai leur permettant de les commercialiser selon son choix, pourraient faire ensuite l'objet d'une valorisation publique sous des formes diverses.

Il importe de dresser un bilan des politiques d'acquisition ou d'édition mises en œuvre en faveur du photojournalisme. Le SAPHIR souligne dans sa contribution que « plus personne n'est en mesure de produire des reportages photographiques. Les photographes se tournent donc vers les ONG qui ont pris le relais des agences de presse et surtout des éditeurs ». Pour remédier à cette situation, un travail autour de la commande publique s'impose, afin de maintenir les efforts déjà engagés, et de les accentuer au bénéfice de travaux très appréciés du grand public. L'UPP comme le SAPHIR souhaitent que le CNC renforce ses aides soit sous la forme de subventions, soit sous la forme d'avances remboursables, pour soutenir de nouvelles œuvres multimédia et audiovisuelles basées sur la photographie de presse.

Proposition 13 : Apporter un appui aux talents reconnus par une politique régulière de commande publique en faveur des grands reporters.

6.4./Valoriser les initiatives existantes.

Il importe d'assurer la **promotion des initiatives et des événements qui participent à la défense du photojournalisme** : par exemple le Festival international de photojournalisme de Perpignan, ou les Rencontres d'Arles, ville vouée à devenir le pôle français de la photographie. Il est symboliquement très important, en ce qui concerne les photographes de presse, que ce pôle soit situé hors Paris, car la PQR emploie une grande partie d'entre eux.

Il serait intéressant d'établir un inventaire aussi complet que possible des espaces d'exposition, à Paris et en province, susceptibles de participer à la promotion du photojournalisme.

Les initiatives nouvelles qui pourraient être prises dans l'avenir doivent l'être en partenariat étroit avec les photographes eux-mêmes et les supports qui les font vivre. Il importe en effet que le public averti n'aille pas chercher ailleurs que dans la presse les reportages de qualité qui ont assuré le prestige de celle-ci, tandis que le plus grand nombre serait condamné à se contenter d'images médiocres. Un travail approfondi aurait le double mérite de restaurer le dialogue entre des partenaires qui trop souvent s'ignorent, et de combattre l'idée reçue selon laquelle la photographie de qualité n'intéresserait plus le grand public. Idée de toute évidence erronée : les Français aiment les grands photographes quand on leur donne les moyens d'y avoir accès.

Il serait judicieux de renforcer les partenariats établis avec le Ministère de l'Education Nationale pour qu'un vrai lien s'établisse entre les photographes de presse, les établissements scolaires du second degré et l'université, afin de mieux faire entendre la réalité d'un métier et la valeur d'une image journalistique digne de ce nom, d'apprendre à faire la différence entre le vrai et le faux, de former l'œil des lecteurs de demain. Dans le cadre de la semaine de la presse à l'école, un programme spécifique consacré au photojournalisme pourrait être développé, même s'il figure déjà en bonne place dans les fiches proposées aux enseignants.

Enfin, le Ministère de la Culture et de la Communication trouverait là un terrain favorable au dialogue entre les directions régionales des affaires culturelles et les médias, qu'il s'agisse de la PQR ou de la presse nationale, en particulier en ouvrant davantage les résidences proposées aux artistes en région aux professionnels du photojournalisme.

Le syndicat de la presse magazine affirme son attachement à la valorisation du talent et de la créativité de ceux qui alimentent les publications de ses adhérents : il en veut pour preuve l'organisation depuis huit ans de la compétition des magazines de l'année, très prisée des rédactions, souligne le SPM, mais aussi du grand public, grâce aux opérations de promotion qui lui sont attachées, et une valorisation spécifique de la créativité photographique peut être envisagée dans le cadre de cette compétition. La semaine de la presse magazine, qui a lieu chaque année au mois d'avril, est aussi l'occasion de réfléchir sur des thèmes liés à la photo : en 2006, « Les nouvelles frontières de la photo : l'influence du people, du numérique et de la production d'amateurs », en 2007, « Direction artistique des magazines : la France est-elle dans le coup ? », en 2008 : « 12 tendances de la création photographique, sources d'inspiration pour la presse magazine ».

Proposition 14 : Renforcer le soutien aux initiatives existantes : Festival international de Perpignan, Rencontres d'Arles, structures travaillant en région sur la photo de reportage, programmes en lien avec l'éducation nationale, manifestations professionnelles.

6.5./ Développer une politique de mécénat autour de la photographie de presse.

Parce que la crise du photojournalisme est d'abord liée aux difficultés économiques de la presse et des agences qui l'alimentent, il serait illusoire de penser que les supports traditionnels, dans les années à venir, trouveront des moyens nouveaux pour augmenter leurs budgets photo.

A cet égard, l'analyse de Jean-François Leroy ²⁹ est tristement réaliste. Sans renier la déontologie du métier, il serait intéressant que la photographie de presse fasse l'objet de recherches particulières en termes de mécénat.

Parce qu'elle est un langage universel, qui échappe à la barrière de la langue, la photographie de presse peut intéresser nombre d'annonceurs, en particulier la téléphonie mobile, qui constituera sans doute pour la presse un support majeur dans l'avenir.

Parce que l'industrie du luxe a un lien consubstantiel avec la photographie, il serait intéressant d'établir des contacts de nature à amplifier la collaboration entre deux mondes que la recherche de l'authenticité et de la qualité doit rapprocher. De grands photographes de studio occupent certes un espace jalousement gardé, mais quand tant de photographies de mode, par exemple, fondent leur travail sur des images qui n'ont plus rien à voir avec le réel, un talent vrai retrouve ses chances, comme l'original dans un océan de contrefaçons.

Les éditeurs, agences et photographes sont-ils prêts à collaborer pour défendre la photographie de presse, en s'associant pour promouvoir la réalisation de reportages originaux et monter des opérations de sensibilisation à l'image et de promotion des nouveaux talents ? C'est la question essentielle car à l'évidence, leurs destins sont liés

Proposition 15 : Développer une politique de mécénat, en mettant en relation les professionnels avec des entreprises ou des partenaires susceptibles de les soutenir et d'utiliser leur talent.

²⁹ En Annexe 4

Liste des annexes

Annexe 1 : Lettre de mission

Annexe 2 : Liste des personnes rencontrées

Annexe 3 : Textes législatifs et réglementaires, jurisprudence

Annexe 4 : Contributions remises avant l'Etat des Lieux du 5 mai 2010

Annexe 5 : Rapport de la Société Ithaque

Annexe 6 : Contributions remises après l'Etat des Lieux du 5 mai 2010

Annexe 7 : Dossier concernant la Mission Photo du ministère, et relatif au patrimoine photographique.

Annexe 1

Lettre de mission

Ministère de la Culture et de la Communication

Le Directeur du Cabinet

20 JAN. 2010

Monsieur Patrick OLIVIER
Chef du service de l'Inspection générale
des affaires culturelles
3, rue de Valois
75001 PARIS

Nos réf. : MG/32/AAT

Objet : Mission relative au « photojournalisme »

Le secteur du photojournalisme connaît actuellement une crise économique majeure résultant notamment de plusieurs facteurs : l'émergence de nouveaux concurrents facilitée par la dématérialisation des supports et la généralisation des outils numériques, la concurrence tarifaire de plus en plus agressive des agences de presse généralistes développant une offre photographique parallèle, la domination croissante d'agences photographiques et de fonds d'images internationaux, notamment anglo-saxons. Cette crise structurelle est accentuée par la pression commerciale exercée par la presse, clientèle traditionnelle des agences photographiques, elle-même gravement touchée par les bouleversements économiques du secteur des médias.

Cette évolution du secteur du photojournalisme en France et à l'international entraîne une mutation profonde du modèle économique de la photographie de presse. Elle a pour conséquence une détérioration des conditions d'exercice de la profession de photojournaliste, voire l'apparition de nouvelles précarités sectorielles.

Dans cette période de mutation profonde du paysage médiatique global, l'action des pouvoirs publics en faveur d'une information pluraliste ne doit pas se limiter à la défense des supports en tant que tel, mais s'attacher également à celle de l'expression journalistique sous toutes ses formes, à ses différents métiers, en particulier le photojournalisme, dont le savoir faire français a toujours fait référence à l'échelle internationale. La préservation, la revalorisation des pratiques et des valeurs du photojournalisme sont, à cet égard, des enjeux culturels, démocratiques et citoyens majeurs.

.../...

La loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur Internet a prévu, pour les auteurs d'images fixes, que la cession des droits d'exploitation de leurs œuvres ne peut s'appliquer qu'en cas de commande par une entreprise de presse.

Toutefois, la profession dénonce certains usages parmi les éditeurs ayant pour effet de porter atteinte à leurs droits d'auteur caractérisés par l'usage abusif de la notion de photographie « libre de droit », dite aussi « orpheline », notion juridiquement contestable puisque l'auteur d'une œuvre ne saurait céder son droit moral et qu'il peut à tout moment le revendiquer.

Tout aussi contestable est l'usage de plus en plus répandu en France de la mention « droits réservés » dans le cadre de l'utilisation de photographies par des éditeurs n'ayant pas au préalable recherché leur auteur et ne bénéficiant pas en conséquence d'une cession des droits d'exploitation de la part de ce dernier.

Dans ce contexte et afin de poser le cadre d'une action globale en faveur du photojournalisme, il apparaît nécessaire de réaliser un diagnostic technique, réglementaire et juridique du secteur du photojournalisme, assorti de recommandations opérationnelles sur les actions à entreprendre au vu de ce diagnostic.

Votre mission aura donc pour objectif, d'une part, l'identification des pistes opérationnelles d'amélioration des conditions d'exercice du métier de photojournaliste, et d'autre part l'évaluation des moyens les plus adaptés permettant la préservation et la valorisation des fonds patrimoniaux des auteurs.

Trois grands thèmes devront particulièrement être étudiés dans le cadre de cette mission :

1) Les conditions d'exercice du métier de photojournaliste (aspects sociaux et économiques)

Il s'agit d'établir un diagnostic des conditions sociales, économiques et patrimoniales d'exercice du métier de photojournaliste.

Ce diagnostic s'appuiera sur une cartographie préalable de l'existant : formes juridiques des acteurs économiques intervenant dans le secteur, évaluation du nombre de photographes de presse en activité, part du photojournalisme dans leur activité globale, répartition des volumes d'affaires par types de clientèles (presse, communication institutionnelle, illustration, édition, expositions), part des différents acteurs en France et à l'international (agences photographiques généralistes, agences filaires, collectifs, microstocks). Ce diagnostic s'attachera, par ailleurs, à évaluer le cadre de la formation initiale des personnes entrant dans la profession et l'impact de la formation continue, les critères d'éligibilité à la carte de presse, les aides privées et publiques à la production, le rôle des festivals et des réseaux.

Les recommandations issues de votre diagnostic seront élaborées autour de trois axes prioritaires :

.../...

- l'étude du cadre juridique et social dans lequel s'exerce le métier de photojournaliste, notamment à la suite de la mise en œuvre de l'accord national professionnel en date du 10 mai 2007 sur le traitement social des revenus complémentaires des journalistes reporters-photographes tirés de l'exploitation de leurs œuvres photographiques dans la presse ;

- l'usage croissant par les éditeurs des photos dites « orphelines » qui entraîne, selon de nombreux professionnels, une destruction de valeur au détriment des ayants droit. Il conviendra d'évaluer l'impact économique de ces pratiques, et d'identifier les pistes éventuelles qui pourraient permettre de mieux gérer cette utilisation, dans l'intérêt aussi bien des auteurs que des utilisateurs de ces images ;

- la gestion des droits d'auteur des photojournalistes travaillant en agence de presse. Il s'agira notamment, d'évaluer la pertinence d'étendre aux photojournalistes le dispositif prévu en matière de rémunération complémentaire par l'article 20 de la loi du 12 juin 2009 précitée. Cette demande d'extension est actuellement formulée par l'AFP.

2 - La préservation et la valorisation des photographies d'actualité ayant une valeur patrimoniale dans le respect des droits de leur auteur ou de ses ayants droit.

La numérisation ayant pour effet de faciliter les déplacements de photographies à l'étranger, il est important de s'interroger sur les conditions permettant de préserver et de mettre en valeur les photographies d'actualité ayant une valeur patrimoniale en vue, notamment, de surveiller leur exportation hors du territoire national.

Sur ce point, l'étude s'attachera à élaborer un cahier des charges, préalablement à l'identification par la suite du ou des partenaires publics au(x)quel(s) pourrait être confiée une mission en la matière, au regard de leur expérience et de leur compétence particulière.

L'étude procèdera au récolement des fonds déjà préservés (et éventuellement numérisés, voire valorisés) par des acteurs privés (notamment par l'association Visa pour l'Image à Perpignan, les agences de photojournalisme telles que Sipa ou Gamma, et les syndicats de presse tels que Le Figaro) et réfléchira dans ce cadre aux passerelles, voire aux collaborations possibles, entre public et privé.

3 – La mise en œuvre d'un mécanisme de soutien à la production.

Le troisième volet du plan d'action portera sur les conditions d'aide à la production de contenu. Le diagnostic de l'Inspection générale des affaires culturelles sera donc complété par des recommandations opérationnelles relatives à d'éventuelles extensions du dispositif d'aide publique, sur le modèle par exemple des aides à la production cinématographique.

Compte tenu de son étendue et de sa diversité, il est indispensable que cette mission soit menée conjointement par l'Inspection générale des affaires sociales et par l'Inspection générale des affaires culturelles.

.../...

Les administrations concernées, notamment la direction générale du travail au sein du ministère du Travail, des Relations sociales, de la Famille, de la Solidarité et de la Ville, et la direction du développement des médias, rattachée au ministère de la Culture et de la Communication, sont à votre disposition pour vous apporter leur concours dans cette mission.

Nous souhaitons, sur l'ensemble de ces questions, disposer de vos éléments de diagnostic ainsi que de vos préconisations pour la fin du mois d'avril 2010.

Pierre HANOTAUX

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a final horizontal stroke.

Annexe 2

Liste des personnes rencontrées
ou présentes lors de la réunion du 9 juillet 2010

Liste des personnes rencontrées ou présentes à la réunion du 9 juillet 2010.

Deborah Altmann, responsable du service photo, Le Figaro

Patrick Barre, Photographe

Nathalie Barret, Observatoire des métiers de la presse

Daniel Barroy, Chargé de la Mission Photographie au ministère de la Culture et de la Communication

Alain Benainous, SNJ

Boris Bizic, FNPS

Florence Braka, Directeur du SAPHIR

Olivier Brillanceau, Directeur général de la SAIF (Société des auteurs des arts visuels et de l'image)

Frédéric Buxin, Président de l'UPC (Union des photographes créateurs)

Christian Chamourat, Photographe, Président de la SAIF et de l'AGESSA

Jean-Marie Chappe, CPNEJ, journaliste CFTC

Sylvie Clément-Cuzin, Sous-directeur de la presse à la DGMIC

Patrice Cotteau, SGJ/FO

Rémi Debauvais, Société Ithaque

Agnes Defaux, SAIF

René Demard, Directeur délégué en charge des relations extérieures et des affaires générales, Le Parisien-Aujourd'hui en France.

Jean Desaunois, Président de la FNAPPI

Michel Diard, SNJ.CGT

Philippe Dubois, Président du Snadi

Mme.Sophie Dufau, SPIIL-presse en ligne

Thierry Dumas, Directeur de l'AGESSA

Muriel Eudes, AFP

Bertrand Eveno, Ancien PDG de l'Agence France Presse

Laurence Franceschini, Directeur général de la DGMIC (Direction générale des médias et des industries culturelles), ministère de la Culture et de la Communication

Béatrice Garette, Directrice générale de SIPA Presse., secrétaire générale de la FNAPPI

Ghislain Gauthier, Directeur juridique, UPP

Gilles Godina, Reporter-photographe/SNJ

Pierre Guerder, Président de la Commission Supérieure de la carte d'identité des journalistes

Jean-Pierre Guérin, SPQN

Cesly Hamilton, photojournaliste, Freelens

Marie Haralambon, SPM

Andrée Hazan, SGJ/FO

Axelle Hovine, Secrétaire Générale de la CPPAP (Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse)

Francis Lacloche, Conseiller au Cabinet du Ministre de la Culture et de la Communication

Leclerc.Senova, SCAM

Thierry Ledoux, SNJ.CGT

Vincent Leloup, Fédéphoto

Pierre Le Masson, , journaliste/SNJ, La Voix du Nord

Mohamed Lounes, SNJ/FO

Christophe Mansier, Président du SAPHIR

Pascale Marie, Directrice du SPM (anciennement SPMI)

Paul Miguel, Syndicat professionnel de la presse magazine et d'opinion, SPPMO

Carlos Munoz Yagüe, Photographe, Vice-président de Freelens

Chloé Nicolas, Directeur administratif et financier, Libération

Vincent Peyrègne, Conseiller au Cabinet du Ministre de la Culture et de la Communication

Agnès Rico, Directeur du SPQD

Michel Scotto, AFP

Jacques Torregano, photographe de presse, Président de “Fédéphoto”

Claude Vaclare, Société Ithaque

Bénédicte Wautelet, Directrice juridique, Le Figaro

Jean-Claude Woesteland, USJ.CFDT

Annexe 3

Textes législatifs et réglementaires

Jurisprudence

- **Code de la propriété intellectuelle**
- **Loi n° 74-630 du 4 juillet 1974, dite « loi Cressart »**
- **Circulaire du 25 novembre 2008 « relative au régime d'affiliation des reporters photographes journalistes professionnels »**
- **Arrêt de la Cour d'Appel de Paris, du 27 janvier 2010**
 - **Arrêt du Conseil d'Etat du 18 juin 2010**
 - **Arrêt du Conseil d'Etat du 29 juin 1983**



Code de la propriété intellectuelle

Version consolidée au 27 juin 2010

- ▶ Partie législative
 - ▶ Première partie : La propriété littéraire et artistique
 - ▶ Livre Ier : Le droit d'auteur
 - ▶ Titre III : Exploitation des droits
 - ▶ Chapitre II : Dispositions particulières à certains contrats

Section 6 : Droit d'exploitation des œuvres des journalistes

Article L132-35 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

On entend par titre de presse, au sens de la présente section, l'organe de presse à l'élaboration duquel le journaliste professionnel a contribué, ainsi que l'ensemble des déclinaisons du titre, quels qu'en soient le support, les modes de diffusion et de consultation. Sont exclus les services de communication audiovisuelle au sens de l'article 2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication.

Est assimilée à la publication dans le titre de presse la diffusion de tout ou partie de son contenu par un service de communication au public en ligne ou par tout autre service, édité par un tiers, dès lors que cette diffusion est faite sous le contrôle éditorial du directeur de la publication dont le contenu diffusé est issu ou dès lors qu'elle figure dans un espace dédié au titre de presse dont le contenu diffusé est extrait.

Est également assimilée à la publication dans le titre de presse la diffusion de tout ou partie de son contenu par un service de communication au public en ligne édité par l'entreprise de presse ou par le groupe auquel elle appartient ou édité sous leur responsabilité, la mention dudit titre de presse devant impérativement figurer.

Article L132-36 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

Sous réserve des dispositions de l'article L. 121-8, la convention liant un journaliste professionnel ou assimilé au sens des articles L. 7111-3 et suivants du code du travail, qui contribue, de manière permanente ou occasionnelle, à l'élaboration d'un titre de presse, et l'employeur emporte, sauf stipulation contraire, cession à titre exclusif à l'employeur des droits d'exploitation des œuvres du journaliste réalisées dans le cadre de ce titre, qu'elles soient ou non publiées.

Article L132-37 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

L'exploitation de l'œuvre du journaliste sur différents supports, dans le cadre du titre de presse défini à l'article L. 132-35 du présent code, a pour seule contrepartie le salaire, pendant une période fixée par un accord d'entreprise ou, à défaut, par tout autre accord collectif, au sens des articles L. 2222-1 et suivants du code du travail.

Cette période est déterminée en prenant notamment en considération la périodicité du titre de presse et la nature de son contenu.

Article L132-38 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

L'exploitation de l'œuvre dans le titre de presse, au-delà de la période prévue à l'article L. 132-37, est rémunérée, sous forme de droits d'auteur ou de salaire, dans des conditions déterminées par l'accord d'entreprise ou, à défaut, par tout autre accord collectif.

Article L132-39 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

Lorsque la société éditrice ou la société qui la contrôle, au sens de l'article L. 233-16 du code de commerce,

édite plusieurs titres de presse, un accord d'entreprise peut prévoir la diffusion de l'œuvre par d'autres titres de cette société ou du groupe auquel elle appartient, à condition que ces titres et le titre de presse initial appartiennent à une même famille cohérente de presse. Cet accord définit la notion de famille cohérente de presse ou fixe la liste de chacun des titres de presse concernés.

L'exploitation de l'œuvre du journaliste au sein de la famille cohérente de presse doit comporter des mentions qui permettent une identification dudit journaliste et, si l'accord le prévoit, du titre de presse dans lequel l'œuvre a été initialement publiée.

Ces exploitations hors du titre de presse tel que défini à l'article L. 132-35 du présent code donnent lieu à rémunération, sous forme de droits d'auteur ou de salaire, dans des conditions déterminées par l'accord d'entreprise mentionné au premier alinéa du présent article.

Article L132-40 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

Toute cession de l'œuvre en vue de son exploitation hors du titre de presse initial ou d'une famille cohérente de presse est soumise à l'accord exprès et préalable de son auteur exprimé à titre individuel ou dans un accord collectif, sans préjudice, dans ce deuxième cas, de l'exercice de son droit moral par le journaliste.

Ces exploitations donnent lieu à rémunération sous forme de droits d'auteur, dans des conditions déterminées par l'accord individuel ou collectif.

Article L132-41 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

Lorsque l'auteur d'une image fixe est un journaliste professionnel qui tire le principal de ses revenus de l'exploitation de telles œuvres et qui collabore de manière occasionnelle à l'élaboration d'un titre de presse, la cession des droits d'exploitation telle que prévue à l'article L. 132-36 ne s'applique que si cette œuvre a été commandée par l'entreprise de presse.

Les conditions dans lesquelles le second alinéa de l'article L. 121-8 s'applique aux œuvres cédées en application du premier alinéa du présent article sont précisées par un accord collectif ou individuel.

Article L132-42 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

Les droits d'auteur mentionnés aux articles L. 132-38 et suivants n'ont pas le caractère de salaire. Ils sont déterminés conformément aux articles L. 131-4 et L. 132-6.

Article L132-43 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

Les accords collectifs peuvent prévoir de confier la gestion des droits mentionnés aux articles L. 132-38 et suivants à une ou des sociétés de perception et de répartition de droits mentionnées aux articles L. 321-1 et suivants.

Article L132-44 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

Il est créé une commission, présidée par un représentant de l'Etat, et composée, en outre, pour moitié de représentants des organisations professionnelles de presse représentatives et pour moitié de représentants des organisations syndicales de journalistes professionnels représentatives.

Le représentant de l'Etat est nommé parmi les membres de la Cour de cassation, du Conseil d'Etat ou de la Cour des comptes, par arrêté du ministre chargé de la communication.

A défaut de conclusion d'un accord d'entreprise dans un délai de six mois à compter de la publication de la loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet, et en l'absence de tout autre accord collectif applicable, l'une des parties à la négociation de l'accord d'entreprise peut saisir la commission aux fins de déterminer les modes et bases de la rémunération due en contrepartie des droits d'exploitation. La demande peut également porter sur l'identification des titres composant une famille cohérente de presse au sein du groupe, en application de l'article L. 132-39.

Pour les accords d'entreprise conclus pour une durée déterminée qui arrivent à échéance ou pour ceux qui sont dénoncés par l'une des parties, la commission peut être saisie dans les mêmes conditions et sur les mêmes questions qu'au précédent alinéa, à défaut de la conclusion d'un nouvel accord d'entreprise dans les six mois suivant la date d'expiration de l'accord à durée déterminée ou à défaut de la conclusion d'un accord de substitution dans les délais prévus à l'article L. 2261-10 du code du travail à la suite de la dénonciation du précédent accord.

La commission recherche avec les parties une solution de compromis afin de parvenir à un accord. Elle s'appuie, à cet effet, sur les accords existants pertinents au regard de la forme de presse considérée. Elle rend sa décision dans un délai de deux mois à compter de sa saisine.

La commission se détermine à la majorité de ses membres présents. En cas de partage des voix, le président a voix prépondérante.

Les décisions de la commission sont exécutoires si, dans un délai d'un mois, son président n'a pas demandé une seconde délibération. Elles sont notifiées aux parties et au ministre chargé de la communication, qui en assure la publicité.

L'intervention de la décision de la commission ne fait pas obstacle à ce que s'engage dans les entreprises de presse concernées une nouvelle négociation collective. L'accord collectif issu de cette négociation se substitue à la décision de la commission, après son dépôt par la partie la plus diligente auprès de l'autorité administrative, conformément à l'article L. 2231-6 du code du travail.

Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions d'application du présent article et notamment la composition, les modalités de saisine et de fonctionnement de la commission ainsi que les voies de recours juridictionnel contre ses décisions.

Article L132-45 En savoir plus sur cet article...

Créé par LOI n°2009-669 du 12 juin 2009 - art. 20

L'article L. 132-41 s'applique à compter de l'entrée en vigueur d'un accord de branche déterminant le salaire minimum des journalistes professionnels qui tirent le principal de leurs revenus de l'exploitation d'images fixes et qui collaborent de manière occasionnelle à l'élaboration d'un titre de presse. Cet accord prend en compte le caractère exclusif ou non de la cession.

A défaut d'accord dans un délai de deux ans à compter de la publication de la loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet, un décret fixe les conditions de détermination de ce salaire minimum.

LOIS

LOI n° 74-630 du 4 juillet 1974 modifiant et complétant l'article L. 761-2 du code du travail afin de faire bénéficier les journalistes « pigistes » du statut des journalistes professionnels (1).

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Art. 1^{er}. — Le premier alinéa de l'article L. 761-2 du code du travail est ainsi rédigé :

« Le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques ou dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources. »

Art. 2. — L'article L. 761-2 du code du travail est complété par le nouvel alinéa suivant :

« Toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel au sens du premier alinéa du présent article est présumée être un contrat de travail. Cette présomption subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties. »

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Paris, le 4 juillet 1974.

VALÉRY GISCARD D'ESTAING.

Par le Président de la République :

Le Premier ministre,
JACQUES CHIRAC.

Le ministre du travail,
MICHEL DURAFOUR.

Loi n° 74-630 TRAVAUX PRÉPARATOIRES (1)

Assemblée nationale :

Proposition de loi n° 182 ;
Rapport de M. Filloud, au nom de la commission des affaires culturelles (n° 1086) ;
Discussion et adoption le 27 juin 1974.

Sénat :

Proposition de loi, adoptée par l'Assemblée nationale, n° 291 (1973-1974) ;
Rapport de M. Blanchet, au nom de la commission des affaires sociales, n° 255 (1973-1974) ;
Discussion et adoption le 28 juin 1974.

DÉCRETS, ARRÊTÉS ET CIRCULAIRES

PREMIER MINISTRE

Délégation de signature.

Le secrétaire d'Etat auprès du Premier ministre (Formation professionnelle),

Vu le décret n° 47-233 du 23 janvier 1947 modifié autorisant les ministres à déléguer, par arrêté, leur signature ;

Vu les décrets des 28 mai et 8 juin 1974 relatifs à la composition du Gouvernement ;

Vu l'arrêté du 11 juin 1974 portant nomination au cabinet du secrétaire d'Etat auprès du Premier ministre (Formation professionnelle),

Arrête :

Art. 1^{er}. — Délégation permanente est donnée à M. Jean-Paul Guerlot, chargé de mission, à l'effet de signer, au nom du secrétaire d'Etat auprès du Premier ministre (Formation professionnelle), tous les actes, arrêtés et décisions, à l'exclusion des décrets.

Art. 2. — Le présent arrêté sera publié au Journal officiel de la République française.

Fait à Paris, le 1^{er} juillet 1974.

PAUL GRANET.

Administrateurs civils.

Par arrêté du Premier ministre en date du 21 juin 1974, M. Dours (André), administrateur civil hors classe, est réintégré dans le corps des administrateurs civils et affecté au ministère de l'intérieur.

Par arrêté du Premier ministre en date du 21 juin 1974, Mme Roux (Gilberte), administrateur civil de 1^{re} classe, est affectée aux ministères du travail et de la santé à compter du 1^{er} juin 1974.

Secrétariat général du Gouvernement.

Par arrêté du Premier ministre en date du 18 juin 1974, est inscrite au tableau d'avancement à la 1^{re} classe des documentalistes, au titre de l'année 1974 :

Mme Drouhin (Marie-Thérèse).

Par arrêté du Premier ministre en date du 18 juin 1974, Mme Drouhin (Marie-Thérèse), documentaliste de 2^e classe, 8^e échelon, inscrite au tableau d'avancement au titre de l'année 1974, est promue à la 1^{re} classe, 1^{er} échelon, des documentalistes à compter du 1^{er} janvier 1974.

MINISTRE DE L'INTERIEUR

Décret approuvant des modifications aux statuts d'une fondation reconnue d'utilité publique.

Par décret en date du 26 juin 1974, sont approuvées les modifications apportées à ses statuts (1) par la fondation reconnue d'utilité publique dite Fondation pour l'art et la recherche dont le siège est à Paris.

(1) Les statuts peuvent être consultés à la préfecture du lieu du siège social.

Décrets portant nomination, admission à la retraite et cessation de fonctions de sous-préfets.

Par décret du Président de la République en date du 4 juillet 1974, M. Colombier (Henri), sous-préfet de 1^{re} classe, sous-préfet de Riom, est nommé sous-préfet hors cadre.

Par décret du Président de la République en date du 4 juillet 1974, M. Perrot (Hubert), sous-préfet de 1^{re} classe, directeur du cabinet du préfet de la région Rhône-Alpes, préfet du Rhône, est nommé sous-préfet hors cadre.

Par décret du Président de la République en date du 4 juillet 1974, M. Chiaverini (Ivan), administrateur civil détaché en qualité de sous-préfet de 1^{re} classe, sous-préfet d'Aubusson, est nommé directeur du cabinet du préfet de la région Rhône-Alpes, préfet du Rhône.

Il sera maintenu en position de service détaché.

Par décret du Président de la République en date du 4 juillet 1974, M. Wiehn (André), administrateur de la ville de Paris détaché en qualité de sous-préfet de 1^{re} classe, sous-préfet de Nogent-sur-Seine, est remis à la disposition du ministre de l'intérieur pour être réintégré dans son corps d'origine.

Par décret du Président de la République en date du 4 juillet 1974, M. Vic-Dupont (Jean-Marie), administrateur civil détaché en qualité de sous-préfet de 2^e classe, directeur du cabinet du préfet de l'Aube, est nommé sous-préfet de Nogent-sur-Seine.

Il sera maintenu en position de service détaché.

Par décret du Président de la République en date du 4 juillet 1974, M. Prieur (Denis), administrateur civil détaché en qualité de sous-préfet de 2^e classe, directeur du cabinet du préfet de l'Isère, est nommé directeur du cabinet du préfet du Val-de-Marne.

Il sera maintenu en position de service détaché.



Ministère du travail, des relations sociales, de la famille et de la solidarité
Ministère de la santé, de la jeunesse et des sports et de la vie associative
Ministère du budget, des comptes publics et de la fonction publique

Direction de la sécurité sociale
Sous-direction chargée du
financement de la sécurité
sociale
Bureau 5 B

Le ministre du travail, des relations sociales, de
la famille et de la solidarité
La ministre de la santé, de la jeunesse et des
sports et de la vie associative
Le ministre du budget, des comptes publics et de
la fonction publique

à

Monsieur le Directeur de l'agence centrale des
organismes de sécurité sociale

Monsieur le Directeur de l'AGESSA

Mesdames et Messieurs les préfets de région,
Directions régionales des affaires sanitaires et
sociales
(pour information)

CIRCULAIRE N°DSS/5B/2008/344 du 25 novembre 2008 relative au régime d'affiliation
des reporters photographes journalistes professionnels

Date d'application : immédiate

NOR :

Classement thématique :

Résumé : la présente circulaire clarifie le régime d'affiliation des reporters photographes journalistes professionnels (régime général ou régime des artistes auteurs). Elle tient compte des dispositions prévues par l'accord national professionnel du 10 mai 2007, étendu par arrêté du 5 mai 2008, relatif aux rémunérations complémentaires.

Mots-clés : reporter photographe – journaliste professionnel – affiliation au régime général – présomption de salariat - affiliation au régime des artistes auteurs – rémunérations complémentaires – cotisations – moratoire.

Textes de référence :

- L. 311-2, L. 311-3 16°, L. 382-1 et R. 382-2 du code de la sécurité sociale ;
- L. 7111-1, L. 7111-3, L. 7111 - 4, L. 7112 - 1 du code du travail ;
- Arrêté du 26 mars 1987 fixant l'abattement applicable au taux de cotisations de sécurité sociale dues pour l'emploi de certaines catégories de journalistes ;
- Arrêté du 5 mai 2008 portant extension d'un accord national professionnel conclu dans le secteur des agences de presse photographiques (JO du 15 mai 2008) ;

Textes abrogés ou modifiés : lettre DSS 5 B-FN/PR – 828/ 095 du 7 août 1995.

Annexe :

Accord national professionnel du 10 mai 2007 sur le traitement social des revenus complémentaires des journalistes reporter-photographes tirés de l'exploitation de leurs œuvres photographiques dans la presse ;

L'article 1-IV de la loi n° 2006-961 du 1^{er} août 2006, modifiant le 3^{ème} alinéa de l'article L. 382 - 1 du code de la sécurité sociale relatif au champ d'application du régime des artistes auteurs, a renvoyé à la négociation d'accords professionnels distincts dans le secteur des agences de presse et dans celui des publications de presse, ou, à l'issue d'une période de deux ans à compter de la date de publication de la loi précitée, à un décret en Conseil d'Etat, la détermination des revenus complémentaires perçus par les auteurs d'œuvres photographiques journalistes professionnels pour l'exploitation de leurs œuvres dans la presse.

Un accord a été signé le 10 mai 2007 entre la fédération nationale des agences de presse photos et informations (FNAPPI), le Syndicat National des Journalistes (SNJ), le Syndicat National des Journalistes CGT (SNJ-CGT), l'Union Syndicale des Journalistes CFDT, (USJ-CFDT), le Syndicat des Journalistes CFTC, le Syndicat Général des Journalistes Force Ouvrière (SGJ-FO) et le syndicat des journalistes CGC (accord annexé à la présente instruction).

Cet accord, qui a fait l'objet d'un arrêté d'extension du 5 mai 2008, ne concerne que les agences de presse photographiques.

La présente circulaire a pour objet de préciser, au regard des dispositions législatives et réglementaires ainsi que de celles de l'accord précité, les règles d'affiliation à la sécurité sociale des reporters photographes journalistes professionnels.

I. AFFILIATION DES JOURNALISTES REPORTERS PHOTOGRAPHES

Les journalistes reporters photographes relèvent du régime général de la sécurité sociale, sous réserve des dispositions prévues à l'article L. 382-1 du code de la sécurité sociale.

A) Affiliation au régime général

1) qualification des journalistes professionnels et présomption de salariat

Aux termes de L. 7112-1 du code du travail, toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel est présumée être un contrat de travail. Cette présomption subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties.

Par conséquent, la présomption simple instituée à cet article trouve à s'appliquer à tous les journalistes professionnels, indépendamment de leur mode de rémunération.

Au plan des principes, l'affiliation au régime général d'une personne en qualité de salarié est conditionnée par l'existence d'un lien de subordination. Pour la Cour de cassation, le lien de subordination est caractérisé *par l'exécution d'un travail sous l'autorité d'un employeur qui a le pouvoir de donner des ordres et des directives, d'en contrôler l'exécution et de sanctionner les manquements de son subordonné* (arrêt du 13 novembre 1996 : Urssaf de la Haute Garonne c/ Société Générale).

Dès lors que le lien de subordination est établi, l'affiliation est opérée sur le fondement de l'article L. 311-2 du code de la Sécurité sociale.

Cependant, l'article L. 311-3 du code de la Sécurité sociale énumère, de manière limitative, les personnes qui, bien que n'entrant pas dans le champ de l'article L. 311-2, sont affiliées au régime général par détermination de la loi. Dans ce cas, il n'est pas nécessaire de démontrer l'existence d'un lien de subordination. Le 16° de l'article L. 311-3 du code de la sécurité sociale vise les journalistes professionnels et assimilés, au sens des articles L. 7111-1, L. 7111-3, L. 7111-4 et L. 7112-1 du code du travail, dont les fournitures d'articles, d'informations, de reportages, de dessins ou de photographies à une agence de presse ou à une entreprise de presse quotidienne ou périodique, sont réglées à la pigne, quelle que soit la nature du lien juridique qui les unit à cette agence ou entreprise.

Par suite, si la présomption édictée à l'article L. 7112-1 peut être renversée, cette circonstance est sans effet sur l'affiliation au régime général des journalistes professionnels rémunérés à la pigne.

En revanche, l'affiliation au régime général des journalistes professionnels non rémunérés à la pigne doit être recherchée sur le fondement de l'article L. 311-2 du code de la Sécurité sociale.

Si le lien de subordination n'est pas démontré, ils ne relèvent pas du champ de l'article L. 311-2 du code de la sécurité sociale. Ils devraient alors relever du régime des non salariés mais l'article L. 382-1 du code de la sécurité sociale les rattache dans tous les cas au régime général au titre des artistes auteurs.

2) présomption de salariat et lien de subordination

Au sens de l'article L. 7111-3 du code du travail, est journaliste professionnel toute personne qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources. L'article L. 7111-4 de ce code précise que sont notamment assimilés aux journalistes professionnels les reporters photographes.

Bien que l'article L 7112-1 du code du travail ne vise que les entreprises de presse, il n'apparaît pas que le législateur ait entendu écarter de la présomption de salariat précédemment évoquée les journalistes professionnels travaillant pour des agences de presse.

La présomption de salariat n'est cependant pas une présomption irréfutable et il appartient à l'agence de presse ou à l'entreprise de presse d'en apporter la preuve contraire (Cass. Soc. 9 février 1989 n° 108).

La Cour de cassation a une interprétation stricte du lien de subordination ou de l'indépendance du reporter photographe. Ainsi, même si la preuve est apportée de la liberté du photographe dans le choix des reportages qu'il réalise, puis des prises de vues, du décor, des photos qu'il transmet à l'entreprise l'employant, la fourniture, par l'entreprise, du sujet, des mannequins, d'une équipe sont des éléments à prendre en considération pour la qualification du lien de subordination (Cass. Soc. 25 janvier 2006 n° 04 - 43203).

Le bon de commande peut également être pris en compte pour prouver l'existence d'un lien de subordination. D'autres éléments peuvent également être considérés comme prouvant ce lien, tels les bulletins de pôle, les remboursements de frais professionnels

Par ailleurs, la simple preuve de la rémunération en droit d'auteur n'est pas de nature à faire obstacle à la présomption de contrat de travail des journalistes (Cass. Soc. 11 juillet 2006 n° 04 - 45419).

De même, dès lors que le photographe est tenu d'effectuer un nombre déterminé de reportages chaque année et de traiter de sujets d'actualité, que les thèmes sont soumis à l'appréciation de la société et qu'en contrepartie il perçoit une rémunération mensuelle minimum garantie, la présomption de salariat n'est pas détruite (Cass. Soc. 17 juin 1992 n° 89 - 41497).

Elle estime aussi que la fourniture régulière de travail à un journaliste professionnel, même pigiste, pendant une longue période, fait de lui un collaborateur régulier qui doit bénéficier à ce titre des dispositions légales applicables aux journalistes professionnels (Cass. Soc. 12 mars 2008, n°07-41816).

Pour renverser la présomption, l'employeur devra prouver que l'activité du reporter photographe journaliste professionnel s'exerce en toute indépendance et en toute liberté, hors de tout lien de subordination (Cass. Soc. 1^{er} décembre 1995 n° 607, Cass. Soc. 8 décembre 1999 n° 97 - 43603).

Ainsi, si le reporter photographe réalise des reportages de son propre chef, a le choix des sujets, la maîtrise de ses conditions de travail, ne se voit imposer ni programme ni lieux de travail, et qu'il les propose ensuite à l'agence, la Cour de cassation reconnaît que la présomption du salariat est détruite. En outre, pour être exclue du champ du 16° de l'article L.

3113 du code de la sécurité sociale, la rémunération ne peut être réalisée que sous forme de droit d'auteurs proportionnels à un pourcentage pour chaque photographie vendue et non sous la forme de pise (Cass. Soc, 28 novembre 2006 n° 05 - 40897).

Lorsque la présomption de salariat n'est pas établie, les rémunérations versées sont assujetties au régime de sécurité sociale des artistes auteurs organisé par les articles L 382-1 et suivants du code de la sécurité sociale.

Les cotisations dues au titre de l'affiliation au régime général, en application de l'arrêté du 26 mars 1987 fixant l'abattement applicable au taux de cotisations de sécurité sociale dues pour l'emploi de certaines catégories de journalistes, seront détaillées dans une circulaire qui sera publiée prochainement.

B) Assujettissement au régime des artistes auteurs

Les auteurs d'œuvres originales photographiques mentionnés aux articles L. 382-1 et R. 382-2 du code de la sécurité sociale sont affiliés, selon les conditions fixées par voie réglementaire, au régime de sécurité sociale des artistes auteurs, régime rattaché au régime général, dans les cas visés à cet article législatif et précisés ci-dessous :

- Lorsque les droits d'auteurs sont issus de l'exploitation des œuvres photographiques en dehors de la presse.

Dans l'hypothèse où le photographe a vendu ses photographies par l'entremise d'une agence de presse, il conviendra, pour déterminer le caractère hors presse de la rémunération, de prendre en compte la qualité de la personne ayant effectivement commandé les photographies (maison d'édition, exposition).

- Lorsque les rémunérations complémentaires issues de l'exploitation des œuvres photographiques dans la presse remplissent les conditions fixées par des accords professionnels distincts dans le secteur des agences de presse et dans celui des publications de presse, ou à défaut, par décret en Conseil d'Etat dans une période de deux ans à compter de la date de promulgation de la loi n° 2006-961 du 1^{er} août 2006 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information.

L'accord négocié en application du 3^{ème} alinéa de l'article L. 382-1 du code de la sécurité sociale et précisant les rémunérations complémentaires pouvant être soumises au régime des artistes auteurs a été signé le 10 mai 2007 entre la fédération nationale des agences de presse photos et informations (FNAPPI), le Syndicat National des Journalistes (SNJ), le Syndicat National des Journalistes CGT (SNJ-CGT), l'Union Syndicale des Journalistes CFDT, (USJ-CFDT), le Syndicat des Journalistes CFTC, le Syndicat Général des Journalistes Force Ouvrière (SGJ-FO) et le syndicat des journalistes CGC (annexé à la présente instruction). Cet accord est conclu pour une durée de 3 ans, puis reconduit tacitement chaque année, sauf dénonciation par l'une des parties trois mois avant la date d'échéance.

Cet accord a été étendu par arrêté portant extension d'un accord professionnel conclu dans le secteur des agences de presse photographiques du 8 mai 2008 (JORF du 15 mai 2008, arrêté également joint à la présente circulaire).

1) Champ de l'accord du 10 mai 2007

A compter du 10 mai 2007, cet accord s'est imposé aux agences de presse adhérentes à l'organisation syndicale patronale signataires de l'accord. A compter de la date de publication de l'arrêté d'extension (soit le 15 mai 2008), cet accord s'impose à tous les employeurs et journalistes reporters photographes au sens du code du travail du secteur des

agences de presse photographiques telles que définies à l'alinéa 4 de l'article 1^{er} de l'accord du 10 mai 2007

L'accord précise qu'est ainsi qualifiée d'agence de presse photographique « l'agence dont l'objet social est la diffusion multiple et rémunérée d'une photographie ou ensemble de plusieurs photographies d'un même sujet et de toutes informations utiles et nécessaires à leur exploitation ». Ces agences de presse photographiques doivent répondre aux conditions posées par l'article 1^{er} de l'ordonnance du 2 novembre 1945 modifiée et être inscrites sur la liste établie sur propositions de la commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP) et publiée au Journal officiel.

Ne sont pas concernés par cet accord :

- les entreprises de presse écrite;
- les agences de presse autres que les agences de presse photographiques à titre principal ;
- les photographes non journalistes professionnels,
- les journalistes reporters photographes, réalisant leurs photographies ou reportages photographiques à leur initiative, hors de tout lien de subordination avec une agence de presse et qui donnent mandat à une agence, une fois réalisées les photographies ou reportages photographiques, de procéder à l'exploitation de celles ci.

Les sommes versées aux journalistes professionnels en application des accords professionnels conclus dans la presse autres que l'accord national professionnel du 10 mai 2007 en question et qualifiées de droits d'auteurs ne sont pas éligibles à ce régime. Elles ont la nature de salaires et sont assujetties comme telles aux cotisations de sécurité sociale.

2) Rémunérations complémentaires concernées

Sans préjudice des conditions du contrat de travail pouvant préexister, cinq situations donnant lieu à rémunération sont distinguées par l'accord du 10 mai 2007 :

- a) Lorsque l'exploitation d'une photographie ou d'un ensemble de photographies sur un même sujet ou un même thème, créées par le journaliste reporter photographe dans le cadre d'un contrat de travail à durée indéterminée (CDI), donne lieu à rémunération après la fin effective du CDI, quelle qu'en soit la raison (départ volontaire, retraite, licenciement ou décès) (**situation a**). Cette exploitation doit par ailleurs avoir donné lieu à l'établissement d'un contrat de mandat.
- b) Lorsque l'exploitation d'une ou de plusieurs photographies sur un même sujet ou un même thème est réalisée par une agence de presse photographique distincte de l'agence de presse ou de l'entreprise de publication quotidienne ou périodique ayant commandé en amont la ou les photographies au journaliste et avec laquelle le reporter photographe est lié par un CDI conclu au moins 24 mois avant l'exploitation de la ou des photographies donnant lieu à rémunération complémentaire (**situation b**). En outre, l'agence de presse procédant à la nouvelle exploitation d'une ou des photographies ne doit pas avoir de lien capitalistique (soit l'absence de tout lien financier entre les deux structures avec l'agence ou l'entreprise de presse employeur du photographe). Cette exploitation doit également donner lieu à la conclusion d'un contrat de mandat.

Sont exclues ici les personnes titulaires d'un CDD ou d'un CDI depuis moins de 24 mois. Les revenus perçus sont alors assujettis au régime général.

Exemple : M. X, photographe journaliste professionnel, lié à une publication de presse ou une agence de presse Y par un contrat de travail ayant pris effet depuis plus de 24 mois et qui a donné son accord exprès à cette rediffusion.

- c) Lorsque l'exploitation d'une photographie ou d'un ensemble de photographies sur un même sujet ou un même thème est réalisée par l'agence de presse avec laquelle le photographe a conclu un CDI, lorsque cette nouvelle exploitation a lieu plus de 24 mois après la première publication, première facturation ou, à défaut, après la date de prise de vue (**situation c**). Dans l'hypothèse où les dates de première publication ou de première facturation sont différentes, la date la plus lointaine est celle à retenir.

Exemple : soit un reportage photographique réalisé lors du festival de Cannes en mai 2006 par un photographe X, dans le cadre du CDI qui le lie à l'agence Y. Les revenus issus des droits de cession de ce reportage consistent en des droits d'auteur, relevant de l'AGESSA, à compter de juin 2008.

- d) Lorsque la nouvelle exploitation est réalisée par l'agence qui avait commandé au journaliste reporter photographe, employé à titre occasionnel, la réalisation d'une photographie ou d'un ensemble de photographies. Cette nouvelle exploitation doit avoir lieu plus de 24 mois après la date de publication, première facturation ou à défaut après la date de prise de vue (**situation d**). Comme pour la situation c), la date à retenir entre la date de première publication ou la date de première facturation est la date la plus éloignée dans le temps de la date de la nouvelle exploitation.

Au sens de l'accord, le terme « journaliste reporter photographe employé à titre occasionnel » désigne le journaliste reporter photographe salarié dont le nombre de collaborations est égal ou inférieur à trois dans l'année et qui n'est pas tenu de consacrer une partie déterminée de son temps à l'agence de presse photographique à laquelle il collabore, mais n'a d'obligation que de fournir une production convenue dans les formes et les délais prévus par l'employeur dans le bon de commande. Cette définition ne vaut que pour l'accord lui-même ; elle est sans incidence sur d'autres dispositions réglementaires ou conventionnelles.

Les revenus procurés par la remise du travail commandé sont, quant à eux, assujettis au régime général selon les règles de droit commun citées supra.

Sous réserve de l'aboutissement des négociations paritaires en cours entre les organisations professionnelles représentatives, la pige peut être définie comme un paiement à la tâche pour un reportage sur un sujet ou un événement déterminé.

Exemple : l'agence de presse Y commande en janvier 2006 à M. X, photographe, un reportage sur la vie des populations vivant dans le grand nord canadien. A compter de février 2008, les droits de cession issus de ce reportage sont considérés comme des droits d'auteur, assujettis à l'AGESSA.

- e) Lorsque ces sommes concernent les droits collectifs des photographes et sont collectées puis réparties par une société d'auteurs (**situation e**).

Seule la détermination des rémunérations complémentaires soumises aux cotisations du régime des artistes auteurs résulte de la volonté du législateur. En conséquence, les autres dispositions de cet accord, tel l'article 5 sur le barème de la rémunération à la pige, le contenu du bon de commande prévu à l'article 4 ou les modalités de suivi de l'accord mentionnées à l'article 7, résultent de la seule volonté conventionnelle des parties. Elles ont désormais valeur réglementaire depuis l'arrêté du 5 mai 2008.

Cependant, il y a lieu de considérer que l'article 5 n'est plus applicable. En effet, aucune négociation relative au barème de rémunération à la pige n'a été engagée par les parties signataires de l'accord avant le 10 novembre 2007.

S'agissant du bon de commande mentionné aux situations b) et d), l'article 4 de l'accord du 10 mai 2007 précise le contenu du bon de commande et renvoie à des négociations pour l'élaboration d'un formulaire type. Quatre éléments doivent y figurer :

- l'ancienneté du journaliste reporter photographe dans la profession ;
- le mode de rémunération négocié, qui peut être soit sous forme de piges, rémunérations fixes ou forfaitaires, soit un pourcentage des ventes, avec une garantie minimum définitivement acquise à valoir, le cas échéant, sur la rémunération proportionnelle au prix de cession entre l'agence de presse et les diffuseurs des photographies concernées. Cette garantie est calculée en fonction du temps de travail prévu ou effectif ;
- le descriptif précis du travail demandé et la date de la remise ;
- les modalités de prise en charge des frais.

Toutefois, le bon de commande ne peut être considéré comme la norme régissant les relations contractuelles une agence de presse et un reporter photographe pigiste. Le contrat peut être oral. Dans ce cas, c'est la feuille de salaire qui rend compte de la situation salariée.

Le contrat de mandat, requis dans les situations a) et b), doit répondre quant à lui à la définition donnée à l'article 1984 du code civil. Il s'agit donc d'un acte par lequel une personne donne à une autre le pouvoir de faire quelque chose pour le mandant et en son nom. Le contrat ne se forme que par l'acceptation du mandataire.

Selon les termes de l'accord, ce contrat de mandat devra prévoir notamment une clause pour les exploitations autorisées, un pourcentage de rémunération proportionnel au prix de cession et une exclusivité limitée dans le temps et renouvelable, en vertu des pratiques professionnelles en vigueur.

Ce contrat de mandat est réalisé et ne peut exister qu'en dehors de tout lien de subordination entre le reporter photographe et l'agence de presse qui va procéder à l'exploitation de la ou des photographies. A défaut, c'est le contrat de travail à durée indéterminée, ou la commande ponctuelle réalisée entre l'agence de presse et le journaliste reporter photographe qui prévoit les conditions d'exploitation et de rémunération.

II. MODALITES D'ASSUJETTISSEMENT DES REMUNERATIONS COMPLEMENTAIRES AU REGIME DES ARTISTES AUTEURS

A) Procédure

Les rémunérations complémentaires remplissant les conditions prévues au I. B de la présente circulaire et perçues par le journaliste reporter photographe sont soumises aux règles d'assujettissement du régime des artistes auteurs. Les autres rémunérations versées demeurent soumises aux dispositions de droit commun du régime général.

Les rémunérations complémentaires doivent être déclarées auprès de l'Association pour la gestion de la sécurité sociale des auteurs (AGESSA). Ces déclarations devront détailler la liste des photographies ou reportages photographiques exploités, le montant des rémunérations complémentaires perçues ainsi que l'agence de presse photographique. Les formulaires spécifiques de déclaration des rémunérations complémentaires élaborés par l'AGESSA seront prochainement diffusés.

III. Situation des contentieux en cours

Pour tenir compte de la volonté du législateur de se reporter au contenu de l'accord professionnel relatif aux rémunérations complémentaires et afin de sécuriser les situations existantes, il convient de prendre toutes les dispositions nécessaires afin qu'il soit mis fin aux procédures de redressement, en cours à l'encontre des agences de presse photographiques, dès lors que ces redressements ont pour objet les rémunérations versées aux journalistes professionnels reporters photographes remplissant les conditions prévues par l'accord du 10 mai 2007.

En outre, devront également être abandonnées les procédures pour lesquelles la présomption de salariat est détruite au regard des critères définis dans la présente circulaire.

Vous voudrez bien me tenir informé, sous le présent timbre, des éventuelles difficultés d'application de la présente circulaire.

Pour les Ministres et par délégation
Le directeur de la sécurité sociale

Lors du contrôle des agences de presse photographiques, celles-ci devront mettre à disposition des inspecteurs du recouvrement tout élément permettant de vérifier la qualification de rémunération complémentaire, et notamment la date de réalisation, facturation ou prise de vue des photographies dont les rémunérations ont été assujetties aux cotisations du régime de sécurité sociale des artistes auteurs, ainsi que le contrat liant l'agence ou l'entreprise et le photographe (contrat de travail, bon de commande ou contrat de mandat).

Le cas échéant, compte tenu des évolutions technologiques rapides enregistrées dans le secteur de la photographie et des procédés numériques, pour apprécier le point de départ du délai de 24 mois évoqué dans la situation c) de l'accord du 10 mai 2007, il pourra être tenu compte de la date de mise en ligne ou de mise en archives numériques de la photographie, dès lors que celle-ci est postérieure à la prise de vues. En cas de doute, il appartient à l'entreprise de démontrer l'ancienneté de la prise de vues.

B) photographes bénéficiant actuellement du dispositif du moratoire

Le III de l'article 22 de la loi n° 93-121 du 27 janvier 1993, modifié par la loi n° 95-116 du 4 février 1995, a prévu que les photographes travaillant pour des agences de presse qui, au 1er février 1993, bénéficiaient des dispositions du régime des artistes auteurs, pendant ou depuis au moins trois ans, sont maintenus de plein droit à ce régime jusqu'au 30 juin 1995, date à laquelle leur situation devait être réexaminée. Dans l'attente d'une négociation sur ce point, un courrier ministériel du 7 août 1995 a prolongé l'application de cette disposition au-delà du 30 juin 1995.

Compte tenu de ce qui précède, il y a lieu de considérer que le moratoire instauré par le III de l'article 22 de la loi du 27 janvier 1993 n'est plus en vigueur à compter de la parution de l'arrêté du 15 mai 2008 portant extension de l'accord pour les revenus complémentaires des journalistes reporters photographes tirés de l'exploitation de leurs œuvres photographiques dans la presse.

Ce moratoire n'est également plus en vigueur pour les agences de presse dont l'objet social n'est pas la diffusion multiple et rémunérée d'une photographie ou ensemble de plusieurs photographies.

Cependant une tolérance devra être appliquée par l'AGESSA lors de la déclaration des ressources de l'année 2008 et par les URSSAF lors des contrôles par les inspecteurs du recouvrement pour les revenus de cette même année.

La suppression du moratoire peut soulever des difficultés pour les journalistes photographes indépendants actuellement sous moratoire et cotisant au régime des artistes auteurs, qui travaillent aujourd'hui à leur initiative et remettent leurs photographies ou reportages photographiques à l'agence de presse, mandatée pour trouver un diffuseur, qui rémunère alors les photographes en droits d'auteurs, proportionnellement aux recettes perçues par la diffusion postérieure des photos dans la presse.

Sous réserve que soit apportée la preuve de la destruction de la présomption de salariat, dans les conditions indiquées au point I. A. de la présente circulaire, cette catégorie n'entre pas dans le champ de l'accord du 10 mai 2007 et doit être considérée comme non visée par la lecture combinée des articles L. 7111-3 du code du travail et L. 311-3 16 ° du code de la sécurité sociale. Cette preuve doit être apportée par tout moyen, en s'appuyant sur les éléments de faits constatés caractérisant la relation entre l'agence de presse et le photographe.

Grosses délivrées **REPUBLIQUE FRANCAISE**

aux parties le : AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

COUR D'APPEL DE PARIS

Pôle 5 - Chambre 1

ARRÊT DU 27 JANVIER 2010

(n° ,07 pages)

Numéro d'inscription au répertoire général : **08/04978**

Décision déferée à la Cour : Jugement du 22 Février 2008 -Tribunal de Grande Instance de PARIS -
RG n° 05/08007

APPELANTE

SA SIPA PRESS

agissant poursuites et diligences de ses représentants légaux

ayant son siège 101/103 boulevard Murat

75016 PARIS

représentée par la SCP PETIT LESENECHAL, avoués à la Cour

assistée de Me Jean-Michel LEPETRE, avocat au barreau de PARIS, toque : P 134,

Me Emmanuel BURGET, avocat au barreau de PARIS, toque : R 143

INTIME

Monsieur Gérard GASTAUD

25 rue de Rosny

93100 MONTREUIL SOUS BOIS

représenté par la SCP BOLLING - DURAND - LALLEMENT, avoués à la Cour

assisté de Me Vincent VARET, avocat au barreau de PARIS, toque : P539

COMPOSITION DE LA COUR :

L'affaire a été débattue le 29 Septembre 2009, en audience publique, devant la Cour composée de :

Monsieur Didier PIMOULLE, Président

Mme Brigitte CHOKRON, Conseillère

Madame Anne-Marie GABER, Conseillère

qui en ont délibéré

GREFFIER : lors des débats : Mme Jacqueline VIGNAL

ARRET : - CONTRADICTOIRE

- rendu par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du Code de procédure civile.

- signé par Monsieur Didier PIMOULLE, président et par Mademoiselle Guénaëlle PRIGENT, greffière à laquelle la minute du présent arrêt a été remise par le magistrat signataire.

LA COUR,

Vu l'appel relevé par la s.a. sipa press du jugement du tribunal de grande instance de Paris (3ème chambre, 2ème section, n° de RG : 05/8007), rendu le 22 février 2008 ;

Vu les dernières conclusions de l'appelante (15 septembre 2009) ;

Vu les dernières conclusions (15 septembre 2009) de M. Gérard Gastaud, intimé et incidemment appelant ;

Vu l'ordonnance de clôture prononcée le 29 septembre 2009 ;

* *

SUR QUOI,

Considérant que M. Gastaud, journaliste reporter photographe, reprochant à la société sipa press d'avoir, d'une part, exploité ses photographies sans autorisation et sans contrepartie financière depuis le 30 octobre 2002, d'autre part, perdu 43.331 de ses supports originaux, a assigné cette société sur le fondement de la contrefaçon de droits d'auteur et de la responsabilité contractuelle pour obtenir, outre la restitution des originaux sous astreinte, paiement de dommages-intérêts en réparation de ses préjudices patrimonial et moral, plus une somme pour la perte des supports, plus une indemnité de procédure ; que le tribunal, par le jugement dont appel, a relevé que M. Gastaud ne proposait pas de démontrer en quoi les différents éléments caractérisant chacun des trois reportages identifiés seraient originaux et traduiraient un parti pris esthétique et l'empreinte de sa personnalité, en dehors de considérations générales sur la technique de prise de vue, l'a débouté de ses demandes fondées sur la contrefaçon ; qu'il a retenu par ailleurs que la société sipa press, dépositaire des 83.337 supports originaux de M. Gastaud, lui en avait restitué seulement 38.653 et devait l'indemniser des pertes subies, soit 1.200.000 euros ; que l'exécution provisoire dont était assorti le jugement attaqué a été suspendue par ordonnance du premier président du 27 juin 2008 ;

1. Sur la procédure :

Considérant qu'il ressort des dernières écritures de sipa press (pp 11 et 50) que celle-ci a retiré sa demande tendant au rejet des débats des pièces communiquées par M. Gastaud sous les nos 59 et 79 ; que les conclusions de l'intimé tendant au rejet de cette demande sont donc sans objet ;

Considérant que la condition de salarié ne comporte pas l'incapacité de témoigner en justice, fût-ce au profit de son employeur ; que M. Gastaud sera donc débouté de sa demande tendant au rejet des débats de l'ensemble des attestations de salariés de sipa press en raison du lien de subordination

juridique et de dépendance économique de leurs auteurs ;

2. Au fond :

Considérant, pour l'essentiel, que sipa press conclut à la confirmation du jugement en ce qu'il a rejeté les prétentions de M. Gastaud fondées sur la contrefaçon et à son infirmation pour le surplus, demandant à la cour de débouter M. Gastaud de l'intégralité de ses demandes au titre de la prétendue perte des supports originaux de ses photographies ; que M. Gastaud réclame, à l'inverse, la confirmation du jugement en ce qu'il a condamné sipa press à l'indemniser de la perte de ses originaux et son infirmation en ce qu'il l'a débouté de son action en contrefaçon ;

2.1. Sur la contrefaçon :

Considérant que sipa press soutient que l'action en contrefaçon de M. Gastaud est en partie irrecevable car prescrite, non fondée, principalement parce que la preuve de l'originalité des 'uvres n'est pas rapportée, subsidiairement parce qu'il n'a pas été porté atteinte, ni aux droits patrimoniaux, ni au droit moral de M. Gastaud ;

2.1.1. Sur la prescription :

Considérant, eu égard au sens de la décision et aux motifs qui suivent, qu'il n'y a pas lieu de s'arrêter à la fin de non recevoir opposée par sipa press tirée de la prescription de l'action de M. Gastaud en ce qu'elle tend à la réparation du préjudice causé par les violations prétendues de ses droits patrimoniaux d'auteur qui se sont manifestées plus de dix ans avant le 20 mai 2005, date de l'assignation ;

2.1.2. Sur l'originalité des photographies :

Considérant, en vertu de l'article L 111-1 du code de la propriété intellectuelle, que l'auteur d'une 'uvre de l'esprit jouit sur cette 'uvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous qui comporte des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial ;

Que ce droit est conféré, selon l'article L 112-1 du même code, à l'auteur de toute 'uvre de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, que sont notamment considérées comme 'uvres de l'esprit, en vertu de l'article L 112-2, 9°, « les 'uvres photographiques et celles réalisées à l'aide de techniques analogues à la photographie » ;

Considérant que la protection de principe résultant de ces dispositions, sans formalité, des 'uvres originales, suppose, s'agissant, comme en l'espèce, de plusieurs milliers de clichés, la reconnaissance, pour chacun d'eux, qu'il résulte d'une création intellectuelle portant l'empreinte de la personnalité de son auteur ;

Considérant que M. Gastaud produit au débat les photographies en cause (pièce 59), plus un document (pièce 79) dans lequel il décrit l'originalité de chaque reportage exploité par sipa press, selon lui, en violation de ses droits et soutient que ses photographies « comportent, en raison notamment du décor, de la pose du modèle, de l'angle et de l'instant de prise de vue, du cadrage et de l'éclairage, sans parler du choix de la pellicule, de l'ouverture et de la vitesse d'obturation, l'empreinte de la personnalité de leur auteur » ;

Considérant qu'une photographie, en ce qu'elle résulte de la captation instantanée d'une scène particulière, ne peut être précédée ni suivie d'aucune autre absolument identique ; que, sauf à être produite par un procédé purement mécanique dépourvu de toute recherche ou finalité esthétique, elle suppose que l'opérateur prenne personnellement un parti, certes plus ou moins délibéré, dans le choix

du sujet, de son cadrage, de son éclairage, de sa mise en scène, de la distance de l'appareil de prise de vue par rapport au sujet, de l'angle de visée, dans le choix de la focale, de l'ouverture, de la vitesse d'obturation, éventuellement de la sensibilité du film, choix qui entrent tous dans la détermination du résultat final ;

Que, s'agissant des photographies en cause, M. Gastaud explique, sans être réellement démenti, pour chacun des reportages décrits dans sa pièce n° 79, les options de cadrage, de lumière, d'ambiance, et autres choix artistiques ou techniques retenus en fonction des aspects du sujet qu'il entendait mettre spécialement en valeur; que ce qui s'applique aux reportages dans leurs ensemble vaut pour chacune des prises de vue qui les composent ;

Considérant que sipa press n'est pas fondée à invoquer l'absence de preuve d'originalité des photographies revendiquées par M. Gastaud en relevant qu'elles ont été prises dans la rue, ou au domicile de la personne photographiée, ou sur le plateau d'une émission de télévision, ou encore en affirmant que les explications de M. Gastaud ne mettent en évidence « aucune démarche artistique du photographe avec une ligne directrice dans son travail qui serait sa marque de fabrique » ; qu'il résulte au contraire suffisamment des éléments du débat que celles-ci portent l'empreinte de la personnalité de leur auteur ;

2.1.3. Sur l'atteinte aux droits patrimoniaux :

Considérant qu'il est constant que, à partir de 1982, M. Gastaud a déposé sa production de photographies aux fins de commercialisation auprès de sipa press; que, selon les explications concordantes des parties, leurs relations se sont organisées hors de tout contrat formalisé, sipa press versant à M. Gastaud une avance mensuelle devant être compensée par les produits d'exploitation à venir de ses photographies; que, sipa press ayant cessé en 2002 de verser l'avance mensuelle faute, selon elle, de pouvoir en recouvrer le montant par des recettes suffisantes, les relations se sont altérées, sipa press continuant pourtant, selon M. Gastaud, d'exploiter ses 'uvres sans autorisation ;

Considérant qu'il ressort des explications de sipa press elle-même (p.19 de ses écritures) qu'elle effectuait au bénéfice de M. Gastaud une prestation globale comprenant archivage, indexation, classement, mise en ligne pour des acheteurs mondiaux, tarification, promotion commerciale, facturation et recouvrement; que certaines des tâches ainsi revendiquées par sipa press, telles que la numérisation et la mise en ligne sur internet dans le cadre de la promotion commerciale, relèvent de la reproduction au sens de l'article L.122-3 du code de la propriété intellectuelle aux termes duquel « la reproduction consiste dans la fixation matérielle de l'uvre par tous procédés qui permettent de la communiquer au public d'une manière indirecte » ;

Considérant, aux termes de l'article L.122-4 du code de la propriété intellectuelle, que « toute [...] reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur [...] est illicite » ; qu'il résulte de la combinaison de ces dispositions avec celles de l'article L.131-3 du même code que le consentement de l'auteur suppose « que chacun des droits cédés fasse l'objet d'une mention distincte dans l'acte de cession et que le domaine d'exploitation des droits cédés soit délimité quant à son étendue et à sa destination, quant au lieu et quant à sa durée » ;

Considérant que sipa press n'est pas fondée à soutenir que la nature des relations établies avec M. Gastaud et poursuivies pendant plus de vingt ans et la diversité des prestations effectuées à son profit justifieraient que celles-ci échappent au périmètre d'application des dispositions précédemment rappelées, spécialement aux exigences de l'article L.131-3 du code de la propriété intellectuelle ; qu'il reste en effet acquis que sipa press a reproduit et exploité les photographies de M. Gastaud sans être en mesure de justifier du consentement de ce dernier conforme aux prescriptions de ce texte ;

Considérant qu'il en résulte que les demandes de M. Gastaud fondées sur l'application de ces dispositions sont justifiées dans leur principe ;

2.1.4. Sur le préjudice :

Considérant, s'il est acquis au débat que sipa press a exploité les photographies de M. Gastaud sans être en mesure de se prévaloir du consentement de ce dernier dans les formes requises par l'article L.131-3 du code de la propriété intellectuelle, qu'il est également constant que cette exploitation a donné lieu au versement d'une rémunération à M. Gastaud de 1982 à novembre 2002; que M. Gastaud indique lui-même qu'il a reçu de sipa press, entre 1990 et 2002, seule période pour laquelle les pièces sont disponibles, un total de 137.300 euros, soit une rémunération annuelle moyenne voisine de 10.000 euros ; que cette somme représente, aux dires des parties, 50 % (sipa press) ou 48 % (M. Gastaud) du chiffre d'affaires réalisé grâce à la commercialisation de ses photographies ;

Considérant que M. Gastaud estime ce pourcentage insuffisant et réclame, en réparation de son préjudice causé par l'insuffisance de sa rémunération au titre de ses droits d'auteur pour cette période, 150.000 euros de dommages-intérêts ;

Mais considérant qu'il résulte des circonstances précédemment examinées que, loin de se borner à l'édition ou à la reproduction de ses photographies, la prestation accomplie par sipa press au profit de M. Gastaud comprenait en outre, non seulement la conservation, le classement, la mise en forme, la présentation et la promotion de ses 'uvres aux clients potentiels, tâches préalables à leur exploitation, mais aussi la facturation et le recouvrement des droits, tous travaux dont M. Gastaud s'est déchargé sur sipa press pendant vingt ans ; que ce mode d'organisation des relations entre les parties lui a apparemment donné satisfaction dès lors qu'il n'est pas allégué qu'il aurait eu lieu de s'en plaindre avant 2002 ;

Considérant, en réalité, que ni les pièces produites par les parties relatives aux usages de la profession, ni les contrats conclus par d'autres photographes avec d'autres agences de presse dans des circonstances dont rien ne démontre qu'elles seraient analogues à celles de l'espèce, ni aucun autre élément du débat n'établit le bien fondé de la demande de M. Gastaud au titre d'une insuffisance de rémunération au titre de ses droits d'auteurs pour la période courant jusqu'à novembre 2002 ;

Considérant, s'agissant de la période postérieure à novembre 2002, que M. Gastaud expose que sipa press continue d'exploiter ses 'uvres sans lui verser aucune rémunération alors que, selon les relevés de ventes établis par elle-même, le chiffre d'affaires généré par la commercialisation de ses photographies s'est élevé à 19.047,24 euros ; que M. Gastaud sollicite en conséquence la condamnation de sipa press à lui payer 57.000 euros, soit trois fois le chiffre d'affaires réalisé grâce à la vente de ses photographies, à titre de dommages intérêts ;

Considérant que sipa press ne conteste pas le montant des ventes tel qu'indiqué par M. Gastaud mais soutient que les sommes ainsi produites étaient de toute façon insuffisantes pour compenser les avances qui lui avaient été consenties, le solde débiteur à la charge de M. Gastaud calculé conformément aux principes jusque là suivis par les parties s'élevant au 31 décembre 2002 à 9.979,48 euros ;

Considérant que M. Gastaud ne discute pas ce dernier chiffre, sauf à prétendre que la chute des ventes, donc sa propre situation débitrice, est seulement imputable à une insuffisante action commerciale de sipa press, ce qu'il s'abstient de démontrer ;

Considérant, dès lors qu'aucune circonstance ne justifie que soit appliqué, pour apurer les comptes entre les parties, un mode de calcul des flux économiques entre elles différent, à partir de novembre 2002, de celui qu'elles avaient librement pratiqué jusque là pendant vingt ans, que force est de constater que le pourcentage de 50 % appliqué au chiffre d'affaires de 19.047,24 euros revendiqué par M. Gastaud ne couvre pas intégralement le solde débiteur de 9.979,48 euros demeuré à sa charge, de sorte que sa réclamation n'est pas fondée ;

Considérant, en définitive, que les demandes de M. Gastaud au titre de prétendues atteintes à ses droits patrimoniaux seront rejetées ;

2.1.5. Sur l'atteinte au droit moral :

Considérant que M. Gastaud expose que certaines de ses photographies (pièces nos 21 à 23 et 131) ont été publiées par sipa press sans mention de son nom mais avec la seule indication du nom de l'agence ;

Mais considérant que sipa press fait valoir à juste titre que les pièces produites par M. Gastaud n'établissent pas qu'il serait bien l'auteur des photographies ainsi publiées ; que les pièces 58 et 59 consistent en effet en des listes de références de photographies apparemment remises à M. Gastaud par sipa press mais ne permettent pas d'établir un lien avec celles dont il dénonce la publication sans mention de son nom; que la pièce n° 130 est un tirage que rien ne permet d'attribuer à M. Gastaud ;

Considérant, la preuve des circonstances de fait invoquées par M. Gastaud au soutien de sa demande fondée sur l'atteinte à son droit moral d'auteur n'étant pas rapportée, que cette demande sera rejetée ;

2.2. Sur la perte des supports originaux :

Considérant que M. Gastaud expose (p. 35 de ses écritures) qu'il a déposé auprès de sipa press, pendant toute la durée de leurs relations, un total, après correction des erreurs relevées, non plus de 83.337 supports originaux -chiffre avancé en première instance et retenu par le tribunal - mais 82.671 ; que l'appelante lui a restitué le 7 février 2007 la totalité des supports qu'elle détenait, soit 38.653, de sorte que sipa press a perdu la différence, soit 44.018 supports originaux et doit en conséquence l'indemniser de la perte subie ;

Considérant que sipa press conteste ces données et revendique l'application des règles de preuves contenues dans l'article 1924 du code civil au terme desquelles, «lorsque le dépôt étant au-dessus du chiffre prévu à l'article 1341 n'est point prouvé par un écrit, celui qui est attaqué comme dépositaire en est cru sur sa déclaration, soit pour le fait même du dépôt, soit pour la chose qui en fait l'objet, soit pour le fait de sa restitution» ; qu'elle fait valoir que M. Gastaud s'est vu restituer l'ensemble de ses photographies en excellent état et bien ordonnées comme le souligne le procès-verbal d'huissier versé au débat et n'apporte pas la preuve des pertes alléguées ;

Considérant que M. Gastaud, qui n'oppose pas à sipa press la preuve écrite du dépôt de ses photographies, prétend néanmoins tourner cette exigence probatoire en se prévalant d'un document intitulé « *listing des supports originaux des photographies de Monsieur GASTAUD établi par SIPA PRESS de mai 1982 à janvier 1998* » comprenant trois listes, soit :

- une première impression du 9 janvier 1994, recensant des photographies pour la période de 1983 à 1993,
- une deuxième impression du 1er avril 1996, recensant des photographies pour la période de 1994 à 1996,
- une troisième impression du 15 janvier 1998, complétée par des pages manuscrites ou dactylographiées pour les années 1998 à 2001, recensant des photographies de 1996 à 2001 ;

Qu'il présente cet ensemble de documents comme répondant aux exigences de l'article 1347 du code civil pour être regardé comme commencement de preuve par écrit en ce qu'il émane de sipa press et rend vraisemblable le dépôt allégué ;

Mais considérant que ce document, à supposer qu'il puisse être retenu comme commencement de



Conseil d'État

N° 318143

Publié au recueil Lebon

1ère et 6ème sous-sections réunies

M. Arrighi de Casanova, président
M. Alain Boulanger, rapporteur
Mlle Courrèges Anne, commissaire du gouvernement
SCP WAQUET, FARGE, HAZAN, avocats

lecture du vendredi 18 juin 2010

REPUBLIQUE FRANCAISE

AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

Vu la requête sommaire et le mémoire complémentaire, enregistrés les 7 juillet et 7 octobre 2008 au secrétariat du contentieux du Conseil d'Etat, présentés pour le SYNDICAT DES AGENCES DE PRESSE PHOTOGRAPHIQUES D'INFORMATION ET DE REPORTAGES (SAPHIR), dont le siège est 24, rue du Faubourg Poissonnière à Paris (75010) ; le SAPHIR demande au Conseil d'Etat :

1°) d'annuler pour excès de pouvoir l'arrêté du 5 mai 2008 portant extension de l'accord national professionnel du 10 mai 2007 sur le traitement social des revenus complémentaires des journalistes reporters-photographes tirés de l'exploitation de leurs oeuvres photographiques dans la presse ;

2°) de mettre à la charge de l'Etat le versement de la somme de 4 000 euros au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Vu le code du travail ;

Vu le code de la sécurité sociale, notamment son article L. 382-1 ;

Vu le code de justice administrative ;

Après avoir entendu en séance publique :

- le rapport de M. Alain Boulanger, chargé des fonctions de Maître des requêtes,
- les observations de la SCP Waquet, Farge, Hazan, avocat du SYNDICAT DES AGENCES DE PRESSE PHOTOGRAPHIQUES D'INFORMATION ET DE REPORTAGES (SAPHIR),
- les conclusions de Mlle Anne Courrèges, rapporteur public ;

La parole ayant été à nouveau donnée à la SCP Waquet, Farge, Hazan, avocat du SYNDICAT DES AGENCES DE PRESSE PHOTOGRAPHIQUES D'INFORMATION ET DE REPORTAGES (SAPHIR) ;

Considérant qu'aux termes de l'article L. 382-1 du code de la sécurité sociale, les journalistes professionnels auteurs d'oeuvres photographiques bénéficient, pour leurs revenus complémentaires tirés de l'exploitation de leurs oeuvres photographiques dans la presse, du régime général de sécurité sociale en qualité d'artistes-auteurs dans des conditions à prévoir par des accords professionnels distincts dans le secteur des agences de presse et dans celui des publications de presse ou, à l'issue d'une période de deux ans à compter de la date de promulgation de la loi n° 2006-961 du 1er août 2006 (...), par décret en Conseil d'Etat ; qu'en égard à la portée que le législateur a ainsi conférée aux accords professionnels conclus sur le fondement de ces dispositions, ces accords ne peuvent produire d'effet que s'ils sont rendus obligatoires, en vertu des dispositions de l'article L. 2261-15 du code du travail, pour tous les salariés et les employeurs compris dans leur champ d'application ;

Considérant que, par un accord du 10 mai 2007, la Fédération nationale des agences de presse photos et informations et plusieurs organisations syndicales représentant les journalistes reporters-photographes ont,

sur le fondement de l'article L. 382-1 du code de la sécurité sociale, fixé les conditions dans lesquelles les revenus complémentaires des journalistes des agences de presse photographiques seraient soumis aux règles du régime général de sécurité sociale ; que, par l'arrêté du 5 mai 2008 dont le SYNDICAT DES AGENCES DE PRESSE PHOTOGRAPHIQUES D'INFORMATION ET DE REPORTAGES demande l'annulation, le ministre du travail, des relations sociales et de la solidarité a, pour l'application de ce même article et en vertu des pouvoirs que lui confère l'article L. 2261-15 du code du travail, procédé à l'extension de cet accord à l'ensemble des employeurs et salariés du secteur des agences de presse photographiques ;

Considérant, en premier lieu, qu'en vertu de l'article L. 2261-15 du code du travail, l'extension des stipulations d'un accord professionnel ne peut intervenir qu'après avis motivé de la Commission nationale de la négociation collective ; que l'avis émis par la sous-commission des conventions et accords de cette commission lors de ses séances des 12 février et 22 avril 2008 rappelle la procédure suivie et les conditions de négociation ; qu'il mentionne les remarques formulées par certaines organisations syndicales et indique que l'extension a recueilli l'avis favorable de l'ensemble des organisations représentées à l'exception de l'une d'entre elles ; qu'une telle motivation répond aux exigences de l'article L. 2261-15 du code du travail ;

Considérant qu'en ayant prévu l'intervention d'accords professionnels distincts dans le secteur des publications de presse et celui des agences de presse, l'article L. 382-1 du code de la sécurité sociale cité ci-dessus ne faisait pas obstacle à ce que soient négociés, signés et étendus des accords professionnels portant sur des secteurs plus restreints, y compris pour des accords se fixant pour objet de fixer les conditions requises par cet article ; que le syndicat requérant n'est, dès lors, pas fondé à soutenir qu'en tant qu'il ne porte que sur les seules agences de presse photographiques, l'arrêté litigieux méconnaît les dispositions de l'article L. 382-1 du code de la sécurité sociale ; qu'il n'est pas davantage fondé à soutenir que cet arrêté méconnaît les dispositions de l'article L. 133-8 du code du travail, devenu son article L. 2261-15, dès lors que, ainsi qu'il a été dit, il ne procède à l'extension de l'accord du 10 mai 2007 que dans le seul champ des agences de presse photographiques, couvertes par cet accord ;

Considérant, en deuxième lieu, que l'article L. 2261-19 du code du travail prévoit que, pour pouvoir être étendu, un accord professionnel doit avoir été négocié et conclu en commission composée de représentants des organisations syndicales d'employeurs et de salariés représentatives dans le champ d'application considéré ; qu'il ressort des pièces du dossier, d'une part, que l'accord en litige a été conclu à l'issue de réunions d'une commission constituée entre plusieurs organisations syndicales de salariés et une organisation d'employeur, dont la représentativité dans le secteur des agences de presse photographiques n'est pas contestée, d'autre part, que le syndicat requérant a été convié à cette négociation et a d'ailleurs participé à l'une des réunions de la commission ; que, par suite, il n'est pas fondé à soutenir que l'arrêté d'extension litigieux serait illégal au motif que l'accord aurait été conclu au terme d'une procédure irrégulière ;

Considérant, en troisième lieu, que si le syndicat requérant invoque la méconnaissance des règles de la libre concurrence, il n'apporte au soutien de ce moyen aucun élément précis quant aux effets de l'accord du 10 mai 2007 sur les charges d'exploitation des agences de presse ou quant au marché qui serait affecté par l'éventuelle distorsion de concurrence ; que, par suite, ce moyen ne peut qu'être écarté ;

Considérant, enfin, que l'accord du 10 mai 2007, pris pour l'application de l'article L. 382-1 du code de la sécurité sociale, se borne à définir la notion de revenus complémentaires tirés de l'exploitation dans la presse des oeuvres photographiques des journalistes reporters-photographes au sens de cet article ; que, par suite, les définitions d'oeuvres photographiques ou de journalistes pigistes qu'il retient doivent s'entendre comme ne valant que pour l'application de la législation de la sécurité sociale ; que, de même, en exigeant un contrat de mandat entre le journaliste et l'agence qui l'emploie ou l'établissement systématique d'un bon de commande, l'accord se borne à fixer des critères permettant de qualifier un revenu de revenu complémentaire, au sens de l'article L. 382-1 du code de la sécurité sociale ; que ses stipulations doivent ainsi être regardées comme n'ayant ni pour objet ni pour effet d'imposer de manière générale un certain type de relations contractuelles entre les agences de presse photographiques et les journalistes photographes ; que, par suite, contrairement à ce que soutient le syndicat requérant, l'arrêté qui en prononce l'extension ne méconnaît de ce fait ni les dispositions du code de la propriété intellectuelle relatives à la notion d'oeuvre photographique, ni les principes de liberté du commerce et de l'industrie et de liberté d'information, ni celles du code du travail relatives à la définition de journaliste professionnel ;

Considérant qu'il résulte de tout ce qui précède que le SYNDICAT DES AGENCES DE PRESSE PHOTOGRAPHIQUES D'INFORMATION ET DE REPORTAGES n'est pas fondé à demander l'annulation de l'arrêté qu'il attaque ; que ses conclusions présentées au titre des dispositions de l'article L. 761-1 du code de justice administrative ne peuvent, par suite, qu'être rejetées ;

DECIDE :

Article 1er : La requête du SYNDICAT DES AGENCES DE PRESSE PHOTOGRAPHIQUES D'INFORMATION ET DE REPORTAGES est rejetée.

Article 2 : La présente décision sera notifiée au SYNDICAT DES AGENCES DE PRESSE PHOTOGRAPHIQUES D'INFORMATION ET DE REPORTAGES et au ministre du travail, de la solidarité et de la fonction publique. Copie en sera adressée pour information à la Fédération nationale des agences de presse photos et informations (FNAPPI), au Syndicat national des journalistes (SNJ), au Syndicat national des journalistes CGT (SNJ-CGT), à l'Union syndicale des journalistes CFTD (USJ-CFTD), au Syndicat des journalistes CFTC, au Syndicat général des journalistes FO (SGJ-FO), au Syndicat des journalistes FO et au Syndicat de la presse-communication CFE-CGC.

Conseil d'Etat statuant au contentieux

N° 34198

Publié au recueil Lebon

1 / 4 SSR

M. Heumann, président

M. Faure, rapporteur

M. Boyon, commissaire du gouvernement

lecture du mercredi 29 juin 1983

REPUBLIQUE FRANCAISE

AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

Requête de M. X... tendant à l'annulation d'une décision de la commission supérieure de la carte d'identité des journalistes professionnels du 24 octobre 1980 confirmant une décision du 27 mai 1980 par laquelle la commission du premier degré de la carte d'identité des journalistes professionnels lui a refusé le bénéfice du renouvellement de sa carte pour l'année 1980 et de cette dernière décision ;

Vu le code du travail ; la loi du 29 mars 1935 ; la loi n° 74-630 du 4 juillet 1974 ; l'ordonnance du 31 juillet 1945 et le décret du 30 septembre 1953 ; la loi du 30 décembre 1977 ;

Considérant qu'aux termes de l'article L. 761-2 du code du travail, dans sa rédaction issue de la loi n° 74-630 du 4 juillet 1974, " le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques ou dans une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources " ; qu'aux termes de l'article R. 761-8 du même code, issu du décret n° 73-1048 du 15 novembre 1973, " A l'appui de sa première demande de carte adressée à la commission, le postulant doit fournir : ... 5° l'affirmation sur l'honneur, que le journalisme est bien sa profession principale, régulière et rétribuée et qu'il en tire une rémunération au moins égale au salaire minimum résultant de l'application des dispositions législatives et réglementaires en vigueur ... " ;

Cons. que, par décision du 27 mai 1980, la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels a refusé d'accorder à M. X... le renouvellement de sa carte

d'identité de journaliste professionnel ; que la commission supérieure, se fondant sur les dispositions des articles L. 761-2 et R. 761-8 précités a, le 24 octobre 1980, confirmé cette décision par le motif que la moyenne mensuelle des " piges " perçues par M. X... au cours de l'année 1979 était inférieure " non seulement au salaire le plus bas prévu par les barèmes paritaires, mais également au salaire minimum interprofessionnel de croissance " ; que M. X... soutient à l'appui de sa demande d'annulation des décisions du 27 mai 1980 et du 24 octobre 1980 que la disposition réglementaire de l'article R. 761-8-5°, qui subordonne l'octroi de la carte d'identité à un montant minimum de rémunération, ne peut plus recevoir légalement application depuis l'intervention de la loi du 4 juillet 1974 modifiant l'article L. 761-2 du code du travail ;

Sur les conclusions tendant à l'annulation de la décision de la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels en date du 27 mai 1980 : Cons. que le recours formé devant la commission supérieure de la carte d'identité des journalistes professionnels a le caractère d'un préalable obligatoire à la saisine du juge administratif ; que la décision de cet organisme s'est substituée à celle de la commission du premier degré qui doit être réputée avoir disparu ; que, par suite, les conclusions susanalysées ne sont pas recevables ;

Sur les conclusions tendant à l'annulation de la décision de la commission supérieure de la carte d'identité des journalistes professionnels en date du 24 octobre 1980 :

Sans qu'il soit besoin d'examiner les autres moyens de la requête : Cons. que la loi du 4 juillet 1974 a eu pour effet notamment de substituer dans la définition du journaliste professionnel énoncée à l'article L. 761-2 tel qu'il résultait de la loi du 29 mars 1935 relative au statut professionnel des journalistes l'expression " qui en tire le principal de ses ressources " à l'expression " qui en tire le principal des ressources nécessaires à son existence " ; que le législateur a ainsi entendu exclure de sa définition toute condition relative à un montant minimum de ressource ; qu'il suit de là que l'article R. 761-8 doit être regardé comme ayant été abrogé par la loi du 4 juillet 1974 en tant qu'il subordonne à une telle condition la délivrance de la carte de journaliste professionnel ; que, dès lors, M. X... est fondé à soutenir que la décision de refus prise le 24 octobre 1980 par la commission supérieure, sur la base des dispositions précitées de l'article R. 761-8, est entachée d'excès de pouvoir et qu'elle doit, par suite, être annulée ;

annulation de la décision du 24 octobre 1980 ; rejet du surplus des conclusions de la requête .

Abstrats : 01-09-02 ACTES LEGISLATIFS ET ADMINISTRATIFS - DISPARITION DE L'ACTE - ABROGATION. -Abrogation implicite - Art. R.761-8 du code du travail, en tant qu'il subordonne l'octroi de la carte d'identité de journaliste professionnel à une condition de minimum de ressources.

54-01-02-01 PROCEDURE - INTRODUCTION DE L'INSTANCE - LIAISON DE L'INSTANCE - RECOURS ADMINISTRATIF PREALABLE -Caractère obligatoire - Refus d'octroi de la carte d'identité de journaliste professionnel par la commission du premier degré - Recours devant la commission supérieure.

53-01 PRESSE - REGIME JURIDIQUE DE LA PRESSE -Carte d'identité professionnelle des journalistes - [1] Conditions d'octroi [art. L.761-2 du code du travail résultant de la loi

du 4 juillet 1974] - Conditions relatives à un montant minimum de ressources - Absence.
[2] Refus d'octroi par la commission du premier degré - Recours devant la commission supérieure - Caractère obligatoire.

Résumé : 54-01-02-01, 53-01[2] Le recours formé devant la commission supérieure de la carte d'identité des journalistes professionnels contre la décision par laquelle la commission du premier degré a refusé le bénéfice du renouvellement d'une carte d'identité a le caractère d'un préalable obligatoire à la saisine du juge administratif. La décision de la commission supérieure se substitue à celle de la commission du premier degré qui doit être réputée avoir disparu. Irrecevabilité des conclusions dirigées contre une décision de la commission du premier degré.

01-09-02, 53-01[1] En substituant dans la définition du journaliste professionnel énoncée à l'article L.761-2 du code du travail tel qu'il résultait de la loi du 29 mars 1935 relative au statut professionnel des journalistes l'expression "qui en tire le principal de ses ressources" à l'expression "qui en tire le principal des ressources nécessaires à son existence", l'auteur de la loi du 4 juillet 1974 a entendu exclure de cette définition toute condition relative à un montant minimum de ressources. Par suite, l'article R.761-8 du même code doit être regardé comme ayant été abrogé par la loi du 4 juillet 1974 en tant qu'il subordonne à une telle condition la délivrance de la carte de journaliste professionnel.

Annexe 4

Contributions remises avant l'Etat des Lieux du 5 mai 2010

- **FreeLens et SAIF, note en date du 21 octobre 2009 : « Situation des photoreporters et crise en France de l'économie du photojournalisme- Réponse à la feuille de route de la DDM ».**
- **FNAPPI, note (sans les annexes) de février 2010 : « L'avenir des agences de presse photographiques et du photojournalisme en France »**
 - **« Propositions Saphir », en date du 25 mars 2010**
- **Saphir : note sociale sur les photojournalistes, en date du 31 mars 2010**
- **Accord du 10 mai 2007 « sur le traitement social des revenus complémentaires des journalistes reporters-photographes tirés de l'exploitation de leurs œuvres photographiques dans la presse »**
 - **Note de l'AGESSA, « Branche de la photographie – n°11 »**
 - **Statistiques communiquées par la CCIPJ**
 - **Statistiques communiquées par l'Observatoire des métiers de la presse**
- **Extrait du « Livre blanc sur l'usage abusif de la mention droits réservés », SNADI, 2009**
 - **Courrier du SPMI, en date du 27 janvier 2010**
 - **Avis du CSPLA en date du 10 avril 2008 sur les « œuvres orphelines »**
- **Conversation avec Jean-François Leroy ; Visa pour l'Image, Perpignan 2009**

Paris, le Mercredi 21 octobre 2009

Situation des photoreporters et crise en France de l'économie du photojournalisme – Réponses à la feuille de route de la DDM

Nous faisons suite à votre email du 2 octobre 2009 dans lequel vous proposiez à l'ensemble des acteurs du photojournalisme de présenter leurs observations relatives à l'évolution du modèle économique de la photographie de presse ces dernières années, les conséquences pour les droits des photographes et à l'évolution du rôle des agences.

Afin de garantir le caractère opérant de cette réflexion engagée, il est judicieux, comme l'a souligné Mme Franceschini lors de la réunion du 17 septembre 2009, de s'attacher aux problématiques partagées par l'ensemble des auteurs, des représentants d'auteurs et des agences et non à celles qui seraient susceptibles de les diviser remettant en cause la viabilité de ce processus. Aussi, s'inscrivant dans cette logique, FreeLens, l'UPC et la SAIF tiennent à rappeler qu'il serait malvenu dans ce cadre que soit remis en cause le statut des photoreporters (statut social, droit d'auteur) étant rappelé que celui-ci a déjà été mis à mal par deux fois ces deux dernières années.

Fort de ces considérations, le présent document a pour ambition de présenter un état des lieux de la situation professionnelle des photojournalistes, les causes de cette crise et enfin, les conséquences pour les droits patrimoniaux et moraux des photographes.

Voici la réponse des organisations et des représentations des photographes :

- **FreeLens (ancienne ANJRPC-FreeLens)** : Wilfrid Estève président, Carlos Muñoz-Yagüe vice-président, Lorenzo Virgili administrateur
 - **UPC, Union des Photographes Créateurs** : Frédéric Buxin président, Ghislain Gauthier juriste
 - **SAIF, Société des Auteurs des arts visuels et de l'Image Fixe**, Christian Chamourat président (également président de l'AGESSA), Olivier Brillanceau directeur général
-

1 / État des lieux.

Les photographes qui collaborent avec des supports de presse relèvent de deux statuts distincts. Il s'agit des photoreporters (salariés) et des photographes-auteurs (indépendants relevant de l'Agessa). Dans la grande majorité des cas, les photoreporters sont des pigistes qui collaborent à de nombreuses publications et gèrent eux-mêmes ou via des agences photographiques les ré-exploitations de leurs images (pour une part très importante de leurs revenus).

Les photoreporters bénéficient d'un double statut, d'auteur et de salarié, défini à la fois par le Code de la Propriété Intellectuelle, le Code du travail et la Convention Collective Nationale de travail des journalistes.

La loi du 12 juin 2009 *favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet* a profondément modifié les règles relatives à l'exploitation des œuvres des journalistes. Toutefois, en l'absence de l'entrée en vigueur d'un accord de branche déterminant un barème minimum de pège pour l'image fixe, le dispositif prévu par la loi n'est pas applicable (articles L. 132-41 et L. 132-45 du CPI).

Mais dans tous les cas, les photoreporters travaillant en France, sont tout à la fois des auteurs qui répondent à des commandes d'entreprises de presse ou fournissent à ces dernières des images non commandées provenant de leur production propre. Ils sont amenés ainsi à être des producteurs-auteurs engagés dans la prise de risque financière (matériel, frais de prises de vue), journalistique et artistique en prenant la responsabilité de choisir le sujet et de réaliser à leurs frais des reportages ou des séries d'images. Car les agences ne « *produisent* » plus que rarement dans la perspective d'une future vente. Les agences sont devenues principalement des banques d'images sur Internet.

A ce jour, la rémunération versée par le titre de presse au photographe couvre la première publication, toute nouvelle parution quel que soit son support devant donner lieu à une nouvelle autorisation et une nouvelle rémunération.

Pourtant, l'apparition de nouvelles formes d'exploitation (essentiellement liées aux supports numériques) a entraîné des demandes de cessions de droits de plus en plus larges sans contrepartie pour les photographes de presse, et de nature à remettre en cause la possibilité de ré-exploitations de leurs images et les revenus correspondants. On observe ainsi que de nombreux contrats prévoient une cession étendue aux supports multimédias et incluent aussi des produits dérivés (merchandising, publicité...), contre une rémunération forfaitaire et souvent définitive. De plus, certaines entreprises de presse, exigent de devenir « mandataire exclusif pour négocier et conclure des droits avec des tiers » dès la signature d'une commande, rôle habituellement dévolu aux agences. Ces pratiques restreignent considérablement les possibilités de revenus pour le photoreporter provenant de la ré-exploitation des images.

La rémunération des photographes de presse a fortement baissé ces dernières années, en raison de l'extension non rémunérée des domaines de l'utilisation des photographies mais aussi par la baisse constante du montant des pèges de publication depuis plus de quinze années et ce, dans la totalité des titres de presse. Cette baisse constante du montant des pèges a concerné tous les grands magazines, hebdomadaires et mensuels nationaux : Paris-Match, Le Figaro Magazine, L'Express, VSD, Le Point, Point de Vue, Elle, Marie-Claire, Géo, National Géographique France ... Dans certains cas avérés, le montant des pèges a été divisé par plus de 5 entre 1992 et 2009. Selon nos observations, la baisse moyenne depuis 10 ans est de l'ordre de 30 à 40%. A cet égard, une étude précise et chiffrée pourrait être engagée dans le cadre de nos travaux.

Dans le même temps, en raison de la généralisation de la photographie numérique, les frais des photographes n'ont cessé d'augmenter : investissement dans les boîtiers numériques, des logiciels et matériels informatiques, un accès à l'Internet haut débit. L'investissement du photographe est plus lourd et la périodicité de renouvellement du matériel a été divisée par trois, ces matériels devenant obsolètes au bout de quelques années (**Voir tableau en dernière page**).

La charge de travail, à la demande et sous la pression (quand ce n'est pas du « chantage à l'emploi ») des éditeurs, a fortement augmenté : le travail « d'édition », c'est à dire la sélection des images et d'indexation de celles-ci, n'est plus assuré en interne par le support de presse, mais par le photographe lui-même depuis son ordinateur personnel, chez lui. Le laboratoire argentique du passé n'existant plus, c'est le photoreporter que doit retoucher, modifier, mettre au format numérique demandé les photographies (à l'aide de logiciels photo qu'il a lui-même acquis). Cela représente un important travail de « post-production », inexistant 12 ans en arrière dans le flux quotidien de la production des reportages pour la presse. Aujourd'hui les heures de travail de l'ancien laboratoire ont été intégrées dans les heures de travail du photographe. Les photographes, collaborant ou associés aux agences, ont pu pendant quelques années déléguer ce travail aux rédacteurs des agences. Mais cela n'a eu qu'un temps, les agences s'écroulant sous la charge de travail. Leur impossibilité à faire payer ces

post-productions par les magazines et le surcoût de travail qui découle de cette situation sont parmi les causes des dépôts de bilan de certaines agences.

Les économies qui ont découlé du passage au numérique, pour les entreprises de presse, se sont ainsi en partie réalisées en déplaçant une part très importante des coûts de production vers les photoreporters, sans autre « contrepartie »... qu'une baisse généralisée des revenus.

De plus, la dégradation des relations contractuelles avec les éditeurs et les groupes de presse, observée ces dernières années, a conduit les photoreporters à diversifier leurs activités ; peu d'entre eux vivent exclusivement des parutions presse et beaucoup ont désormais des activités annexes (photographie de plateau, « corporate », communication, expositions, vente de tirages, commande institutionnelle et publicitaire).

Les reporters photographes exercent ainsi dans plusieurs secteurs économiques et dans divers univers de création afin de compenser l'érosion constante depuis 15 ans de leurs revenus. L'univers de la presse reste leur domaine de prédilection mais leurs contributions sont fréquentes dans l'édition, le monde culturel, les sites Internet ou le secteur de la communication, c'est à dire dans des secteurs «HORS PRESSE ». Cette situation a d'ailleurs des conséquences négatives sur les revenus des photographes exerçant leurs activités dans d'autres secteurs où ils subissent dès lors une concurrence accrue. L'érosion des revenus provenant de la presse a donc des conséquences négatives sur l'ensemble de la population des photographes professionnels.

Dans ce contexte d'activité diversifiée, le reporter photographe souffre qu'une partie parfois significative de ses revenus soit « *désocialisée* ». Ce constat est d'autant plus significatif pour ceux d'entre eux ayant une activité principale dans la presse et ne sont pas affiliés prestataires du régime des artistes auteurs (Agessa). Ils sont même tenus à l'écart du bénéfice de ce régime du seul fait de leur identité de journaliste.

Les entreprises de presse ont obtenu pendant plusieurs années des primes à la modernisation pour le passage au numérique : création d'un « fonds d'aide à la modernisation de la presse quotidienne et assimilée » en 1998, puis d'un fonds d'aide au développement des services en ligne des entreprises de presse » en 2004. La presse bénéficie en outre, d'aides indirectes de l'Etat, (tarifs postaux, taux réduit de TVA). Elle vient d'ailleurs d'obtenir des aides publiques supplémentaires à l'issue des Etats Généraux de la Presse. Les photoreporters indépendants ou collaborant avec les agences de presse, n'ont jamais bénéficié de ces aides à l'équipement. Et aucune rémunération supplémentaire des employeurs n'a jamais été versée à leurs collaborateurs pour le travail dans ce nouvel environnement numérique.

Depuis plus de dix ans, pourtant, FreeLens a demandé lors de précédentes réunions à la DDM, une prime ou une subvention directe ou indirecte à l'équipement numérique pour les photographes indépendants ou collaborant avec les agences, mais qui doivent financer l'acquisition ou le renouvellement régulier de leur matériel.

2 / Évolution du modèle économique de la photographie de presse et conséquences sur les droits des photographes.

Plusieurs pratiques participent dans un seul et même mouvement à la dévalorisation (ou perte de valeur pécuniaire) de la photographie. Pour nombre d'entre elles, ces pratiques sont nées dans le contexte de l'avènement de l'Internet et du haut débit. Paradoxalement ce merveilleux outil est aussi devenu la principale source du dérèglement économique de la photographie de presse, souvent sous le faux prétexte invoqué par les nouveaux acteurs de l'Internet qu'il n'existe pas de lois spécifiques sur les réseaux informatiques. En même temps que le développement anarchique du Web se réalisait, des nouveaux médias et outils d'information ont été développées par les nouveaux opérateurs

économiques du Web (sites communautaires, sites de micro stocks...) entraînant d'autant plus la banalisation et la dévalorisation économique des contenus, et particulièrement de la photographie.

Cette perte de valeur de la photographie est caractérisée par la publication de photographies gratuites (2.1), de photographies vendues à un prix dérisoire (2.2), par des pratiques contractuelles qui tendent à la baisse du prix de publication des photographies (2.3), ainsi que par d'autres évolutions économiques (2.4).

2.1 La publication de photographies gratuites :

- « DR » (Droits Réservés) :

- Depuis de nombreuses années, s'est développé, notamment dans la presse, un usage de publication d'œuvres avec la mention « DR » ou « droits réservés ». Cette pratique aurait dû être strictement réservée aux œuvres pour lesquelles il s'est avéré impossible d'identifier ou de retrouver l'auteur après des recherches sérieuses et avérées. Elle s'est au contraire imposée et connaît d'importantes et graves dérives, au préjudice de tous les photographes et notamment les photoreporters.
- Cette pratique, qui n'a aucune base légale, viole le droit moral de l'auteur (art. L.121-1 du CPI) puisque les publications se font sans l'indication du nom de l'auteur. Elle viole également ses droits patrimoniaux (L. 122.1 et suivants du CPI) puisque, l'autorisation expresse de l'auteur de reproduire ou de communiquer l'œuvre au public n'a pas été requise.
- Aujourd'hui généralisée, cette pratique est devenue une facilité de gestion éditoriale pour nombre d'utilisateurs. Il est devenu plus facile d'attendre que l'auteur se manifeste après publication que d'engager des recherches pour le retrouver, voire dans de nombreux cas, de le contacter alors qu'il est connu ; d'autant plus que les « droits réservés » constituent un contenu éditorial gratuit.
- Nos organisations ont constaté une tendance croissante de la presse magazine à illustrer ses articles, sans travail iconographique (économie de temps et de coût), avec des photographies trouvées sur Internet en utilisant des moteurs de recherches (tel Google Images) puis publiées sous la mention « Droits réservés ».

Conséquences pour les photoreporters :

- Développement des contenus éditoriaux gratuits,
- Absence de rémunération due pour l'exploitation de leurs images publiées en « DR »,
- Concurrence déloyale à l'égard des auteurs identifiables, du fait de la gratuité de ces usages,
- Perte de valeur de la photographie publiée dans la presse.

Nos organisations ont depuis 2007 proposé une réforme législative visant à l'instauration d'une gestion collective obligatoire pour les œuvres orphelines. Cette solution est identique à celle préconisée par le Conseil Supérieur de la Propriété Littéraire et Artistique (CSPLA) dans un avis adopté à l'unanimité le 10 avril 2008.

- L'appel aux amateurs ou aux « contributions citoyennes » :

- Développement inquiétant de pratiques par lesquels certains éditeurs de presse sollicitent les amateurs pour obtenir des contenus gratuits (appels à témoins, concours, ...).
- De nouveaux opérateurs économiques du web (fotolia, flick'r, citizenside) ont construit leur modèle économique sur la commercialisation des contributions massives des amateurs. Les amateurs, séduits par l'optique d'être diffusés et n'étant pas soumis aux mêmes réalités économiques que le professionnel, cèdent leurs droits sur leurs photographies sans contrepartie ou pour une contrepartie dérisoire.

Conséquences pour les photoreporters :

- Concurrence déloyale à l'égard des photoreporters, du fait de la gratuité de ces pratiques
- Développement des contenus éditoriaux gratuits ou à vils prix,
- Perte de valeur de la photographie publiée dans la presse,
- Problèmes de déontologie quant à la fiabilité des sources.

2.2 La publication de photographies vendues à un prix dérisoire

Les éditeurs de presse ont de plus en plus recours à la publication de photographies dites « libres de droits » acquises à des prix dérisoires (1 euro, voire moins).

Le « libre de droits » s'est développé sous l'impulsion des sites Internet dits de « micro stocks » et de certaines agences en ligne qui développent des activités de ventes de photographies dites « libres de droits » à côté de leurs activités de ventes de photographies dites « en droits gérés ».

Cette notion, utilisée comme une appellation commerciale et publicitaire, signifie que les droits de propriété intellectuelle relatifs aux œuvres protégées ont pris fin, en contrepartie du seul acte de paiement (forfait) et sans qu'il soit nécessaire de connaître la destination et l'étendue des utilisations qui seront faites de l'œuvre.

L'expression « *libre de droits* » est en elle-même fautive de la part de professionnels, car aucune norme n'autorise l'usage d'une appellation qui en elle-même remet en cause l'existence des droits de propriété intellectuelle. Cette notion est de surcroît illégale au regard des articles L.131-3 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

De plus, le professionnel co-contractant de l'opérateur en ligne qui lui vend des photographies « *libres de droits* » engage, selon nous, sa responsabilité s'il ne vérifie pas la régularité de la cession des droits. La jurisprudence est nettement favorable aux auteurs sur ce point. Ainsi, le professionnel commet une faute si la cession des droits lui est garantie dans des conditions qui auraient dû lui apparaître suspectes (cf. arrêt de la Cour de Cassation, Chambre Criminelle, 18 juin 2002). Par conséquent, il nous semble évident qu'un éditeur de presse, en tant que professionnel évoluant dans un secteur confronté en permanence au respect des droits de propriété intellectuelle, est en situation d'engager directement sa responsabilité en publiant des photos commercialisées « *libre de droits* » par des opérateurs en ligne.

En outre, toute vente sans prix déterminé ou toute vente dont le prix n'est pas « *réel et sérieux* », ce qui est le cas selon nous lorsque le prix de cession des droits sur une photographie est de 1 euro ou moins, peut être sanctionnée sur le fondement de l'article 1591 du Code civil.

Conséquences pour les photoreporters :

- Concurrence déloyale avec les photographes qui, eux, tentent de commercialiser leurs photographies dans le respect du code de la propriété intellectuelle et du code civil,
- Certains micro stocks et certaines agences ont progressivement tiré les prix vers le bas en fondant leur modèle économique sur le volume au détriment de la qualité et du maintien de prix convenables,
- Les photographes, qui touchent un pourcentage (autour de 50%) de la rémunération perçue par ces opérateurs en ligne, voient leurs revenus diminuer significativement.
- Perte de valeur de la photographie publiée dans la presse.

2.3 Des pratiques contractuelles qui tendent à la baisse du prix de publication des photographies :

- Les contrats léonins :

- Les éditeurs de presse imposent de plus en plus fréquemment des contrats par lesquels le photoreporter est amené à céder forfaitairement et globalement ses droits. La cession du droit de reproduction pour la seule première publication est devenue l'exception, alors qu'elle était la règle il y a une dizaine d'années.
- Ces pratiques violent souvent le principe de délimitation de la cession quant à son étendue et sa destination (art. L.131-3 du CPI) et le principe de rémunération proportionnelle (art.L.131-4 du CPI).

Conséquences pour les photoreporters :

- Pertes de revenus pour le photographe : pas ou peu de rémunération pour la « reprise sur le site Internet » et pour la « repasse »,
- Les éditeurs deviennent titulaires des droits, constituent des fonds iconographiques et se substituent aux agences ; ces dernières en subissent de graves conséquences économiques et les photographes perdent leur liberté de choix du mandataire chargé de la revente de leurs images,
- Perte de la valeur de la photographie publiée dans la presse,

- Les pratiques commerciales des agences :

- Distribution par des agences filaires (AFP) de leurs fonds d'archives et de fonds d'agences d'illustration remettant en cause l'activité historique (le « fil info ») des agences filaires.
- Dans le contexte de la dévalorisation de la photographie ci-dessus exposé, les agences non filaires sont souvent contraintes de pratiquer des forfaits et abonnements avec les éditeurs de presse. En contrepartie d'une somme forfaitaire, les éditeurs peuvent choisir toutes les photos qu'ils désirent.
Cette pratique est souvent en contradiction avec le principe de rémunération proportionnelle (art. L.131-4 du CPI).
- Signatures de contrats entre des magazines et certaines agences qui prévoient que les œuvres commandées par un magazine ne peuvent être distribuées par une autre agence que celle partie au contrat.

Conséquences pour les photoreporters

- Pertes de revenus pour le photographe car ceux-ci ne sont plus fonction du nombre effectif de publications, mais deviennent des forfaits,
- Perte de la valeur de la photographie publiée dans la presse,
- Mise en danger de l'équilibre économique fragile des agences non-filaires.

2.4 Autres évolutions économiques :

- La modification des logiques économiques au sein des groupes de presse :

- Les entreprises de presse sont aujourd'hui dirigées par des directions financières et non plus par des rédactions ; elles appliquent une logique financière au mépris de la qualité de l'information et du droit à l'information.
- De nouvelles rubriques se développent dans les magazines laissant plus de place aux portraits et à l'illustration aux dépens du reportage. Les agences ont suivi la tendance en désertant le terrain éditorial.

Conséquences pour les photoreporters :

- Baisse des budgets photos dans les titres de presse,
- Baisse des commandes,
- Baisse de la rémunération des photoreporters.

Depuis 10 ans et depuis la mutation technologique vers le matériel de prises de vues numérique, de gestion et d'envoi informatique, les investissements des photographes de presse (qui n'ont jamais été pris financièrement en charge par les employeurs) sont en constante augmentation

l'investissement de base pour un photjournaliste débutant et pour les 3 premières années d'activités avec 1 seul boîtier (alors que souvent il faut 2 boîtiers) avec un ordinateur portable et un ordinateur de bureau = 14 430,00 euros.

Et la moyenne des photographes de presse n'arrive pas à une moyenne de 2 500,00 euros net par mois HORS INVESTISSEMENT de = 14 430,00 euros.....

boîtier numérique de base	optiques complètes soit au moins 2 zooms ou 5 objectifs fixes	2 flashes	cartes mémoire pro (au moins 14 G° de mémoire)	imprimante photo	ordinateur fixe (grand écran pour traitement image et travail de transmission sur le réseau et de bureautique)	ordinateur portable (indispensable en reportage)	logiciels photo (traitement image) retouche et traitement d'images, catalogueur d'images et appli FTP, traitement de texte et boîte mail	abonnement Internet (envoi des images) par mois 30 €, soit 360€ par an et 1080 € sur 3 ans	disques dur externes, sauvegarde et archivage des images (au moins 4 avec un taux de renouvellement de 1 disque en fin de vie à changer par an)	TOTAL
2 500,00 €	3 000,00 €	800,00 €	250,00 €	300,00 €	2 500,00 €	1 500,00 €	2 000,00 €	1 080,00 €	500,00 €	14 430,00 €

taux moyen de renouvellement du matériel de prises de vue (boîtier) : 36 mois

taux moyen de renouvellement du matériel informatique : 36 à 48 mois

la maintenance, la mise à jour des équipements tant matériel que logiciel, la formation continue :sont à la charge exclusive des photoreporters

les économies sur investissement en matériel dont les entreprises de presse (magazines, quotidiens et agences de photo et de presse) BÉNÉFICIENT, sans contrepartie sont donc de près de 14 430,00 euros par photographe collaborateur « externe »

Wilfrid Estève,
Président de FreeLens

Olivier Brillanceau,
Directeur général de la SAIF

Frédéric Buxin,
Président de l'UPC

- Une banalisation de la photographie sur Internet qui a permis le développement spectaculaire de nouveaux opérateurs économiques de la photographie

- la banalisation de la photographie sur Internet, tient à la facilité de copier, extraire, capter, reproduire, agrandir et régénérer des pixels, retoucher, un fichier image. Cette banalité technique a moins de 15 ans et a entraîné la chute du marché de l'image d'information et d'illustration dans la presse. Ce processus est paradoxalement en contradiction avec l'intérêt grandissant du public et des galeries pour la photographie de presse, humanitariste et documentariste.

- les moteurs de recherches d'images, les fournisseurs d'accès à internet, les sites communautaires, les sites culturels, les sites agrégateurs de contenus, les blogs personnels, sont autant d'espaces de dimensions économiques ou technologiques très disparates, mais qui tous reproduisent et mettent à disposition des images qui ne leurs appartiennent pas, la plupart du temps sans autorisation, ni rémunération des photographes. Pourtant tous prétendent offrir un « service » gratuit pour l'internaute tout en se défendant d'abuser de cette situation. Ils offrent la possibilité de regarder et de copier sans faire payer. Cette captation de valeur a permis aux moteurs de recherches et aux sites agrégateurs d'enrichir les entreprises qui les gèrent et de faire croître de façon exponentielle leur capitalisation boursière. Le seul perdant est aujourd'hui le photographe créateur ...

Pièces jointes : éléments de réflexions et documents auxquels les personnes et organisations précitées ont participé

- Les photojournalistes : une espèce menacée en Europe par David Mc Cairley édité par Nick Mc Gowan juin 2009 Fédération Européenne des Journalistes
 - Livre Blanc pour la relance de la politique culturelle Propriété Intellectuelle – 2007-
 - Pacte pour la relance de la politique culturelle – Pacte culturel – 2007
- et les forums et articles des dix dernières années sur
<http://www.photojournalisme.fr/>
<http://www.upc.fr/>



L'AVENIR DES AGENCES DE PRESSE
PHOTOGRAPHIQUES
ET DU
PHOTOJOURNALISME EN FRANCE

**Contribution consolidée
et rédigée par la FNAPPI,
après consultation de ses
adhérents**

Février 2010

PREAMBULE

SITUATION DES AGENCES DE PRESSE PHOTOGRAPHIQUES EN FRANCE

Les Agences de presse photographiques, comme la presse en général, sont confrontées à une crise mondiale sans précédent. Récession du marché publicitaire pour les entreprises de Presse, très forte concurrence internationale pour les agences avec, entre autres, celle des fonds photographiques qui se constituent à l'étranger et qui sont à disposition des clients en temps réel via les réseaux numériques.

A ces difficultés s'ajoutent des spécificités françaises telles que les redressements URSSAF par assimilation des photographes indépendants en journalistes salariés et les procès prud'homaux, ou autres, visant notamment à contester aux employeurs tout droit de propriété matérielle ou immatérielle sur les fonds photographiques constitués par leurs collaborateurs salariés.

Cette situation est d'autant plus préjudiciable et inéquitable que les Agences de presse photographiques ont réalisé des efforts notables pour engager les photographes dans le cadre de contrats de travail à durée indéterminée.

Ces efforts sont mis en péril par :

- une interprétation toujours plus contraignante du Code la Propriété Intellectuelle en ce qui concerne la détention par les Agences de la propriété (matérielle et immatérielle) de leur production, alors qu'il serait logique et équitable que cette propriété leur soit reconnue car constituant la contrepartie du salaire versé et l'objet même du contrat de travail (1)
- et
- une application sans distinction du régime du salariat même en l'absence de lien de subordination (1)

De fait, les Agences de presse photographiques françaises rencontrant des difficultés financières sont proportionnellement très nombreuses. Exercer ce métier en France est aujourd'hui très pénalisant et demain probablement impossible si la situation actuelle se perpétue.

En effet, pour les Agences de presse en France, tous les schémas sont pénalisants.

Celles qui travaillent avec des photographes journalistes indépendants se voient souvent obligées de les intégrer et sont lourdement redressées à la suite de contrôles URSSAF.

Celles qui ont choisi d'employer des journalistes salariés se heurtent régulièrement à des demandes de certains de leurs collaborateurs qui au mépris des stipulations de leur contrat de travail contestent le droit d'exploitation des photos produites sans versement d'un pourcentage des ventes, en particulier après leur départ de l'entreprise. Pourtant rien de tel n'existe en Espagne, en Italie, en Grande Bretagne, etc...

Les Agences voient ainsi apparaître de nouveaux passifs et constatent que ce qui pouvait constituer un actif (les archives) s'avère contesté et source de litiges :

- demande d'indemnisation pour perte d'originaux,
- demande de sommes complémentaires pour poursuivre l'exploitation des archives à la fin du contrat de travail,
- demande de sommes rétroactives pour variable sur les ventes non prévu dans le contrat de travail et donc non versé (l'auteur en sus de son salaire devrait toujours toucher un pourcentage des ventes de son œuvre),
- etc...

Il faut que les Agences de presse françaises puissent fonctionner dans un environnement juridique et social sécurisé et au moins équivalent à leurs concurrentes étrangères.

Ceci implique à minima de :

- une restauration de la compétitivité des Agences françaises en harmonisant leurs contraintes et charges avec celles de leurs concurrents étrangers ;
- une protection juridique appropriée des droits de la propriété intellectuelle pour permettre un rendement satisfaisant de l'investissement, et notamment en ce qui concerne la contrepartie du résultat du travail des salariés qui constitue l'objet de leur contrat de travail et pour lequel ils sont rémunérés ;
- le maintien d'un juste équilibre en matière de droits et d'intérêts entre les différentes catégories de titulaires de droits.

(1) Voir Annexe I: Agences de Presse Photographiques, problèmes posés par la création salariée et non salariée propositions et recommandations

I - Le modèle économique de la photographie de presse et sa problématique actuelle

L'objet de cette contribution est avant tout de dépeindre la situation actuelle des agences de presse photographique à travers leurs spécificités et leur évolution liée à leur environnement économique, juridique et social.

1 - Spécificités du rôle des agences de presse photographique dans le paysage des médias.

Les agences de presse photographique et d'information ont un rôle de couverture de l'actualité exhaustive et généraliste ou spécialisée sur certains secteurs (sport, économie, célébrités). Leur travail se fait essentiellement « en spéculation » : l'agence produit entièrement à ses frais des reportages photos et les propose ensuite sur le marché. A l'époque du mythique « Age d'or du photojournalisme » une grande partie des ressources des agences provenaient des commandes faites par les hebdomadaires du monde entier, qui prenaient en charge en amont les frais du photographe et en aval la valeur des parutions évaluées en garantie à des prix de cession très largement supérieurs aux barèmes de références fixant les droits de cession en fonction de l'espace réservé au document publié. Ce type de fonctionnement n'existe plus aujourd'hui ou est, pour le moins, rarissime.

Ce sont les agences et les photographes indépendants qui, de nos jours, assument seuls les charges de production et les risques (dont celui de ne pas récupérer les coûts de production du reportage) et permettent ainsi au secteur de la presse magazine de disposer sans aucun engagement financier d'un choix riche et fourni d'images sur tous les sujets susceptibles d'être traités dans leurs pages.

Suite aux dispositions de la loi Cressart, et à leur possible opposition aux agences de presse, même si l'Article L7112-1 ne mentionne que les entreprises de presse, les agences ont dû salarier leurs collaborateurs réguliers (Voir Annexe I). Les coûts salariaux sont devenus de loin la charge la plus importante des agences, qui ont « de facto » une responsabilité sociale importante : faire vivre le métier de photoreporter. De cause à effet, il y a lieu de constater que le secteur n'embauche plus et que la moyenne d'âge des photographes salariés augmente, les jeunes postulants restent donc à l'écart des postes stables.

Par ailleurs, les agences de par leur rôle de couverture multi spécialisée de l'actualité et de proposition de styles et de regards multiples ont aussi un rôle de distributeur des photographes indépendants. Ceux-ci réalisent leur sujet seul, sans lien de subordination et trouvent dans leur collaboration avec les agences, qui deviennent leurs mandants, le moyen indispensable de commercialiser leurs photos aussi bien d'actualité que d'archive avec le risque pour l'entreprise de voir cette relation contractuelle requalifiée en CDI (cf. Annexe I).

Pour mémoire, la situation des photographes, depuis longtemps ballotés entre le statut de reporter photographe salarié prévu par l'Article L7112-1 du CT et celui d'auteur a donné lieu fin 1992 à de nombreuses discussions entre syndicats représentatifs des journalistes et organisations patronales, à une concertation organisée par les Pouvoirs Publics, au vote par le Parlement d'une disposition complétant l'Article L382-1 du Code de la Sécurité Sociale créant obligation de la définition par les partenaires sociaux d'un droit complémentaire assujéti au régime social des auteurs (AGESSA). Après quatorze ans de négociations, un accord a été signé, le 10 Mai 2007, entre certes la totalité des syndicats représentatifs des journalistes, mais pour les organisations patronales représentatives des agences de presse photographiques seulement par la FNAPPI.

Les agences ont donc – il y a lieu de le souligner – un rôle doublement social : faire vivre de nombreux photographes indépendants en plus de leurs salariés et un rôle créatif et éditorial : assurer un flux continu et varié d'informations photographiques à l'ensemble du secteur des médias.

Au-delà de la fourniture aux publications de sujets photographiques structurés et édités, l'Agence apporte aussi et garantit aux magazines d'autres services et prestations d'importance :

- la constitution de bases d'archives sur lesquelles nous reviendrons,
- le travail quotidien de ses documentalistes iconographes qui effectuent leurs recherches certes dans les bases numériques, mais aussi argentiques pour répondre aux demandes des services photos.

Ces prestations ne sont pas facturées aux supports, contrairement à ce qui se passe dans les autres pays (Allemagne, Grande Bretagne, USA...) et représentent des coûts salariaux importants pour les entreprises « agences de presse » qui sont réputées inclure ces frais dans les droits de cession des photos sélectionnées et publiées.

Or, une même recherche documentaire est demandée par un magazine en même temps à plusieurs agences, aussi la probabilité pour chaque agence que ses photos soient retenues est donc très aléatoire.

Par ailleurs, les contraintes économiques auxquelles sont soumises les rédactions et une multiplication des sources ont généré une baisse vertigineuse des prix de cession qui n'inclut donc plus la rémunération de la constitution de bases d'archives et les frais de recherches.

Le risque est que ces services réalisés et rendus par les agences (et les postes de salariés qui les assurent) disparaissent ; les magazines devront alors eux-mêmes assumer ces recherches, alors que leurs effectifs, naguère plutôt pléthoriques sont en diminution constante, diminution n'ayant d'ailleurs été possible que par une externalisation du travail de recherches dans les agences.

2 - Un marché en crise

Le marché subit actuellement une guerre des prix sans précédent due à l'action conjuguée des difficultés économiques de la presse et de l'hyper concurrence, elle-même conséquence de la mondialisation des agences photographiques, parmi lesquelles les agences filaires dont l'AFP qui diffusent, entre autres, GETTY et CITIZEN SIDE, site de photos amateurs, dont l'AFP est actionnaire.

Jamais les besoins en photographie n'ont été si élevés, les utilisations si variées (entre médias traditionnels, nouveaux médias, secteur de la communication) mais en parallèle il y a lieu de constater une vraie « dévaluation » ou perte de valeur de la photo : à la fois perçue et réelle dans les transactions commerciales. Ainsi les prix moyens de cessions de droit à la presse ont baissé de 50% en 5 ans, avec une incontestable accélération depuis début 2009 (-25% sur les six premiers mois de l'année par rapport à l'année précédente). Une des réponses est pour les agences d'obtenir de leurs clients une garantie de volume en échange des baisses des prix exigées. D'où les nouvelles politiques tarifaires au forfait, qui réduisent, pour certains magazines, le nombre de fournisseurs photos et déstabilisent le marché. Mais ce ne sont là que la conséquence et non la cause du problème de la baisse des prix.

Les agences filaires (REUTERS, AFP) ont une forte responsabilité dans la « surproduction » globale des photos dans la concurrence effrénée et la baisse des prix. Elles ont quitté leur pré carré initial qu'était la presse quotidienne pour venir concurrencer les agences photos historiques sur leurs marchés presse magazine, y compris en investissant les secteurs du showbiz, de

l'illustration et de la commande corporate ; ce qui ne correspond plus à leur mission initiale d'information.

Ainsi REUTERS qui réalise l'essentiel de son chiffre d'affaires par la fourniture d'informations financières au secteur bancaire et qui a vu son statut d'agence de presse confirmé pour raison politique peut facturer ses prestations à un taux de TVA réduit (5.5 %). Avantage incontestable pour cette entreprise qui, sans contrainte financière, se met en concurrence avec les agences de presse photographique françaises.

Quant à l'AFP, la concurrence qu'elle inflige aux autres agences de presse française ne peut être qualifiée que de déloyale, dès lors que les moyens dont elle dispose, faussent totalement le jeu concurrentiel. Bénéficiant de 110 M€ d'abonnements payés par l'Etat, elle fait appel aux finances publiques pour développer ses bases numériques et l'ensemble de ses outils informatiques. Elle fait de plus profiter de ses moyens considérables l'agence américaine GETTY dont elle distribue les photos.

Le soutien exclusif de l'Etat français doit-il conduire à sacrifier les agences historiques qui ont créé le photojournalisme ? Quelle pluralité à terme dans la bataille de la fabrication de l'info (donc la défense de la démocratie et la formation des opinions publiques) si on laisse ce rôle uniquement aux méga agences anglo-saxonnes (REUTERS, GETTY, AP) et à une AFP subventionnée ?

Autres concurrences qui viennent détruire la valeur du marché de la photo : celle du gratuit, derrière le faux nez que constitue la mention DR. Cette mention Droits Réservés recouvre trois types de documents :

- les photos dites orphelines dont le manque de traçabilité ne permet pas de retrouver l'auteur,
- les photos dont l'auteur et le diffuseur souhaitent ne pas être mentionnés pour éviter toute procédure judiciaire à leur encontre,
- les photos proposées gratuitement au titre de la promotion d'une émission de télévision, d'un film ou de toute autre marque commerciale souhaitant sensibiliser les médias en dehors de toute annonce publicitaire ou concomitamment à celles-ci.

L'utilisation, à notre sens abusive, des images de promotion donc proposées sans droit de cession représentent pour de nombreuses publications un moyen, loin d'être négligeable, d'illustrer leurs pages sans charge économique.

L'hypothèse d'une utilisation intentionnelle de la mention DR par les publications pour priver les photojournalistes de leurs droits tant moraux que matériels ne saurait cependant être retenue comme l'ont affirmée certains, mais l'incidence budgétaire est néanmoins évidente.

Ainsi, et à titre d'exemple : les quatre numéros de TELERAMA publiés en Octobre étaient illustrés par 1081 images, soit par numéro dans l'ordre de leur parution : 255 + 282 + 269 + 275. Parmi celles-ci 578 vignettes, 57 quarts de page, 12 demies page, 1 pleine page étaient crédités DR, soit 678 images. Par ailleurs, 41 vignettes, 46 quarts de page, 12 demies page, 1 pleine page étaient mal créditées ou sans nom de leur auteur, soit 100 images (Source SNADI).

A cette utilisation inacceptable du DR, s'ajoute celle des bases de données en ligne type FOTOLIA qui proposent des droits de cession photographiques à partir de 1 Euro et même à 0.14 centimes d'Euro dans le cadre de contrats quantitatifs. Certes ces photos sont essentiellement de l'illustration et non pas du photojournalisme, mais c'est encore un secteur d'activité entier qui disparaît alors qu'il assurait des revenus additionnels aux agences.

De plus il convient de comprendre comment des photos peuvent être commercialisées à des prix aussi bas, la raison est simple :

Une production délocalisée qui ne dit pas son nom. Si le « plombier polonais » reste un fantasme dans beaucoup de secteur, il est bien à l'œuvre pour alimenter ces bases de photos sur internet, où la rétribution du photographe, même à 50 centimes d'Euro par image vendue, lui fournira une rémunération non négligeable par rapport au salaire moyen de son pays de résidence et sera exemptée de toute charge sociale.

3 - Un environnement juridique souvent incohérent et très pénalisant.

Le Code de la Propriété Intellectuelle (CPI), le Code du Travail (CT), le Code de la Sécurité Sociale (CSS) forment un faisceau d'obligations légales souvent contradictoires ne tenant pas compte des spécificités de la photo au sein du secteur des agences de presse photographiques disposition qui de plus pénalisent les entreprises françaises par rapport à leurs concurrents étrangers opérant cependant et aussi en France (voir développement en Annexes I et II).

A) Comme nous l'avons vu précédemment, la couverture en temps réel dans tous les secteurs de l'info et partout dans le monde exige de pouvoir diffuser la production de photographes indépendants. C'est aussi pour eux une composante indispensable pour se constituer une rémunération décente de leur travail. Mais la loi Cressat induit une présomption de salariat qu'une jurisprudence constante oppose aux agences qui doivent donc la combattre sur le plan judiciaire et crée ainsi un vrai handicap d'où découle une insécurité juridique générant de cause à effet une fragilité économique (dysfonctionnement, confusion, risques, coûts juridiques). Combattre une présomption de salariat peut coûter cinq ans de procédure (cf. l'affaire Gastaud contre Sipa Press). Par prudence, beaucoup d'agences ont accepté d'assujettir les rémunérations des journalistes reporters photographes au régime général de la sécurité sociale, mais à nouveau cela renforce la présomption de salariat. (Cette problématique est longuement étudiée en Annexe I, document réactualisé qui avait été transmis aux Pouvoirs Publics en 2002).

B) Les agences sont, aujourd'hui encore, seules garantes de la constitution et de la conservation des images qui écrivent chaque jour la mémoire collective. Si chaque titulaire du droit moral devait seul conserver ses fonds, ce serait la dispersion. Au-delà des salaires, les agences prennent donc en compte la totalité des coûts de production et de préservation des photographies. Elles ont étudié et formalisé des contrats de travail en y incluant des clauses de cession des droits patrimoniaux conformes au CPI (définition des supports d'exploitation, de la durée, de l'étendue, rémunération proportionnelle aux ventes). Néanmoins, la cession des droits patrimoniaux n'est pas totalement sécurisée puisque le CPI dispose que « Toute cession d'œuvre future est nulle ». Les agences de presse françaises sont ainsi les seules entreprises au monde à n'avoir aucune garantie d'exploitation du travail réalisé par ses salariés.

C) L'obligation de rémunération proportionnelle, liée au CPI, est lourde de conséquence : de fait elle interdit aux agences qui la respectent toute cession aux nouveaux médias (internet, mobiles) qui exigent une exploitation libre d'un fil ou d'une base photo, ce que par contre les agences filaires s'autorisent parfaitement. Là encore nous constatons « deux poids deux mesures » en France : les filaires comme l'AFP, désormais en concurrence frontale avec les agences historiques sur le marché de la presse magazine, achètent sans risque la totalité des droits patrimoniaux d'un pigiste sans le rémunérer proportionnellement aux utilisations. Les agences photos historiques sont elles toujours dans l'obligation de garantir la traçabilité de toutes les utilisations des photos vendues et la rémunération proportionnelle des auteurs pour chaque utilisation.

D) Les fonds argentiques, alors qu'ils devraient constituer un actif et un patrimoine, non seulement coûtent cher aux agences mais représentent des risques juridiques importants :

- Leurs coûts de conservation (coût immobilier des surfaces occupées, salaires des archivistes) et d'exploitation, sachant que seule la numérisation des photos argentiques et leur indexation dans les bases numériques permet une réelle exploitation commerciale, sont de plus en plus difficiles à supporter. On estime que le coût moyen complet de numérisation d'une image argentique (comprenant l'édition, le scan, la retouche, l'indexation appropriée) se situe au moins à 4 Euros. De cause à effet, les agences qui disposent de fonds argentiques importants en volume et en qualité n'ont aujourd'hui pas les moyens de rentabiliser ces fonds. Ainsi l'agence Sipa Press estime que sur les 20 millions d'images argentiques qu'elle détient en archives seules 600 000 ont été numérisées.
- Ces fonds sont constitués en grande partie de photos déposées par des reporters photographes indépendants qui confiaient leur production aux agences pour être commercialisée. Or, l'usage à l'époque qui prévalait était un accord oral. Aucun bon de dépôt précis était réellement édité et les auteurs pouvaient également librement récupérer leurs images. Cette absence de formalisme est aujourd'hui prétexte à l'ouverture de plus en plus de procès de la part de photographes à l'encontre des agences aux motifs de contrefaçon ou pertes de photos alléguées. L'appât du gain qui motive la plupart du temps ces actions peut tout simplement causer la perte des agences et aboutir à une totale dispersion voire destruction des fonds historiques.

II - Les conséquences économiques et juridiques

1 - Une menace sur les agences françaises qui font travailler des photographes salariés permanents.

Le droit moral est inaliénable, le droit patrimonial est théoriquement cessible si on respecte les conditions prévues au Code de la Propriété Intellectuelle n'était cette clause « toute cession d'œuvre future est nulle ». Cet Article fait peser un risque juridique insupportable sur les contrats de travail entre les agences et les photographes salariés de ces agences. Ces dernières financent intégralement le travail des photographes (salaires, charges, frais de reportages, matériel photographique), ajoutent à la rémunération fixe des photographes salariés une rémunération variable égale à un pourcentage sur toutes les ventes réalisées et par ailleurs assurent un important travail de pré et de post production (voir ci-dessus) :

- En amont de la prise de vue, les demandes d'accréditations, l'organisation matérielle des déplacements et des séances photos ;
- En aval, l'editing, le travail de rédaction, des légendes et des textes, l'indexation, la mise en ligne sur les bases numériques.

La contrepartie de cet investissement et de la contribution collective de l'agence devrait être la sécurisation de la cession des droits patrimoniaux des photos des photographes salariés.

Dans ce cadre, les intérêts des agences et des photographes ne sont pas divergents : seules les agences françaises peuvent offrir aux reporters photographes la sécurité et les conditions matérielles propices à exercer leurs talents tout en respectant leur droit moral et en les intéressant à toutes les exploitations sur tous les supports et dans tous les pays.

2 - Les droits patrimoniaux et les archives

Pour que les photographes bénéficient des droits patrimoniaux de leurs photos, encore faut-il que ces photos soient accessibles aux médias et autres acteurs du marché, donc répertoriées dans des bases numérisées accessibles par internet. Les coûts d'entretien et d'alimentation de ces bases de photos d'actualité sont tels que seules des structures comme les agences de presse photographique peuvent en supporter le coût.

Une fois encore, les intérêts des photographes et ceux des agences sont intimement associés et militent pour une sécurisation juridique de l'activité des agences qui se conforment aux règles du CPI.

3 - Faire cesser le « deux poids deux mesures »

On a vu que les nouveaux médias (internet, mobiles) exigent une utilisation des photos parfois incompatible avec l'exigence de traçabilité de chaque utilisation inhérente au CPI. Si les agences filaires peuvent s'exonérer de cette obligation, il est indispensable que les agences de presse photographiques aient la même latitude ou alors appliquer l'orthodoxie du CPI à tous les acteurs du marché et pas seulement à ses éléments les plus vulnérables.

III - Comment faire évoluer le rôle des agences

Si on réussit à sauver ce secteur aujourd'hui fortement sinistré, le rôle des agences devrait être renforcé dans trois domaines :

- 1) La couverture des événements en spéculation pour tous les médias et la production d'un flux d'informations riche et varié, assurant la pluralité et la qualité des sources.
- 2) La survie du photojournalisme en France. Seules les agences peuvent permettre à un nombre important de photoreporters de vivre de leur travail, soit en étant salariés, soit en confiant la distribution de leurs images dans le cadre d'un contrat de mandat.
- 3) La constitution d'une mémoire vivante de l'histoire contemporaine. Nous avons déjà abordé les coûts financiers et les risques juridiques associés aux archives photographiques.

RECOMMANDATIONS

I - Clarifier la relation avec les photographes indépendants

Nous proposons deux voies cumulatives de clarification de la relation avec les photographes indépendants :

- Créer un statut du photographe journaliste indépendant ;
- Définir le lien de subordination ;

a) Création d'un statut du photographe journaliste indépendant

Sans remettre en cause le statut de journaliste, il faudrait garantir un statut social du photographe journaliste indépendant travaillant avec une ou plusieurs Agences de presse.

Ce statut devrait pouvoir être choisi librement par le photographe. Par construction, un journaliste ayant choisi ce statut de photographe indépendant serait présumé n'avoir aucun lien de subordination avec l'agence et conserverait la totale propriété de ses photographies.

Le choix de ce statut qui exclut un lien de subordination serait incompatible avec celui de photographe salarié qui resterait le seul statut possible pour qu'une entreprise de presse ou une agence fasse travailler régulièrement un photographe.

Cette clarification passe notamment par une instruction claire concernant le régime d'assujettissement des sommes versées au journaliste reporter photographe indépendant titulaire de la carte de presse : soit le régime des auteurs, soit, comme pour les salariés, une combinaison du régime général de la Sécurité Sociale (hors ASSEDIC) pour les photos de moins de deux ans et du régime du droit d'auteur pour les photos de plus de deux ans. Dans ce dernier cas, il faudrait officialiser l'attestation de cotisation, qui malheureusement est trop souvent remplacée indûment par une fiche de paie, établissant alors une présomption de salariat.

b) Définition du lien de subordination

Sans revenir sur les acquis sociaux, nous proposons d'ajouter à la loi un article définissant pour notre profession les critères du lien de subordination.

II - Prise en compte des Agences de photojournalisme dans l'évolution du statut de l'AFP

La prise en compte du secteur des agences de photojournalisme en France dans la réflexion sur l'évolution du statut de l'AFP. Il convient de trouver des compensations pour ce secteur qui doit faire face à une concurrence déloyale alimentée par les subsides de l'Etat.

III - Conservation des archives du photojournalisme

La conservation des archives du photojournalisme et leur enrichissement quotidien est un enjeu qui dépasse les entreprises actuellement dépositaires de ces fonds. Aussi nous préconisons la création d'une structure d'accueil mutualisée des archives photographiques notamment argentiques ; structure indépendante des agences, sous un statut à définir (qui pourrait être celui d'une fondation), dont le rôle serait de sécuriser et pérenniser la conservation, en permettre l'accès aux chercheurs et aux universités, lever des fonds pour investir dans la numérisation des images argentiques, seul moyen de générer des recettes commerciales à répartir entre les ayants droits et de soutenir l'investissement à long terme.

CONCLUSION

L'évolution des textes est absolument nécessaire. A défaut, la production nationale ainsi que les fonds d'archives constitués seraient en péril avec, pour les archives des risques de dispersion irréversible et pour les Agences, de délocalisation, d'abandon du statut d'agence de presse, voire la cessation d'activité.

PROPOSITIONS SAPHIR

Les agences du SAPHIR représentent à ce jour environ 3 000 photographes sur le territoire français. Il est donc tout à fait établi qu'il ne faut pas opposer agences de presse et photographes, leurs destins étant liés. Si le photojournalisme est en crise aujourd'hui, c'est en grande partie parce que les éditeurs de presse ont modifié leur ligne éditoriale en privilégiant notamment le people au détriment du photojournalisme et en procédant à des coupes claires dans les budgets photo. Conséquences : des réductions imposées sur le prix d'au moins 30% (souvent - 50%), un achat au forfait auprès d'un minimum d'agences de presse, la publication de photographies libres de droit fournies par des collectivités locales, l'appel à des micros stocks,... bref, le prix de la photographie est aujourd'hui au plus bas. Or les coûts ont augmenté, en raison des investissements nécessaires pour la numérisation des fonds, l'editing et la diffusion numérique, tant en outils qu'en équipes, sans compter par exemple les coûts d'abonnement que supportent les agences pour se trouver sur des plateformes commerciales incontournables pour espérer vendre à la presse.

Le cœur de métier des agences de presse étant la fourniture d'information à la presse, il faut rééquilibrer la filière, en subordonnant les aides que l'Etat attribue aux journaux à un code de bonne conduite :

- Respect du principe du Code de la Propriété Intellectuelle (CPI) qui veut qu'une utilisation = un droit ; principe valable pour la diffusion des œuvres sur l'internet que les éditeurs refusent de payer ou veulent inclure dans un package, sans préciser la part de chaque support.
- Respect au minimum, des dispositions relatives aux délais de paiements inscrites dans la loi LME : « Le délai convenu entre les parties pour régler les sommes dues ne peut dépasser quarante-cinq jours fin de mois (à compter de la publication) ou soixante jours à compter de la date d'émission de la facture » (article L441-6 code du commerce). Ces délais légaux sont aujourd'hui très rarement respectés. Il serait d'ailleurs opportun de réduire encore ces délais.
- Pluralisme des fournisseurs pour une information pluraliste. Les aides de l'Etat aux journaux ont pour objectif d'aider au pluralisme de l'information. Cet objectif ne peut être atteint que si les sources d'information sont elles-mêmes variées. Or, de nombreux éditeurs passant des contrats au volume avec deux ou trois agences, bafouent l'esprit des textes. Nous souhaitons donc un engagement des éditeurs de presse en matière de diversité des sources, par la mise en place d'un système de quota d'agences dont le siège est en France, et auprès desquelles les éditeurs devraient se fournir en réalisant avec elles un chiffre d'affaires significatif. Dans cet esprit, les éditeurs s'engagent à respecter les grilles tarifaires établies par les syndicats ayant valeur d'indicateur.
Par analogie, France TV s'est engagée, dans le cadre d'un accord sur le documentaire avec les organisations professionnelles du secteur, de présenter la liste des producteurs avec lesquels les chaînes publiques ont travaillé pendant l'année, en indiquant pour chacun d'eux la fourchette du chiffre d'affaires réalisé.

- Limiter la fourniture de photographies libres de droit en provenance de collectivités locales ou organismes publics (théâtres, opéras, ...), mais aussi de sociétés privées. En effet, d'une part, ces institutions et entreprises font de la concurrence déloyale aux agences de presse et aux photojournalistes, et d'autre part, ces fournitures proviennent des services de communication et ne constituent donc pas des informations, mais de la promotion, de la publicité déguisée. Les journaux ne devraient pas pouvoir utiliser ces sources dans la partie du journal consacré à l'information.
Il faut imposer aux collectivités et aux sociétés privées ainsi qu'aux journaux qui utilisent de telles sources de créditer ces photographies du nom du photographe et du nom de l'organisme ou de la société qui les leur ont fournies. Dans ce cas, la mention publiportage doit pouvoir être imposée. Il arrive souvent que ces fournitures gratuites des entreprises à la presse s'accompagnent, dans la foulée, d'achat de pages de publicité...
- Créer un fonds de compensation pour l'utilisation de la mention DR. Tout éditeur devrait verser à un fonds dont la gestion serait indépendante de toute institution existante, le montant du tarif correspondant au tarif moyen pratiqué par la profession (moyenne des grilles indicatives syndicales). Ces sommes seraient reversées pour moitié aux agences et pour moitié aux photographes.
- Engagement des éditeurs de presse à ne pas contracter avec des sociétés pour lesquelles il est prouvé, par huissier, qu'elles sont contrefactrices.

Pour que toutes ces mesures soient efficaces il est proposé la création d'un comité de suivi ou la nomination d'un médiateur capable d'intervenir pour faire respecter ce code de bonne conduite.

Les aides et mesures pouvant être prises par l'Etat :

- Fonds de modernisation de la presse : il faut l'adapter pour les agences photographiques et simplifier la procédure pour des structures qui n'ont pas les mêmes moyens que les éditeurs de presse.
Il faut leur permettre d'obtenir des subventions totales plus importantes (60%) pour l'acquisition d'outils technologiques permettant la numérisation, l'indexation, le tri, la diffusion et valoriser davantage les emplois et la formation pour la chaîne de la numérisation à hauteur de 60% minimum.
- Développer les aides au développement et à la valorisation du patrimoine photographique des agences en aidant à la numérisation et à la conservation des photographies par la création de lieux mutualisés de conservation de l'argentique et du numérique.
- Réviser l'ordonnance de 1945 en permettant aux agences de diversifier leurs ressources afin de continuer à fournir de l'information (expositions, vente de tirages, ...)

Mesure d'ordre social :

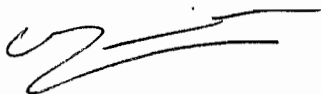
La présomption simple de salariat prévue à l'article L. 7112-1 du code du travail empêche aujourd'hui l'affiliation à l'agessa des photojournalistes collaborant avec une agence de presse. Pourtant, la circulaire de décembre 2008 et la jurisprudence de la Cour de Cassation prévoient expressément que cette présomption peut être détruite. Donc, il se

trouve aujourd'hui des photojournalistes sans statut social, parce que non salariés par les agences de presse et rémunérés en droits d'auteur.

Nous rappelons à cet effet, que cette disposition du code ne concerne pas les agences d'illustration qui peuvent rémunérer sous forme de droits d'auteurs des photojournalistes, lesquels sont affiliés à l'agessa. Nombre d'agences de presse ont ainsi récusé leur statut d'agence de presse pour pouvoir faire bénéficier leurs photojournalistes du statut d'auteur.

Nous proposons donc soit d'assouplir la disposition de la Loi dite « Cressard », soit d'enjoindre l'agessa à affilier tous les photojournalistes qui demandent leur affiliation, quel que soit le statut juridique de la société qu'ils ont mandatée pour distribuer leurs œuvres dans la presse. En effet, les URSSAF sont seules compétentes pour contrôler le lien juridique qui unit un photographe à une agence. De plus, contrairement aux décisions de l'agessa, les redressements décidés par les URSSAF sont susceptibles de recours devant les tribunaux, ce qui constitue une sécurité juridique pour les agences de presse.

Dans le même esprit, il est souhaitable de rappeler solennellement à la Commission de la Carte des Journalistes que la « présomption de salariat » indiquée à l'article L. 7112-1 du Code du Travail est une simple présomption et n'empêche pas la délivrance de la carte dans les conditions définies à l'article L. 7111-3 du même code lorsque le photojournaliste permet une rémunération différente d'un salaire, ceci en conformité avec la jurisprudence du Conseil d'Etat (arrêt Marc-Antoine, 1991).



Christophe Mansier
Président du SAPHIR



Florence Braka
Directrice adjointe

<p style="text-align: center;">NOTE SOCIALE SUR LES PHOTOJOURNALISTES</p>

Le Photographe peut être soumis à trois statuts sociaux différents en fonction de la relation qu'il entretient avec l'agence de presse :

- le **salariat**, qui suppose l'existence d'un lien de subordination. Les contrats prévoient le transfert de la propriété des images à l'employeur pour leur exploitation ;
- l'**inscription au registre des métiers** : le photographe indépendant a le statut d'artisan. Les photographes sont propriétaires de leurs images, mais ne sont pas considérés comme des auteurs ;
- le **statut d'auteur**, qui implique un **statut fiscal des BNC** pour les droits d'auteur (condition sine qua non pour bénéficier du statut social de l'AGESSA comme photographe auteur indépendant). Les photographes sont propriétaires de leurs images. Ils peuvent mandater des agences photographiques pour leur exploitation.

Aujourd'hui, certains photographes, pourtant soumis aux BNC, se trouvent sans statut social, du fait de l'AGESSA. En effet, celle-ci refuse leur affiliation estimant que la présomption de salariat prévue à l'article L. 7112-1 du Code du travail est irréfragable¹ et s'applique à tous les photographes collaborant avec une agence de presse, pour leurs revenus provenant de la presse.

1- Ce que dit la loi

L'article L. 7112-1 du Code du Travail², dit aussi loi Cressard, dispose qu'est présumé en contrat de travail tout photographe journaliste professionnel (détenteur ou non de la carte professionnelle), qui collabore avec une agence de presse.

La combinaison des articles L. 7112-1 du code du travail et L.311-3-16° du code de la sécurité sociale³ rend l'assujettissement au régime général obligatoire pour les journalistes reporters-photographes, et ce quel que soit le lien juridique qui unit le photographe et l'agence de presse.

¹ L'article L.761-2 du Code du Travail admet une présomption simple de salariat, comme le rappellent régulièrement les tribunaux. A cet effet, cette présomption n'est pas irréfragable à condition que l'agence apporte la preuve de l'inexistence d'un quelconque lien de subordination.

Cf. Cass. 30/06/88 M. Ciot / Parimage, Cass. 9/02/89 Lacroix / AGEFI, Cass. 25/04/90 Garrigue / Belluard et autres, Cass. 8/04/92 Mme Huas / Sté Giovanni et cie, Cass. 13/11/96 Société Générale / URSSAF.

² « Toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel au sens du premier alinéa du présent article est présumée être un contrat de travail. Cette présomption subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties. »

³ Sont notamment compris parmi les personnes auxquelles s'impose l'obligation prévue à l'article L. 311-2 (...) les journalistes professionnels et assimilés, au sens des articles L. 7112-1 et L. 7112-2 du code du travail, dont

2 - La position des tribunaux

➤ La jurisprudence fait tomber la présomption de salariat (mentionnée au 4° de l'article L. 7111-3 code du travail) si l'agence peut apporter la preuve que son collaborateur photographe exerce son activité en toute indépendance, hors de tout lien de subordination.

Ainsi, la jurisprudence précise dans plusieurs affaires⁴ les critères qui détruisent cette présomption de salariat :

- Obligation de respect d'horaires ou de délais d'exécution
- Participation à un service organisé
- Instructions et directives
- Obligation de réalisation et de résultat
- Sanctions en cas de manquements de son subordonné
- Paiement mensuel d'une rémunération forfaitaire
- Régularité et fixité de la rémunération

➤ A contrario, la Cour de Cassation juge dans deux affaires⁵ que la présomption de salariat est avérée lorsque :

- Le journaliste effectue un nombre déterminé de reportages, de manière constante et régulière ;
- Les thèmes sont soumis à l'appréciation de l'agence ou de l'entreprise de presse ;
- Son travail fait l'objet d'une rémunération mensuelle, soit forfaitaire, soit avec un minimum garanti.

3- La position de l'AGESSA

Une lettre de la ministre de l'Emploi et de la Solidarité, en date du 29/05/98⁶ adressée à l'AGESSA, rend « obligatoire l'assujettissement des journalistes professionnels au régime général, en l'absence d'intervention réglementaire en matière de revenus complémentaires ».

A partir de là, l'AGESSA refuse, « *l'assujettissement au régime de sécurité sociale de personnes apportant une collaboration principale pour la fourniture de photographies (...) à une entreprise de presse, et ce qu'elles soient détentrices ou non de la carte de journaliste professionnel* » (cf. courrier de l'AGESSA à Jerrican-10.10.02).

Toutefois, elle indique à l'URSSAF que celle-ci peut « *admettre la rémunération en droits d'auteur de photographes collaborant avec une agence de presse dans le cas où le photographe non détenteur de la carte professionnelle, ne tire pas l'essentiel de ses revenus de la presse* » (cf.

les fournitures d'articles, d'informations, de reportages, de dessins ou de photographies à une agence de presse ou à une entreprise de presse quotidienne ou périodique, sont réglées à la pige, quelle que soit la nature du lien juridique qui les unit à cette agence ou entreprise ;

⁴ Cass. 30/06/88 M.Ciot/Parimage ; Cass. 9/02/89 Lacroix/AGEFI

⁵ Cass. 17/06/92 Sygma/Bergès ; Cass. 10/06/97 Midi-Libre/Chevalier

⁶ Cette lettre n'a jamais été rendue publique

URSSAF/Cosmos). En effet, dans ce cas, la présomption de salariat énoncée à l'article L.7112-1 du Code du travail, tombe, puisque le photographe qui ne tire pas la majorité de ses revenus dans la presse, ne peut pas être qualifié de journaliste professionnel.

4- Les revenus complémentaires des reporters-photographes

L'article 22 de la loi du 27 janvier 1993 portant diverses mesures d'ordre social, venait préciser que le photographe journaliste professionnel relevait des assurances sociales des artistes auteurs pour les revenus tirés de l'exploitation de ses œuvres en dehors de la presse, ainsi que pour les revenus complémentaires qu'il tire de l'exploitation de ses œuvres dans la presse. En l'absence d'un accord de branche ou d'un décret prévoyant les conditions d'assujettissement, la situation est restée bloquée sur cette question des revenus complémentaires jusqu'au 10 mai 2007, date à laquelle un accord a finalement été négocié et signé entre la FNAPPI et l'ensemble des syndicats de salariés, accord qui a été étendu par la DGT en mai 2008.

Cet accord qui ne s'applique qu'aux **reporters photographes salariés**, prévoit, sous certaines conditions, la possibilité pour eux (pigistes ou staff) d'être rémunérés par une agence de presse sous forme de droits d'auteurs soumis à l'agessa pour leurs revenus complémentaires tirés de la presse.

Le 25 novembre 2008, le ministère des Affaires sociales a transcrit cet accord dans une circulaire qui rappelle plusieurs points :

- I- A) 1) *Si le lien de subordination n'est pas démontré (...) l'article L.382-1 du code de la sécurité sociale les rattache dans tous les cas au régime général au titre des artistes-auteurs.*
- I- A) 2) *Lorsque la présomption de salariat n'est pas établie, les rémunérations versées sont assujetties au régime de sécurité sociale des artistes auteurs (...)*
- II- B) *Sous réserve que soit apportée la preuve de la destruction de la présomption de salariat, dans les conditions énoncées au point I.A. de la présente circulaire, cette catégorie n'entre pas dans le champ de l'accord du 10 mai 2007 et doit être considérée comme non visée par la lecture combinée des articles L. 7111-3 du code du travail et L. 311-3-16° du code de la sécurité sociale.*

La question des revenus complémentaires étant désormais réglée, **la circulaire de 1998 tombe de fait** et avec elle cette lecture combinée des deux articles précités du Code du Travail et du Code de la Sécurité Sociale qui rend obligatoire l'assujettissement au régime général. Elle est remplacée par celle de novembre 2008.

Or, malgré cette dernière circulaire, l'AGESSA refuse d'affilier ces reporters photographes pour leurs revenus issus de l'exploitation de leurs œuvres dans la presse, si bien que ces reporters photographes se retrouvent sans statut social.

Pour ces personnes, si elles sont célibataires, cela veut dire qu'elles n'ont droit qu'à la CMU...C'est pourquoi, il arrive que des photographes s'inscrivent à l'université pour bénéficier de la sécurité sociale étudiante !

L'AGESSA fait donc toujours application de l'esprit de la circulaire de 1998. Les agences d'illustration, elles ne rencontrent pas cette difficulté, car elles ne sont pas assimilées à des entreprises de presse ; si bien que certaines agences ont décidé d'abandonner leur statut d'agence de presse pour que les photographes qui les mandatent puissent bénéficier d'un statut social d'auteur.

5- La position du SAPHIR

Le SAPHIR souhaite qu'il soit mis un terme à ce dispositif ubuesque afin que le statut d'auteur soit enfin reconnu aux photographes collaborant avec des agences de presse, sans attendre, qu'à la faveur d'un contrôle URSSAF, le lien de subordination soit détruit...

En outre, le SAPHIR propose d'améliorer le statut AGESSA sur un point qui fait défaut aujourd'hui par rapport au statut de salarié : les accidents du travail. Les agences du SAPHIR sont prêtes à réfléchir à la manière dont elles pourraient participer à cette charge pour garantir les auteurs photographes sur cette question.

*

**Accord sur le traitement social des revenus complémentaires
des journalistes reporters-photographes tirés de l'exploitation de leurs
œuvres photographiques dans la presse**

Entre :

La Fédération Nationale des Agences de Presse Photos et Informations (FNAPPI)
13 rue La Fayette 75009 Paris.

Le Syndicat des Agences Photographiques d'Illustrations et de Reportages (SAPHIR)
24 rue du Faubourg-Poissonnière 75010 PARIS

d'une part,

et

Le Syndicat National des Journalistes (SNJ)
33 rue du Louvre 75002 PARIS

Le Syndicat National des Journalistes CGT (SNJ-CGT)
263 rue de Paris - Case 570 - 93514 MONTREUIL CEDEX

L'Union Syndicale des Journalistes CFDT (USJ-CFDT)
49 avenue Simon Bolivar 75019 PARIS

Le Syndicat ~~Chrétien~~ des Journalistes CFTC
13 rue des Ecluses Saint Martin 75483 PARIS CEDEX 10

Le Syndicat Général des Journalistes Force Ouvrière (SGJ-FO)
131 rue Damrémont 75018 PARIS

Le Syndicat des Journalistes Force Ouvrière (SJ-FO)
60 rue Vergniaud 75640 PARIS CEDEX 13

Le Syndicat des Journalistes CGC
Le Progrès - 93 avenue du Progrès 69680 CHASSIEU

d'autre part,

GP MD VM
G.C. 27 fw

15/

Préambule

L'article L.382-1 du code de la sécurité sociale dispose que les journalistes reporters photographes au sens des articles L.761-2 et suivants du code du travail, bénéficient du régime général de sécurité sociale des artistes auteurs pour leurs œuvres photographiques diffusées hors presse et pour leurs revenus complémentaires tirés de l'exploitation de leurs œuvres photographiques dans la presse dans des conditions à prévoir par des accords professionnels distincts dans le secteur des agences de presse et dans celui des publications de presse ou, à l'issue d'une période de deux ans à compter de la date de promulgation de la loi N° 2006-961 du 1^{er} Août 2006 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information, par décret en Conseil d'Etat.

Ces dispositions s'entendent sans préjudice des dispositions de l'article L.311-2 du Code de la Sécurité Sociale.

Hors du champ du présent accord et pour mémoire, bénéficient également du régime de Sécurité Sociale des Artistes Auteurs, les auteurs d'œuvres photographiques non journalistes professionnels qui tirent de leur activité, directement ou par l'intermédiaire d'agences de quelque nature qu'elles soient, des droits d'auteurs soumis au régime fiscal des bénéfices non commerciaux et qui exercent leur activité depuis au moins trois années civiles.

Entre les parties signataires, il est convenu ce qui suit :



1 – Objet et champ de l'accord

Le présent accord définit la notion de revenus complémentaires pour l'exploitation des photographies et reportages photographiques des journalistes reporters photographes au sens des articles L.761-2 et suivants du code du travail collaborant avec une agence de presse au sens de l'ordonnance du 2 novembre 1945 modifiée par la loi 70-946 du 19 octobre 1970, elle-même spécialisée dans ce domaine.

La qualification de « Journaliste reporter photographe » suppose la détention de la carte d'identité des journalistes professionnels délivrée par la CCIJP.

Sont considérées comme Agences de presse au sens de l'ordonnance du 2 Novembre 1945 modifiée les organismes privés qui fournissent aux journaux et périodiques, des articles, informations, reportages, photographies et tous autres éléments de rédaction et qui tirent leurs principales ressources de ces fournitures. Ne peuvent se prévaloir de cette appellation que les organismes inscrits sur la liste établie sur propositions de la CPPAP et publiée au journal officiel.

La qualification d'« Agence de presse photographique », dont l'objet social est la diffusion multiple et rémunérée d'une photographie ou ensemble de plusieurs photographies d'un même sujet et de toutes informations utiles et nécessaires à leur exploitation, implique l'inscription sur la liste des agences de presse agréées par la CPPAP.

SP
G. C.  

 2

2 – Revenus des journalistes reporters photographes

Les parties signataires distinguent deux types de revenus : celui de l'activité qui constitue le revenu principal du journaliste reporter photographe et le revenu complémentaire.

- Le revenu de l'activité ou revenu principal, au sens du présent accord, est assujéti au régime général de sécurité sociale, en vertu des articles L.311-2 et L.311-3-16° du Code de la Sécurité sociale.
- Les revenus complémentaires, tel que défini dans le présent accord et issu exclusivement de cessions de droits, est assujéti au régime de sécurité sociale des auteurs.

3 – Revenus complémentaires


Au terme de cet accord, sont considérés comme "Revenus complémentaires" pour les journalistes reporters photographes :

a - Toute rémunération due au titre de l'exploitation par une agence de presse d'une photographie ou d'un ensemble de photographies sur un même sujet ou un même thème créés par un journaliste reporter photographe dans le cadre d'un contrat de travail à durée indéterminée, lorsque cette exploitation a lieu après la fin effective du contrat de travail quelle qu'en soit la raison. Cette exploitation est subordonnée à l'établissement par l'employeur des documents obligatoires remis après la fin du contrat et à la signature d'un contrat de mandat tel que défini à l'article 1984 du Code Civil et au paragraphe « 6 » du présent accord.

b - Toute rémunération due pour l'exploitation d'une photographie ou d'un ensemble de photographies sur un même sujet ou un même thème ayant été commandés et réalisés en amont par un journaliste reporter photographe dans le cadre d'un contrat de travail à durée indéterminée, ayant été conclu au moins 24 mois auparavant, avec une Entreprise de publication quotidienne ou périodique ou une Agence de Presse autre que le diffuseur, agence de presse photographique et sans lien capitalistique avec celui-ci. Cette exploitation est subordonnée à la signature, par les parties, d'un contrat de mandat tel que défini à l'article 1984 du Code Civil et au paragraphe « 6 » du présent accord.

c - Toute rémunération due à un journaliste reporter photographe au titre de l'exploitation d'une photographie ou d'un ensemble de photographies sur un même sujet ou un même thème réalisé dans le cadre de son contrat de travail à durée indéterminée avec l'agence de presse, lorsque cette nouvelle exploitation a lieu plus de 24 (vingt-quatre) mois après la date de la première publication, première facturation ou, à défaut, après la date de la prise de vue. Dans l'hypothèse où les dates de première publication ou première facturation sont différentes, la date la plus lointaine est celle à retenir.

d - Toute rémunération due à un journaliste reporter photographe employé à titre occasionnel au titre de l'exploitation d'une photographie ou d'un ensemble de photographies sur un même sujet ou un même thème réalisé dans le cadre d'une commande, tel que défini au paragraphe 4, avec l'agence de presse photographique, lorsque cette nouvelle exploitation a lieu plus de 24 (vingt-quatre) mois après la date de la première publication, première facturation ou, à défaut, après la date de la prise de vue. Dans l'hypothèse où les dates de première publication ou première facturation sont différentes, la date la plus lointaine est celle à retenir.

 G. C.
MD - 2F hu



Le terme « journaliste reporter photographe employé à titre occasionnel » désigne le journaliste reporter photographe salarié dont le nombre de collaborations est égal ou inférieur à trois dans l'année et qui n'est pas tenu de consacrer une partie déterminée de son temps à l'agence de presse photographique à laquelle il collabore, mais n'a d'obligation que de fournir une production convenue dans les formes et les délais prévus par l'employeur dans le bon de commande.

e - Les sommes collectées et réparties par une société d'auteurs en ce qu'elles concernent les droits collectifs des photographes.

L'ensemble de ces dispositions s'entend sans préjudice des conditions du contrat de travail préexistant.

4 - Bon de commande

Les parties conviennent que toute demande de travail photographique faite par une agence de presse à un journaliste reporter photographe hors du cadre d'un contrat de travail à durée indéterminée préexistant doit faire l'objet d'un bon de commande précisant :

- A - l'ancienneté dans la profession ;
- B - le mode de rémunération : en pigne ou en pourcentage de ventes avec une garantie minimum définitivement acquise à valoir, le cas échéant, sur la rémunération proportionnelle au prix de cession entre l'agence de presse et le(s) diffuseur(s) des photographies concernées. Cette garantie est calculée en fonction du temps de travail prévu ou effectif ;
- C - un descriptif précis du travail demandé et la date de remise ;
- D - les modalités de prise en charge des frais.
- Un modèle type de bon de commande sera élaboré entre les parties signataires au présent accord

5 - Barème de rémunération à la pigne

Les parties s'entendent pour négocier au plus dans les six mois après la signature du présent accord un barème de rémunération à la pigne qui s'imposerait dès lors que la rémunération ne serait pas proportionnelle.

En cas d'échec des négociations, les parties demanderont l'arbitrage du ministère des relations du travail, qui convoquera une commission mixte paritaire.

6 - Contrat de mandat

Le contrat de mandat (article 1984 du Code Civil) devra prévoir notamment :

- une clause précisant les exploitations autorisées ;
- un pourcentage de rémunération proportionnel au prix de cession ;
- une exclusivité limitée dans le temps et renouvelable, en vertu des pratiques professionnelles en vigueur ; La commande ne peut jamais faire l'objet d'un contrat de mandat.

GP M G.C.
MD 27 lw

JPS 4

7 - Modalités de suivi de l'accord

Une commission paritaire dite de suivi, composée d'un représentant de chaque organisation syndicale de journalistes et de représentants des organisations d'agences de presse photographiques, signataires du présent accord, se réunira une fois par an à compter de la signature de l'accord afin d'en suivre les modalités d'application et de régler les éventuelles difficultés d'application et d'interprétation en apportant les commentaires et aménagements nécessaires, le cas échéant par avenant.

8 - Durée et effet de l'accord

Le présent accord prend en compte la totalité des photographies et reportages existants à la date de la signature et est conclu pour une durée de trois ans. A l'issue de ce délai, il sera tacitement reconduit par année, sauf dénonciation par l'une des parties trois mois avant la date d'échéance, par lettre recommandée avec accusé de réception envoyée à l'ensemble des autres parties signataires.

9 - Extension

Le présent accord fera l'objet d'une demande d'extension à toutes les agences de presse photographiques, selon les modalités de l'article L.133-8 du Code du Travail, par l'ensemble des parties signataires.

Fait à Paris, le 10 Mai 2007 en onze exemplaires dont deux pour l'Administration.

FNAPP

Jean DESAUNOIS

SAPHIR

Kathleen GROSSET

SNJ

Alain GIRARD

SNJ CGT

Michel DIARD

USJ - CFTD

Jean-Claude WOESTELANDT

SJ - CFTC

Michel EICHER

SGJ - FO

Tristan MALLE

SJ - FO

Benoît MOYEN

SJ - CFE - CGC

p.s. Friedrich WULZ
Yves ESPAGNET

F. Wulz



21 bis, rue de Bruxelles
75439 Paris Cedex 09
tél. : 01 48 78 25 00
www.agessa.org



Service diffuseurs

fax : 01 48 78 60 00

Courriel : diffuseurs@agessa.org

Titre VIII du Livre III du code de la sécurité sociale
(Articles L 382-1 et R 382-1 et suivants)

BRANCHE DE LA PHOTOGRAPHIE - n° 11

L'article R 382-2 du code de la sécurité sociale dispose que : « Entrent dans le champ d'application du régime de sécurité sociale des artistes auteurs : les auteurs d'œuvres photographiques ou d'œuvres réalisées à l'aide de techniques analogues à la photographie ».

Personnes concernées par l'assujettissement aux cotisations d'assurances sociales, à la C.S.G., à la C.R.D.S. et à la contribution du diffuseur :

Toute personne qui exerce, à titre indépendant, une activité de création dans le domaine de la photographie et qui cède à un tiers les droits d'exploitation sur son oeuvre (droit de reproduction ou droit de représentation), ou qui perçoit une rémunération au titre de la vente d'une oeuvre d'art originale photographique, doit être obligatoirement assujettie aux cotisations d'assurances sociales, à la contribution sociale généralisée et à la contribution pour le remboursement de la dette sociale. Ces cotisations font l'objet d'un précompte sur la rémunération due à l'auteur. En outre, le tiers qui rémunère le photographe, est personnellement tenu d'acquitter une contribution calculée sur le montant brut global hors taxes de la rémunération versée.

Détermination du revenu assujetti aux cotisations :

Lorsque l'activité est exercée **en toute Indépendance**, la facture émise par le photographe prévoit le versement :

- d'un honoraire au titre de la réalisation de la prise de vues, du reportage (calcul au temps passé, forfait à la journée...)

et/ou

- d'un droit d'auteur, en contrepartie de l'autorisation d'utiliser l'oeuvre réalisée en principe pour une durée, une forme d'exploitation et une destination déterminées. Dans ce cas, les deux rémunérations, (ou la rémunération unique, exemple : photo préexistante donnant lieu à reproduction, expositions photographiques, illustrations pour photothèques, achat d'une oeuvre d'art originale photographique), sont déclarées à l'AGESSA et supportent les cotisations dues au régime de sécurité sociale des auteurs.

Ce processus s'inscrit dans la logique de l'activité du photographe créateur, notamment dans le cadre de l'exécution d'une oeuvre de commande car il est rare que le travail de réalisation ne donne pas lieu à une exploitation de l'oeuvre, et ce, quels qu'en soient le mérite (qualité esthétique) et la destination (exploitation commerciale, diffusion publicitaire, dossier de presse...). Sont exclus de la base des cotisations, les frais exposés par le photographe et donnant lieu à remboursement par le client sur facture (travaux de laboratoire, achat de matériel, frais de voyage...).

Sous réserve d'une étude du dossier, sont affiliables à l'AGESSA les auteurs d'épreuves photographiques de portrait social (photographies originales numérotées et limitées à 30 exemplaires à l'exclusion des photographies scolaires, de groupes, d'identité).

Dans certains cas, la réalisation de l'oeuvre photographique doit être rémunérée par un salaire, en particulier lorsque le photographe est soumis à des instructions, à un horaire de travail, lorsque « l'employeur » lui fournit les locaux ou le matériel etc., tous éléments qui, combinés, font présumer l'existence d'un lien de subordination.

Par ailleurs, et sans qu'il soit nécessaire de prouver l'existence d'un lien de subordination, les rémunérations versées aux auteurs d'œuvres photographiques qui répondent à la définition du journaliste professionnel donnée à l'article L 7111-3 du code du travail, doivent être assujetties aux cotisations du régime général de la sécurité sociale (URSSAF), sur le fondement des articles L 311-2 et L 311-3-16^{ème} du code de la sécurité sociale.

Précisions relatives au précompte des cotisations dues au régime des artistes-auteurs :

Le tiers diffuseur (l'éditeur, l'agence de publicité, l'annonceur, le commanditaire, etc.) est tenu de faire la déclaration des rémunérations artistiques à l'AGESSA et d'effectuer le précompte. Il ne peut subordonner le versement de la rémunération due à l'auteur à son affiliation préalable au régime des auteurs ou à l'attribution d'un numéro de dossier par l'AGESSA. Une fois la prestation artistique exécutée ou la cession des droits acquise, l'auteur a droit à sa rémunération sans aucune réserve.

En effet, dès lors que l'activité artistique entre dans le champ d'application dudit régime, le précompte des cotisations d'assurances sociales, de la CSG et de la CRDS dues sur la totalité de la rémunération revêt un caractère obligatoire et doit être opéré sous la responsabilité du tiers qui rémunère l'auteur photographe, même si ce dernier n'a pas fait apparaître les retenues sur la facturation de ses prestations artistiques et la cession de ses droits d'auteur.

L'artiste auteur ne peut s'opposer au prélèvement de ce précompte.

Toutefois, une adaptation à ce principe a été prévue par voie réglementaire pour ce qui concerne les auteurs bénéficiaires du régime géré par l'AGESSA et dont les revenus artistiques sont imposables au titre des bénéfices non commerciaux.

Après examen de chaque dossier, l'AGESSA remettra à l'auteur qui remplit les conditions, une attestation annuelle (S 2062) qui lui permettra, à l'égard du tiers qui le rémunère, d'être dispensé du précompte (l'auteur acquittera directement les cotisations appelées par l'AGESSA). Seul l'organisme agréé est habilité à délivrer cette attestation qui est renouvelée chaque année en fonction de l'examen individuel du dossier de l'auteur.

Important : Cette attestation n'exonère pas le diffuseur de l'obligation de déclarer la rémunération à l'AGESSA et de verser la contribution (dite contribution « diffuseur ») mise à sa charge. L'assiette de la contribution est constituée par le montant brut hors taxes de la rémunération due au photographe.

Photographes ne relevant pas du régime de sécurité sociale des auteurs

Les collaborateurs de presse :

Les fournitures de reportage et de photographies à une entreprise de presse, à une agence de presse ou à une entreprise d'édition de journaux et de périodiques, par les personnes qui ont la qualité de journaliste professionnel et assimilé au sens de l'articles L 7111-3 du code du travail, ne relèvent pas de l'assujettissement au régime de sécurité sociale des auteurs.

Les personnes concernées relèvent de l'assujettissement au régime général de la sécurité sociale (URSSAF) en application des articles L 311-2 et L 311-3-16^{ème} du code de la sécurité sociale, quelle que soit la nature du lien juridique qui les unit à l'agence ou à l'entreprise de presse.

Par journaliste professionnel, et assimilé, on entend « la personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes ou périodiques ou agences de presse, et qui en tire le principal de ses ressources ».

Le photographe rémunéré à la « pige » qui répond à cette définition, bénéficie du statut légal et conventionnel des journalistes professionnels, même s'il ne détient pas la carte d'identité de journaliste.

Auteurs photographes salariés ou assimilés :

Ce sont les personnes qui exercent leur activité sous contrat de travail (exemple : technicien, assistant, directeur artistique...) ou dans des conditions de fait qui déterminent l'existence d'un lien de subordination avec le donneur d'ouvrage (exemple : travail commandé comportant un certain nombre d'instructions, des horaires déterminés, un contrôle du travail).

Dans tous les cas, l'AGESSA est habilitée à exiger toutes les justifications nécessaires à l'appréciation de la situation juridique, ceci, notamment dans l'éventualité où la convention passée avec l'entreprise aurait l'apparence d'un contrat d'auteur, et à requalifier la situation en vue d'un assujettissement au régime général des salariés de l'industrie et du commerce.

CARTES 2009 ATTRIBUEES

Statistiques au 2 janvier 2010

	Hommes	Femmes	TOTAL
TITULAIRES			
Journalistes mensualisés	15114	10844	25958
Journalistes rémunérés à la pige	2814	2931	5745
Demandeurs d'emploi	726	690	1416
Directeurs	459	94	553
STAGIAIRES			
Journalistes mensualisés	988	1208	2196
Journalistes rémunérés à la pige	672	850	1522
TOTAL GENERAL *	20773	16617	37390

* Dont premières demandes

TITULAIRES			
Journalistes mensualisés	72	53	125
Journalistes rémunérés à la pige	41	43	84
STAGIAIRES			
Journalistes mensualisés	402	499	901
Journalistes rémunérés à la pige	397	517	914
TOTAL GENERAL	912	1112	2024

* Dont 265 titulaires d'un diplôme délivré par l'une des écoles reconnues par la profession.

C.C.I.J.P.

221, rue La Fayette - 75010 PARIS - Téléphone : 01.40.34.17.17 - Télécopie : 01.40.34.03.49

EVOLUTION DU NOMBRE DE CARTES ACCORDEES

CARTES DELIVREES	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Total	30510	31685	32738	34227	35270	35539	36148	36503	37009	37301	37307	37390
Hommes	18766	19336	19747	20372	20785	20817	20984	21028	21105	21131	20945	20773
Femmes	11744	12349	12991	13855	14485	14722	15164	15475	15904	16170	16362	16617
Renouvellements	28630	29505	30458	31446	32963	33662	34197	34524	34847	35192	35303	35366
Premières demandes*	1880	2180	2280	2781	2307	1877	1951	1979	2162	2109	2004	2024
*dont diplômés	248	308	267	239	265	217	294	303	322	307	295	265
Titulaires**	21682	23317	23847	24895	25701	26420	26946	27337	27679	27978	26142	27927
Titulaires pigistes	4721	4832	5035	4795	5006	5224	5552	5639	5578	5601	5559	5745
Stagiaires	2074	2354	2735	3461	3339	2745	2443	3527	2405	2463	2500	2196
Stagiaires pigistes	933	1182	1121	1076	1224	1150	1207	1250	1347	1259	1219	1522
**dont Chômeurs	1100	1086	1072	1023	1162	1704	1754	1582	1503	1312	1342	1416
**dont Directeurs	488	472	462	473	486	481	492	479	506	521	545	553

+ 23 %

+ 7 %

+ 28 %

+ 22 %

+ 29 %

JOURNALISTES ASSIMILES

Nombre de cartes délivrées en 2009

	Journalistes mensualisés			Journalistes rémunérés à la pige		
	Hommes	Femmes	Total	Hommes	Femmes	Total
reporters photographes	594	70	664	404	56	460
reporters dessinateurs	13	1	14	12	2	14
reporters d'images	540	222	762	226	108	334
sténographes rédacteurs	3	40	43	0	2	2
rédacteurs réviseurs	46	107	153	12	31	43
rédacteurs traducteurs	15	29	44	1	0	1
			1680			854
						2534

JOURNALISTES ASSIMILES

EVOLUTION DU NOMBRE DE CARTES ACCORDEES

		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Reporters photographes	mensualisés	786	775	798	808	777	774	759	706	664
	pigistes	660	673	614	590	556	555	518	511	460
Reporters dessinateurs	mensualisés	24	25	24	24	27	24	19	19	14
	pigistes	30	34	31	26	20	18	17	14	14
Reporters d'images	mensualisés	657	694	714	692	695	763	784	765	762
	pigistes	332	356	363	405	389	343	352	342	334
Sténo-rédacteurs	mensualisés	119	106	93	86	76	67	63	54	43
	pigistes	4	3	3	6	5	6	3	2	2
Rédacteurs réviseurs	mensualisés	135	128	136	129	136	139	154	163	153
	pigistes	39	43	38	41	37	41	37	36	43
Rédacteurs traducteurs	mensualisés	43	43	46	46	46	55	46	45	44
	pigistes	5	8	7	6	6	6	4	3	1
TOTAL GENERAL		2834	2888	2867	2859	2770	2791	2756	2660	2534

→

-16 02
-30 02
+ 16 02

PREMIERES DONNEES SUR LA POPULATION DES PHOTO-JOURNALISTES

Introduction

Les données présentées ci-dessous sont celles de la CCIJP et sont exploitées par l'Observatoire des Métiers de la Presse.

Elles concernent les années 2000 à 2008.

Sont compris comme « photo journalistes », les personnes qui ont déclaré leur exercice professionnel sous les intitulés : photographe, rédacteur photographe, journaliste reporter photographe, photographe enquêteur.

NOMBRE DE PHOTOJOURNALISTES

	Nombre photojournalistes encartés	Total journalistes encartés	%
2000	1468	33314	4,4
2001	1526	34832	4,38
2002	1548	35612	4,35
2003	1513	36113	4,2
2004	1509	36520	4,13
2005	1447	36828	3,93
2006	1469	37423	3,92
2007	1414	37738	3,75
2008	1405	37811	3,72
2009	1316	37906	3,47

Le nombre de photojournalistes varie peu de 2000 à 2009, en valeur. Par contre, leur pourcentage a légèrement baissé de 2000 à 2009.

REPARTITION DES PHOTOJOURNALISTES ENCARTES PAR SEXE

	Femmes		Hommes		Total	
	Eff.	%L	Eff.	%L	Eff.	
2000	150		10,2	1318	89,8	1468
2001	153		10	1373	90	1526
2002	161		10,4	1387	89,6	1548
2003	155		10,2	1358	89,8	1513
2004	156		10,3	1353	89,7	1509
2005	155		10,7	1292	89,3	1447
2006	179		12,2	1290	87,8	1469
2007	177		12,5	1237	87,5	1414
2008	172		12,2	1233	87,8	1405
2009	158		12	1158	88	1316

Les hommes sont beaucoup plus nombreux que les femmes, mais le nombre de femmes a cependant légèrement augmenté en 9 ans, gagnant 2 points (10,2 % à 12 %).

REPARTITION DES PHOTOJOURNALISTES PAR AGE

	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008	
	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C
Moins de 26 ans	44	3	44	2,9	41	2,6	38	2,5	31	2,1	34	2,3	41	2,8	40	2,8	33	2,3
De 26 à 34 ans	354	24,1	348	22,8	327	21,1	308	20,4	289	19,2	260	18	255	17,4	215	15,2	208	14,8
De 35 à 44 ans	588	40,1	607	39,8	615	39,7	596	39,4	571	37,8	521	36	523	35,6	486	34,4	465	33,1
De 45 à 59 ans	453	30,9	499	32,7	527	34	537	35,5	571	37,8	590	40,8	597	40,6	615	43,5	634	45,1
60 ans et plus	29	2	28	1,8	38	2,5	34	2,2	47	3,1	42	2,9	53	3,6	58	4,1	65	4,6
Total	1468	100	1526	100	1548	100	1513	100	1509	100	1447	100	1469	100	1414	100	1405	100

Les photo-journalistes sont relativement âgés : en 2008, plus de 80 % d'entre eux avaient plus de 35 ans. La moyenne d'âge en 2008 était de **42,9 ans** pour cette population, contre 41,7 ans pour l'ensemble des journalistes encartés.

REPARTITION DES PHOTOJOURNALISTES PAR STATUT PROFESSIONNEL

	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008	
	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C
Demandeur d'emploi	2	0,1	46	3	43	2,8	82	5,4	92	6,1	66	4,6	66	4,5	55	3,9	57	4,1
Journaliste honoraire	8	0,6	1	0,1	15	1	5	0,3	10	0,7	11	0,8	15	1	18	1,3	18	1,3
Journaliste stagiaire	17	1,2	16	1	25	1,6	36	2,4	38	2,5	37	2,6	61	4,2	41	2,9	48	3,4
Journaliste titulaire	1423	98,1	1463	95,9	1465	94,6	1390	91,9	1368	90,7	1333	92,1	1327	90,3	1300	91,9	1281	91,2
Total	1450	100	1526	100	1548	100	1513	100	1508	100	1447	100	1469	100	1414	100	1404	100

Ces chiffres reflètent le statut professionnel des photo-journalistes au moment où ils ont déposé leur demande : les journalistes titulaires, qui sont les journalistes détenteurs d'une carte professionnelle, représentent la majorité des photo-journalistes, même s'ils sont en baisse depuis 2000. Les photo-journalistes qui cumulent les fonctions de rédacteur et de photographe se voient imposer un stage de 24 mois (de 12 mois pour ceux qui sont diplômés d'une école reconnue par la profession). Ils représentaient en 2008 3,4 % de l'ensemble des photo-journalistes.

REPARTITION DES PHOTOJOURNALISTES PAR TYPE DE CONTRAT

	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008	
	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C	Eff.	%C
Permanent	736	51,1	768	51,9	763	51,2	741	52	738	52,5	725	52,9	729	52,5	727	54,2	715	53,8
Pigiste	704	48,9	711	48,1	727	48,8	685	48	668	47,5	645	47,1	659	47,5	614	45,8	614	46,2
Total	1440	100	1479	100	1490	100	1426	100	1406	100	1370	100	1388	100	1341	100	1329	100

Les journalistes pigistes représentent 46,2 % du total des photo-journalistes en 2008, en légère baisse par rapport à 2000.

Livre blanc
sur l'usage abusif
de la mention
"droits réservés"

DR

Pour que cessent le piratage
et les atteintes permanentes
aux droits moraux et patrimoniaux
des auteurs d'images



Snadi Syndicat
national
des auteurs
et diffuseurs d'images

5 • Champ et méthodologie de notre évaluation

En février 2007, pendant un mois, le SNADI a entrepris, dans le domaine de la presse, un examen de cet usage « dévoyé » de la mention « DR » en lieu et place du nom de l'auteur photographe. Il en a relevé les occurrences dans 4 quotidiens nationaux et 4 hebdomadaires.

Un corpus a été constitué des publications suivantes :

• 4 quotidiens nationaux :

- Le Monde
- Le Parisien (édition de Paris)
- Libération
- Le Figaro

• 4 hebdomadaires :

- Télérama
- Le Monde 2
- Le Nouvel Observateur
- Courrier International

Il est d'usage dans la profession de chiffrer les droits d'utilisation des photographies, en tenant compte de l'importance du tirage de la revue ou de l'ouvrage, de la surface occupée dans la page et, éventuellement, de sa position privilégiée, pour une couverture.

Chacun de ces différents supports ayant un tirage supérieur à 100 000 exemplaires.

Dans le double souci de ne pas complexifier les calculs et ne pas gonfler démesurément les chiffres, nous avons considéré que toutes les illustrations n'étaient que des quarts de page, faisant abstraction des formats d'exploitation supérieurs et des couvertures.

Nous avons appliqué pour chacun d'eux le barème en vigueur dans la profession pour un quart de page au prorata du nombre d'exemplaires imprimés (Le chiffre du tirage nous a été communiqué par les services des différents journaux concernés).

Barème pour un quart de page *

Inférieur ou égal à 40 000 exemplaires	: 141,00 €
De 40 à 100 000 exemplaires	: 181,00 €
De 100 001 à 200 000 exemplaires	: 224,00 €
De 200 001 à 400 000 exemplaires	: 281,00 €
De 400 001 à 800 000 exemplaires	: 352,00 €

* Barèmes de l'Union des Photographes Créateurs-UPC 2007

C'est ainsi que pour le mois de février 2007, le SNADI a relevé pour les 4 quotidiens :

• **Le Parisien** (346 686 exemplaires)

217 images créditées « DR »

Barème applicable **281,00 €**

Soit **60 977,00 €** supposés provisionnés par l'éditeur du Parisien.

• **Le Monde** (458 382 exemplaires)

33 images créditées « DR »

Barème applicable **352,00 €**

Soit **11 616,00 €** supposés provisionnés par l'éditeur du Monde

• **Libération** (180 000 exemplaires)

109 images créditées « DR »

Barème applicable **224,00 €**

Soit **24 416,00 €** supposés provisionnés par l'éditeur de Libération.

• **Le Figaro** (430 191 exemplaires)

248 images créditées « DR »

Barème applicable **352,00 €**

Soit **87 296,00 €** supposés provisionnés par l'éditeur du Figaro.

Pour les 4 hebdomadaires :

• **Le Monde 2** (374 646 exemplaires)

44 images créditées « DR »

Barème applicable **281,00 €**

Soit **12 364,00 €** supposés provisionnés par l'éditeur du Monde 2

• **Le Nouvel Observateur** (600 000 exemplaires)

154 images créditées « DR »

Barème applicable **352,00 €**

Soit **54 208,00 €** supposés provisionnés par l'éditeur du Nouvel Observateur.

• **Courrier International** (160 000 exemplaires)

11 images créditées « DR »

Barème applicable **224,00 €**

Soit **2 464,00 €** supposés provisionnés par l'éditeur du Courrier International.

• **Télérama** (700 00 exemplaires)

266 images créditées « DR »

Barème applicable **352,00 €**

Soit **93 632,00 €** supposés provisionnés par l'éditeur de Télérama.

Le montant supposé provisionné pour les photographies créditées « DR » se monterait pour le seul mois de février 2007 sur ces seuls 8 titres à un total de :

346 973,00 €

Une simulation sur 12 mois nous donnerait une somme supposée provisionnée sur les 8 titres analysés de :

4 163 676,00 €

Imaginons le montant auquel nous parviendrions si nous totalisions tous les titres de la presse française !

Nous espérons que, derrière ces crédits « DR », seul le droit moral de l'auteur n'a pas été respecté et que quelques droits d'exploitation ont été reversés aux auteurs de ces images.

Et la pratique se... poursuit... quelques exemples relevés en avril 2008 !

- **Le Parisien, numéro 19784, du 15 avril 2008 :**

9 crédits « DR », auxquels s'ajoutent 27 crédits non conformes aux règles légales, c'est-à-dire des photographies sans crédit ou dont le crédit ne comporte pas le nom de l'auteur, sur un total de 92 illustrations.

- **Le Parisien, numéro 19785, du 16 avril 2008 :**

9 crédits « DR », auxquels s'ajoutent 30 crédits non conformes aux règles légales, sur un total de 91 illustrations.

- **Télérama, numéro 3038, semaine du 5 au 11 avril 2008 :**

38 « DR », auxquels s'ajoutent 53 crédits non conformes aux règles légales, soit 91 images sur un total d'illustrations de 169 images hors publicité (elles non plus ne sont pratiquement jamais créditées) •



8 • Les dangers de la légalisation de la pratique du crédit « DR »

La tentation de légaliser le « DR »

A la suite du SNADI qui, depuis quelques années a déclaré la bataille au « DR », des sociétés d'auteurs lui ont emboîté le pas. Elles visent un objectif qui peut paraître légitime : faire payer par la presse et l'édition, une somme forfaitaire sur la diffusion des photographies utilisées qui, faute de pouvoir (ou de vouloir) retrouver l'identité de l'auteur, sont créditées « DR ».

En 2007, paraît un ouvrage intitulé « *Livre Blanc pour la relance de la Politique Culturelle* ». Parmi les signataires de cet ouvrage, la SAIF, Société des Auteurs de l'Image Fixe, revendique la position d'agence agréée pour la perception d'un forfait sur les images « orphelines ».

Modification de la loi

Un groupement de sociétés d'auteurs et d'organisations professionnelles dans le domaine de la production ou de la diffusion des « produits culturels » publie en 2007 dans le « *Livre blanc pour la relance de la politique culturelle* », aux pages 72, 73 et 74, une proposition d'amendement au CPI relative aux œuvres dites « orphelines ». Cette proposition permettrait aux « sociétés agréées » de « conclure toutes conventions avec les utilisateurs des œuvres orphelines aux fins d'autoriser leur représentation ou reproduction et de percevoir les rémunérations correspondantes fixées selon les modalités prévues à l'article L. 122-15. »

Lors de différents débats, le SNADI a interpellé la SAIF, ainsi que l'UPC, quant aux recherches préalables des éditeurs pour retrouver l'auteur, aux fins de déterminer les bases de négociation des montants des droits. Aucune réponse précise n'a été donnée. Aucune procédure obligatoire n'existe pour la recherche du nom de l'auteur. Tous les abus sont alors permis. Quant à la base des négociations, rien n'indique dans l'article L.122-15 le barème qui sera utilisé.

La révision du CPI à travers cet amendement s'éloignerait-elle de ses perspectives premières qui étaient de protéger des auteurs ? Ouvrirait-elle la porte aux abus ?

Une proposition d'amendements en contradiction avec la loi

Les signataires de ce Livre Blanc demandent, pour la photographie, la création de nouveaux articles à inclure dans le CPI.

Il ne faudrait cependant pas occulter ce qui figure dans les textes régissant l'utilisation de la photographie : « *Seul l'auteur peut autoriser le diffuseur à publier l'image qu'il a réalisée et pour laquelle il doit être rémunéré* ».

En créditant « DR », le diffuseur reconnaît ne pas avoir obtenu l'autorisation de publier et, d'après les textes, il commet un acte de contrefaçon.

Effets pervers et questions sans réponses ?

Des sociétés d'Auteurs négocieraient, en lieu et place des auteurs, afin d'obtenir par les diffuseurs un prix forfaitaire de leurs contrefaçons.

Comment, dans un « barème négocié » la société agréée pourra tenir compte du préjudice tant moral que pécuniaire que subit l'auteur dont d'image n'est pas créditée de son nom ?

Si l'auteur spolié a mandaté une société agréée et en accepte le barème, il se dépouille de toute possibilité de recours contre la contrefaçon avérée.

Que se passera-t-il si l'auteur, adhérent ou non de la société d'auteurs qui aura perçu pour son compte un forfait de droit d'utilisation, désire poursuivre le contrefacteur en justice ?

Si l'auteur n'a donné mandat à aucune société agréée pour percevoir en son nom le barème applicable à la contrefaçon, en cas de découverte d'une perception par une société agréée, ce dernier pourra non seulement se retourner contre le contrefacteur mais aussi contre la société qui l'aura également spolié.

Les sociétés agréées deviendraient, en quelque sorte des agences de photographes inconnus ou introuvables.

La société agréée garantirait-elle la jouissance paisible au niveau d'un droit à l'image au diffuseur-contrefacteur contre les troubles et revendications de tous ordres de la part de tiers, en lieu et place du photographe qui n'aura pas autorisé la publication de son image ?

Nous rappelons ici que le code des usages en matière d'utilisation de photographie, signé respectivement par le Comité Français du Droit d'Auteur et le Syndicat National de l'Édition, précise que lors de l'utilisation d'une image, l'absence de signature, l'absence de justificatif multiplient par trois le barème en usage dans la profession.

Les dangers de la proposition de loi américaine (orphan works bill)

Autre motif de préoccupation de la multiplication de la mention « DR », une loi appelée « Orphan Works Bill » devrait être présentée au congrès américain. Le décret Shawn Bentley sur les œuvres orphelines de 2008 (S.2913 et H.R.5889) permettrait d'adopter une loi extrêmement dangereuse. Cette loi, si elle était votée, aurait des conséquences importantes pour tous les artistes américains et, par ricochet, pour tous ceux du monde entier. En effet cette loi précise que toute œuvre dont on ne connaît pas l'auteur pourra être utilisée librement après avoir réalisé des « recherches suffisantes » (*reasonably diligent search*).

Le premier problème que poserait cette loi serait justement cette notion de « recherches suffisantes ». Comment et qui sera capable d'apprécier le caractère « suffisant » de cette recherche de paternité de l'image ?

De plus, afin que les auteurs ne soient pas dépossédés de leurs droits, cette loi les inciterait à déposer leurs œuvres dans des bases de données, les œuvres non enregistrées étant, évidemment, susceptibles de devenir des œuvres orphelines.

Mise à part la notion de coût du dépôt de l'œuvre, des sociétés privées constitueraient d'immenses répertoires permettant le contrôle du travail des auteurs. Ceci en contradiction avec le traité de Berne qui précise qu'aucune formalité ne peut restreindre le droit d'auteur. Ces sociétés pourraient également augmenter leur fond en s'accaparant toute photographie, toute œuvre ne comportant pas la signature de l'auteur. En clair, toute image portant la mention « DR » deviendrait automatiquement une œuvre orpheline. Il est donc urgent que les auteurs du monde entier organisent des pétitions afin qu'une telle loi ne puisse voir le jour. Si l'édition et la presse française ne prennent pas les dispositions qui s'imposent pour limiter le recours à la mention « DR », ces images deviendront automatiquement des « images exploitables librement ».

[illegible]

9 • Propositions du SNADI

Traçabilité et éthique

Améliorer le cheminement de l'image entre l'auteur et le diffuseur.

L'intervention de nombreux acteurs indépendants (ou salariés) intermédiaires à qui l'on confie une responsabilité éphémère, commandités à la tâche par les éditeurs pour une production plus que jamais "industrielle" qui favorisent l'irresponsabilité des intervenants*, contribuant ainsi à la perte de la signature de l'image.

Une nouvelle éthique est donc à définir d'urgence compte tenu de la dilution des responsabilités et des techniques de communication en pratique**.

(* En cas de différends, il est difficile de reconstituer l'histoire exacte et ses acteurs.

** Nous regrettons l'abandon du pôle image fixe numérique de la SACD qui faisait un pas vers la traçabilité de l'image en créant une entité de dépôt.)

Création d'une autorité de régulation

Cette réflexion devrait permettre de mettre en place à moyen terme, un organisme de contrôle, dépendant éventuellement du Dépôt Légal, qui serait la « SACEM » de l'Image. Dans un premier temps, à l'exemple de ce que le SNADI a réalisé modestement sur son site, www.snadi.org, notre syndicat propose la création d'un site dont l'adresse serait largement diffusée. Sur ce site, les éditeurs se trouvant en présence d'une image « sans auteur » lanceraient un avis de recherche moyennant une redevance modique (qui permettrait d'assurer la mise à jour du site) en déposant l'image en basse définition, accompagnée des informations relatives à la publication (taille de l'image, importance du tirage, durée et lieu géographique d'exploitation, adresse et téléphone du responsable de la publication).

Ainsi, les éditeurs rendraient visibles, via un site dédié à cet usage, toutes les images dites « orphelines ». Cet outil serait un véritable observatoire qui permettrait :

- aux auteurs de négocier directement leurs droits,
- d'observer si les éditeurs, du fait de ce dépôt payant et obligatoire, jouent le jeu et réduisent leur pratique du « DR » en faisant de réelles recherches.

Cette expérience permettrait, au bout d'une année, d'apprécier la réelle volonté des éditeurs de vouloir réduire la mention illégale « DR » et d'apporter des solutions plus appropriées.

Campagne de sensibilisation

Le SNADI demande que les organes de tutelle sensibilisent les différents acteurs qui utilisent et diffusent des images et leur rappellent leurs obligations. Il est également du rôle des organisations professionnelles d'informer tous les acteurs de la chaîne graphique : iconographes, attachés de presse, graphistes, imprimeurs, éditeurs de presse et du livre, fournisseurs d'accès à internet...

Lutte contre la « délinquance » financière

Les nouvelles technologies numériques, la scanérisation encouragent sans aucun doute à faire le pas plus facilement. Pas vu, pas pris ! La pratique du « DR » est devenue avec le

temps plus banale, plus commune... L'incivilité et le manque de conscience contribuent à ce que cet « arrangement avec le diable » soit supporté par ses auteurs dans les rédactions, dans les ateliers de création et de réalisation. Il n'y a pas de petites économies...

Les objectifs sont certes en premier lieu d'améliorer la situation du créateur d'images, mais aussi par voie de conséquence de régler le manque à gagner pour les organismes sociaux et fiscaux qui ont plus que jamais besoin de trouver un équilibre. En effet, l'absence de versement de droits sur toute une partie de l'iconographie de la presse et de l'édition provoque également une absence de recettes pour les organismes sociaux (AGESSA et Maison des Artistes) et pour le trésor public (services fiscaux : pas de reversement de TVA, pas d'imposition sur le revenu).

En créditant quantité de photographies par la mention « DR », les éditeurs nous signalent que les droits sont réservés, cela voudrait signifier que les montants figurent dans leurs bilans. Aussi demandons-nous au Ministère des Finances de vérifier que cette ligne de provision figure bien dans les chiffres des sociétés d'édition.

Statut de l'Image Orpheline

Il existe cependant de véritables œuvres orphelines. Nous avons vu tout au long de ce mémoire qu'un amalgame a très souvent été réalisé entre ces images « orphelines » et celles pour lesquelles on ne voulait pas retrouver l'auteur. Il est urgent de leur donner un véritable statut juridique, de les créditer d'une mention particulière et de créer un fonds pour recueillir le montant des droits d'exploitation de ces images.

Sensibilisation de tous les acteurs

Le SNADI est bien conscient que ce travail ne pourra aboutir à un résultat concret qu'avec la participation de tous les acteurs.

Devant cet état de fait et pour mettre un terme à ces abus flagrants et à ces pratiques illégales, qui ne sont ni plus ni moins que de la contrefaçon organisée par les éditeurs et tolérée par l'Etat, le SNADI souhaite qu'un vrai débat s'organise avec les différents maillons de la chaîne : auteurs, diffuseurs de presse et éditeurs sous la tutelle des représentants des différents ministères dont celui de la Culture, des Finances, des Affaires Sociales et de la Justice.

Au cours de ce débat, nous pourrions mener une véritable réflexion de fond :

- 1 • Sur l'amalgame trop souvent fait entre la qualification et le statut des véritables œuvres orphelines et les photographies abusivement créditées « DR »
- 2 • Sur la gestion des droits de ces véritables œuvres orphelines
- 3 • Sur la responsabilité pénale des éditeurs et de l'ensemble des diffuseurs d'images
- 4 • Sur une modification du sigle « DR » •



Monsieur Michel HERBILLON
Député
ASSEMBLEE NATIONALE
126 rue de l'Université
75355 PARIS 07 SP

Paris, le 27 janvier 2010

Monsieur le Député,

Lors de notre audition du 15 décembre dans le cadre du groupe de travail que vous conduisez sur le photojournalisme, vous vous êtes fait l'écho des revendications des photographes et des agences sur le sujet de l'utilisation par la presse de la mention « Droits Réservés ».

Ont été dénoncés, semble-t-il, tant une utilisation abusive de cette mention qu'un recours massif aux images en droits réservés. Les photojournalistes se trouveraient ainsi privés de leurs droits tant moraux que matériels, puisqu'a été évoquée l'hypothèse d'une utilisation intentionnelle de la mention DR s'agissant de photographes et agences parfaitement identifiables. Ces derniers se trouveraient ainsi dans l'obligation d'effectuer une pige exhaustive des publications, aux fins de revendication de leurs droits.

L'énormité de ces allégations m'a amenée à vous exprimer mon étonnement, et à vous proposer d'enquêter auprès des éditeurs sur leurs pratiques. Nous avons donc réuni au SPMI début janvier les directions juridiques des principaux éditeurs membres, accompagnés des professionnels, qui, au sein des rédactions, sont chargés des achats photo.

Au terme de ces échanges, nous disposons d'une vision assez complète des conditions qui accompagnent la transmission –onéreuse ou non- des photos publiées dans la presse magazine, suivant les différentes sources.

Sur ces bases, et sans remettre en cause la sincérité des inquiétudes exprimées par les photographes dans le contexte de crise que traverse la presse, le SPMI tient à contester avec la plus grande vigueur la présomption de malhonnêteté prêtée aux éditeurs, et à exposer la réalité des pratiques.

Dans la mesure où elles en ont connaissance, les rédactions respectent scrupuleusement le principe de mention des crédits photographiques.

L'utilisation du « DR » correspond en réalité à trois situations bien identifiées :

- Celle des photos dites « sensibles » (people notamment) où à la demande expresse du photographe ou de l'agence, la source du document n'est pas précisée.

- Celle des nombreux fournisseurs non professionnels (attachés de presse, collectivités locales, département communication des entreprises, voire, et cela ne manquera pas de vous étonner, établissements publics culturels), lesquels n'indiquent, bien souvent, même lorsque cela leur est expressément demandé, aucune source ni aucun auteur. Une proportion importante de l'information publiée par les magazines provient de telles sources. De nombreuses familles de titres sont concernées, de la presse du BTP (source collectivités locales ou entreprises) à la presse féminine (rubriques mode ou beauté), en passant par la presse culturelle pour les photos de spectacles.

Dans ce contexte, les photographies sont transmises sans être créditées, mais plus encore, ces fournisseurs se révèlent dans l'incapacité d'apporter des précisions aux services photo qui en font la demande.

- Accessoirement, celle des photos (d'illustration exclusivement) libres de droit, achetées à des opérateurs étrangers, sous la forme d'un crédit forfaitaire « de tirage » auprès de bases de photos en ligne / ou sur support numérique de stockage.

Les difficultés d'identification exposées ne peuvent être imputées aux éditeurs de presse, et ne procèdent d'aucune intention malveillante de leur part. En témoigne l'ampleur de cet usage, qui n'épargne pas des acteurs aussi peu susceptibles de contrefaçon volontaire que la RMN dans les documents qu'elle transmet aux rédactions, ou encore le Ministère de la Culture lui-même (lequel publie régulièrement dans ses supports de communication et sur son site – y compris s'agissant de l'illustration du Festival de photojournalisme « Visa pour l'image – des photos non créditées).

Comme vous pouvez le constater, ces pratiques ne concernent pas, - à l'exception du segment très particulier de la photo « people », les photos achetées en agence ou aux photographes professionnels, lesquelles sont systématiquement créditées.

Malgré tout, il nous est apparu que notre organisation professionnelle avait un rôle à jouer dans le sens d'une amélioration de la traçabilité des images publiées dans la presse magazine.

Nous avons donc pris la décision d'inviter nos adhérents à transmettre à leurs fournisseurs, lors de leurs échanges, un message rappelant la nécessité d'un crédit photo incluant le nom de l'auteur pour chaque document transmis pour publication. Dans la pratique, ces échanges étant électroniques, un modèle de signature automatique de mail va être proposé par le SPMI à ses adhérents.

La mise en place de cette procédure ne pourra que contribuer à une plus grande transparence et sera de nature, nous l'espérons, à rassurer les photographes.

Restant à votre disposition pour tout échange sur ces sujets, je vous prie d'agréer, Monsieur le Député, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Bien cordialement,


Pascale MARIE
Directeur

Avis de la commission spécialisée du CSPLA sur les œuvres orphelines

Adopté le 10 avril 2008

Saisi par la ministre de la culture et de la communication de la question, tant juridique qu'économique, de l'exploitation des œuvres orphelines, le Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique a adopté, lors de sa séance du 10 avril 2008, l'avis suivant.

Aux termes des travaux de la commission sur les œuvres orphelines qui se sont tenus d'octobre 2007 à mars 2008, les constats qui ont émergé des discussions (I), conduisent à proposer un certain nombre de recommandations (II).

I. Synthèse du diagnostic

1. De nombreux et importants projets de numérisation et de mise en ligne à grande échelle d'œuvres sont engagés pour permettre l'accès le plus universel possible à toute la richesse et la diversité du patrimoine culturel. Ces projets sont partiellement paralysés par l'existence d'œuvres orphelines. L'exploitation de ces œuvres, protégées par la propriété littéraire et artistique, est impossible sans l'autorisation légalement requise des titulaires de droits, laquelle ne peut être obtenue lorsque ces derniers sont inconnus ou introuvables, sauf à s'exposer aux peines du délit de contrefaçon.

2. Les deux dispositifs légaux susceptibles d'être mobilisés pour surmonter cette contradiction ne sont pas adaptés à toutes les situations. Le recours au juge prévu aux articles L. 122-9 et L. 211-2 du code de la propriété intellectuelle est, en l'état, juridiquement incertain et répond à des situations individuelles. Les accords collectifs validés dans le cadre d'un dispositif d'extension prévu par la loi ne permettent pas, en raison de certaines difficultés, de répondre à tous les besoins.

3. Le diagnostic est nuancé selon les secteurs : si les œuvres orphelines sont d'une importance considérable dans les secteurs de l'écrit et de l'image fixe, il n'en va pas de même dans ceux de la musique, du cinéma et de l'audiovisuel. La commission a donc conclu à l'utilité de dégager des solutions pour faire évoluer cette situation, mais de façon différenciée selon les secteurs.

4. Toutefois, la commission souligne la nécessité de concilier l'intérêt général de l'accès au patrimoine culturel avec le respect des principes essentiels du droit de la propriété littéraire et artistique. Ses recommandations sont donc fondées sur un équilibre qui a déjà été dégagé par le législateur, le Conseil constitutionnel et la Cour européenne des droits de l'homme.

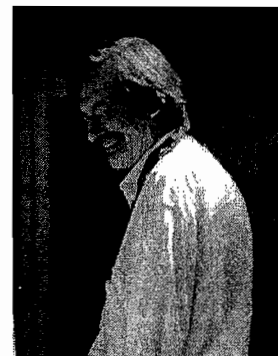
5. La définition de l'œuvre orpheline doit être claire et sécurisante, tout en permettant d'appréhender la variété des situations rencontrées. Ainsi, doit être regardée comme orpheline l'œuvre protégée et divulguée, dont un ou plusieurs titulaires de droit d'auteur ou de droits voisins ne peuvent être identifiés ou retrouvés, malgré des recherches avérées et sérieuses.

6. A partir d'une définition commune, la variété de situations appelle des solutions sectorielles différenciées : pour l'écrit et l'image fixe, le recours à la gestion collective obligatoire est considéré comme le plus approprié, en particulier en matière de numérisation et de mise en ligne ; pour la musique, le cinéma et l'audiovisuel, les dispositifs existants sont considérés comme répondant aux besoins.

II. Compte tenu de ces observations, le Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique émet les recommandations suivantes.

1. L'introduction, dans le code de la propriété intellectuelle, d'une disposition définissant l'œuvre orpheline : l'œuvre est orpheline lorsqu'un ou plusieurs titulaires de droit d'auteur ou de droits voisins sur une œuvre protégée et divulguée ne peuvent être identifiés ou retrouvés malgré des recherches avérées et sérieuses.
2. L'aménagement du recours au juge prévu aux articles L. 122-9 et L. 211-2 du code de la propriété intellectuelle, afin d'intégrer expressément dans leur champ les œuvres orphelines.
3. Pour les secteurs de l'écrit et de l'image fixe, la mise en place d'un régime de gestion collective obligatoire, en particulier en matière de numérisation et de mise en ligne. Ce dispositif permettra à des sociétés de gestion collective agréées par le ministère de la culture de délivrer les autorisations requises. L'agrément ministériel sera subordonné aux critères habituels et à l'adhésion à un portail commun destiné à faciliter l'accès et la mise à jour des ressources documentaires sur les œuvres orphelines. Les critères de la définition légale de l'œuvre orpheline, et donc la qualification de recherches avérées et sérieuses, pourraient être fixés par décision d'une commission paritaire réunissant des représentants des ayants droit, des utilisateurs et de l'administration.
4. Pour les secteurs de la musique, du cinéma et de l'audiovisuel, les dispositifs existants sont considérés comme répondant aux besoins.
5. La mise en œuvre d'une politique de prévention des œuvres orphelines, avec le concours des divers intervenants de la chaîne de la création et de la détention des droits, par l'amélioration, lorsque cela s'avère nécessaire, de l'identification des auteurs et des ayants droit, notamment en facilitant le développement et l'accès aux informations.

**21^e/th Festival
International
du/ of photojournalism
photojournalisme**



© Emanuele Scovelletti

Depuis Visa pour l'Image 2008, le Los Angeles Times et le Chicago Tribune se sont mis sous la loi de protection des faillites aux États-Unis. Le Boston Globe risque de fermer, définitivement, sous peu. La presse française n'a jamais été si mal en point. Croyez-vous que les photographes de presse peuvent encore survivre dans ce marasme ?

JF Leroy Je suis très clair : non. En disant cela, je ne me positionne pas comme le gardien du parc des dinosaures et Visa pour l'Image ne sera pas leur cimetière. Mais c'est une réalité. Que j'observe concrètement en préparant l'édition 2009 de Visa : on a un mal fou à trouver des sujets pour remplir nos six soirées de projection et monter trente expositions. C'est triste, cela n'est jamais arrivé en vingt et un ans d'existence du festival.

L'actualité, nationale et internationale, a pourtant été très dense cette année : comment expliquez-vous cette absence de bons sujets de reportages ?

JF Leroy Aujourd'hui quand ils partent sur le terrain, les photographes ne passent guère plus de trois jours dans un endroit. Résultat, ils ramènent dix photos correctes. C'est certes largement suffisant pour faire une parution de 4 ou 6 pages dans un magazine, mais pas pour monter une expo d'une quarantaine de tirages ni une projection d'une cinquantaine d'images. Je continue de faire le même constat alarmant d'année en année : il y a peu de production de la part des magazines. Aujourd'hui, les reportages de terrain en profondeur sont davantage financés par les ONG que par la presse...

Des magazines continuent tout de même de produire des reportages...

JF Leroy Ce n'est pas parce qu'un reportage paraît dans un journal qu'il a été produit par ce même journal. Ces trois dernières semaines, on a vu de bons sujets dans la presse magazine. Celui, par exemple, de Philippe Cottin sur l'Afghanistan dans *VSD*. Très bien : mais ce n'est pas une production *VSD*. Le mec est parti tout seul, avec son sac à dos et son sujet a été racheté à son retour. Le travail de Jérôme Sessini sur les narcotrafiquants au Mexique est paru dans *Le Figaro Magazine*, là encore ce n'est pas une production « maison », c'est de la spéculation. Donc heureusement encore, que de temps en temps il y a une parution ! Mais quand tu vois des photographes de grands magazines américains – on ne va pas les nommer – à qui on dit : « Tu ne fais plus l'Irak, plus l'Afghanistan, plus le Moyen-Orient, plus l'Afrique », qu'est-ce que cela signifie d'avoir des photographes en garantie ? Quand on voit qu'un photographe sous contrat avec un grand magazine américain qui téléphone à sa rédaction le 28 décembre en disant « Je pars à Gaza », et qu'on lui répond « Gaza, on s'en fout », c'est une réalité. Conclusion : c'est net et précis, les photographes ne peuvent plus vivre de la presse.

Si les photographes ne peuvent plus vivre de la presse, quelles solutions ont-ils pour continuer à faire leur métier décemment ?

JF Leroy L'édition ? C'est très bien, c'est valorisant. Mais quand ils arrivent à publier un bouquin, s'il est vendu à 3 000 exemplaires, c'est un grand maximum et cela leur rapporte que dalle ! Les expos ? Très bien aussi. Mais cela ne leur rapporte rien non plus. Il va donc falloir imaginer de nouvelles manières de diffuser leur travail. Diffuser, c'est bien, mais encore reste-il à vivre de son travail !

La diffusion de leur travail sur le net pourrait-elle être, à votre avis, une solution ?

JF Leroy Non, pas en l'état actuel. Il faut dire et répéter que le web ne rapporte rien à ces auteurs ! Je suis navré : le web, pour le moment, n'est pas devenu un modèle économique qui se substitue à la presse pour faire vivre les photographes. C'est une réalité. Prenons l'exemple de Samuel Bollendorff et son web documentaire sur son reportage sur les mineurs en Chine : la postproduction a coûté 30 000 euros, le site du *Monde.fr* lui a payé 2 000 euros. Donc qui a fourni le reste des 30 000 euros nécessaires ? C'est le Centre National de la Cinématographie. C'est quand même extraordinaire que ce soit le cinéma qui finance le travail d'un photographe ! C'est là que je trouve, quand même, qu'un festival comme Visa Pour l'Image a un vrai rôle à jouer. On n'arrête pas de dire les magazines n'ont plus d'argent. Maintenant ça se déplace sur le web ». Oui, mais pourquoi le web ne paie pas décemment les photos qui sont diffusées sur ce média ? L'année dernière, pour les 20 ans de Visa pour l'Image, nous avons reçu une quarantaine de demandes de gens qui voulaient mettre en ligne les photos projetées ou exposées à Perpignan. Mais toujours pour zéro euro ! Je ne vois pas pourquoi Visa pour l'Image se substituerait aux agences, aux magazines, qui produisent ou qui produisent moins, pour donner du contenu à des sites web qui vendent leurs espaces de pub, mais veulent des photos gratos ! On nous dit que l'économie de la presse bascule du papier au web. Le problème c'est que l'économie bascule du papier au web mais sans aucun profit pour les producteurs d'images. C'est quand même extraordinaire ! Samuel Bollendorff a passé un mois pour faire sa postproduction. Il a eu cette aide du Centre National de la Cinématographie mais est-ce que le CNC va donner de l'argent pour produire 50 web documentaires ? Et est-ce que c'est son rôle ? On peut se poser la question. Pour son prochain web documentaire sur les obèses, Samuel a, cette fois, signé un contrat avec une télévision, France 5, qui le diffusera sur son web.

N'y-a-t-il pas aussi un effet mode du multimédia ?

JF Leroy Oui. C'est la grande mode, tout le monde veut faire du multimédia. « Tu fais de la photo, mais fais-moi un peu de vidéo et des témoignages et un peu de son, parce que comme ça pour le web c'est bien ». C'est un autre métier. Prenons l'exemple Brian Storm : il s'est positionné il y a 4-5 ans comme le mec qui allait faire des programmes courts avec des photos pour les vendre à des chaînes de télé. Il en a placé peu. Ses web-documentaires, on ne les voit que sur son site. Quant à Magnum in Motion, c'est certes très séduisant pour l'ego des photographes. Mais après ? C'est là que le serpent se mord la queue : ce n'est pas parce que le photographe fait du multimédia que cela lui donnera les moyens financiers pour pouvoir continuer à produire. C'est ça le vrai fond du problème.

Reste, qu'incontestablement, le web offre, à défaut d'argent, une nouvelle visibilité au travail des photographes qui n'existe plus vraiment dans la presse papier ?

JF Leroy C'est vrai. C'est pour cela que nous avons en projet à Visa pour l'Image de créer un prix du web documentaire en collaboration avec France 24. Cela fait des années qu'on me dit : « Visa, c'est pas le multimédia, vous êtes figés, passéistes, etc. » J'ai toujours répondu que ce n'était pas vrai, qu'on était ouvert à plein de choses. Maintenant, ce n'est pas parce que tu mets quatorze photos en diaporama avec les Quatre Saisons de Vivaldi en fond sonore que tu fais du multimédia. Donc, aussi dans ce domaine, tout est à inventer. Le web documentaire de Samuel Bollendorff sur les mineurs en Chine, était un vrai travail journalistique, un vrai travail photographique autant qu'une vraie originalité avec son côté interactif avec les internautes. Je ne vais pas donner de noms, mais il y a des sites très connus qui prétendent faire du multimédia, avec des photos minables...

N'est-ce pas aussi le rôle de Visa pour l'Image d'être initiateur et prescripteur dans ce nouveau domaine, de définir un véritable cadre des règles d'exploitation et de diffusion du photojournalisme sur le Net ?

JF Leroy C'est vraiment un débat sur lequel il faut réfléchir. Et il est certain que l'idée de monter un prix du documentaire Web avec France 24 va nous permettre d'avancer dans cette réflexion.

Par exemple, quelles sont les conditions indispensables, à vos yeux, d'un bon documentaire web ?

JF Leroy Exactement les mêmes que pour un bon reportage photo sur papier. A savoir, la recherche de qualité et l'exigence sur le fond autant que sur la forme. Il faut que tu aies des bonnes photos, de la bonne vidéo, du bon son, des bonnes interviews, et surtout un propos. Ce n'est pas parce que tu donnes une dimension ou un habillage multimédia avec du son, de la vidéo et des commentaires que cela suffit. Si ton propos de base est nul, ton sujet à la fin est nul. Je reçois tous les jours du multimédia, des trucs où on me met douze photos à la suite sans queue ni tête sur une musique faite pour la circonstance ou des commentaires convenus d'une platitude absolue, cela n'a aucun intérêt ni aucun sens !

Visa pour l'Image va donc essayer de définir les contours du travail journalistique diffusé sur le multimédia ?

JF Leroy Cela a toujours été le propos de base de notre festival. On a toujours affirmé, et je continuerai de le faire, que le fond est toujours plus important que la forme. Je prends par exemple des photos de Patrick Chauvel : ce ne sont pas systématiquement d'immenses photographies en termes de cadrage ou de composition, mais ce sont de tels documents journalistiques qu'elles ont leur place à Perpignan. Donc le fond – pour la vidéo comme pour la photo – prime toujours sur la forme. Alors oui, Visa pour l'Image devrait être le lieu où l'on imposera des nouvelles normes quant au web, c'est un challenge intéressant !

Donc s'il existe un Patrick Chauvel du multimédia, vous le diffuserez à Visa pour l'Image ?

JF Leroy Évidemment. La preuve, j'ai demandé à Samuel Bollendorff de venir en septembre prochain à Perpignan présenter son web documentaire parce que son travail me semble un élément intéressant et offre des pistes de discussion à explorer quant à la définition des règles que l'on pourrait imaginer sur le web. Je le répète, cela fait vingt ans qu'on fait du multimédia à Perpignan. Les soirées de projection au Campo Santo, c'est du multimédia. Souvenez-vous de la rétrospective de l'année 68 dans le monde, c'était du multimédia !

Enormément de photographes français et étrangers, face à la difficulté de vendre leurs photos dans la presse papier, sont en train d'essayer d'inventer un média qui est à mi-chemin entre la photo, la radio, la télévision. Comment Visa pour l'Image, puriste du photojournalisme de presse papier, va-t-il se positionner vis-à-vis de ce nouveau phénomène ?

JF Leroy On reste ouverts. Si les photos sont bonnes et si les témoignages sont bons. Encore une fois, je prends l'exemple de Bollendorff (désolé de le citer à nouveau, mais pour le moment il est le seul), qui a eu une vraie réflexion sur la manière de montrer et de diffuser son reportage. C'est passionnant – et réjouissant – de constater que le site du *Monde* a enregistré près de 100 000 visites avec des durées moyennes entre 12 et 18 minutes ! Il a généré plus d'un million et demi de clics... Cela veut dire que ce travail a retenu l'attention d'un très large public, dont des gens qui ne sont pas à priori des lecteurs de journaux et qui découvrent ainsi, et apprécient la photo. Mais pour continuer, il va sans doute perdre sa carte de presse, devenir réalisateur avec un statut d'intermittent du spectacle, et tout cela pour continuer à faire du journalisme... Je trouve cela aberrant. Mais ce que je ne veux pas, c'est tomber dans la facilité ambiante. J'énervé tout le monde en disant que je trouve qu'avec le numérique on a de plus en plus de gens qui font de la photo et de moins en moins de photographes. Mais c'est pareil avec le multimédia. Restons exigeants.

Allez-vous dédier un lieu particulier au web pendant la prochaine édition du festival en septembre ?

JF Leroy Oui. On va transformer un espace en salle de projection où seront diffusées des réalisations multimédias. On avait déjà tenté l'expérience l'année dernière à la Poudrière et malheureusement, en raison de problèmes de température et de climatisation, cela n'avait pas abouti. Ce sera chose faite lors de la prochaine édition. Mais la programmation restera sous notre responsabilité et selon nos critères de choix. Si je commence à dire : « il y a à Visa pour l'Image un espace ouvert pour le multimédia », n'importe qui arrive avec son disque dur, se branche et projette ! Non. Nous gardons, dans ce domaine comme dans toute la programmation du festival, un même souci d'exigence. Je ne veux pas que Perpignan devienne le rendez-vous du multimédia parce qu'on doit faire du multimédia. Ce n'est pas qu'une question de mode, mais surtout une question de survie des photographes.

Vous ne pouvez pas nier que les constructeurs, et notamment Canon, sont en train consciemment ou non de révolutionner toute la photographie, en proposant aujourd'hui de nouveaux boîtiers qui font aussi de la vidéo. Pourquoi font-ils cela, à votre avis ?

JF Leroy Je pense qu'à Visa pour l'Image il faut qu'on ait exactement la même politique sur ces technologies qui s'ouvrent, que ce qu'on a eu avec l'évolution de la photo avec l'arrivée du numérique. Encore une fois, ce qui nous a toujours fascinés, c'est la qualité du journalisme. Ce n'est pas parce qu'un photographe se met à la caméra vidéo qu'il est un bon vidéaste. Le numérique c'est très bien, mais c'est un piège. La vidéo aussi. Les mecs qui ont Xpress sur un Mac se prennent tous pour Brodovitch. Avec une caméra vidéo, ils se branchent sur iMovie, et ils se prennent pour Spielberg ! De la même manière que ce n'est pas parce que tu prends un Canon 5D Mark II que tu deviens Cartier-Bresson et Kurosawa en même temps.

Pensez-vous que la vidéo, à terme, peut tuer la photographie ?

JF Leroy Non. En une heure de temps, je peux vous citer 500 photos qui appartiennent à la mémoire collective. En revanche, même en s'y mettant ensemble, on est incapables de sortir 20 vidéos qui restent vraiment, exceptées celles du 11 septembre, du premier homme sur la lune et du petit Mohamed mort sous les yeux des caméras en Palestine...

La photo n'a pas tué le dessin, et la télé n'a pas tué la radio, et la vidéo ne tuera pas la photo. C'est un empilement d'évolutions. Malgré tout, il faut qu'on demeure très vigilants. Aujourd'hui, avec un appareil photo, il est difficile de faire un contre-jour, une mauvaise exposition, un flou : l'appareil ça règle tout, automatiquement, tout se fait tout seul. Reste que si tu prends Stanley Greene et moi sur la même scène, Stanley va toujours être meilleur parce qu'il a l'œil et que je ne l'ai pas. En télé, si je filme le même événement qu'un professionnel de la caméra, il sera meilleur que moi parce qu'il a le sens d'une séquence, du montage. C'est un métier.

Revenons aux photographes qui n'ont pas envie de doubler leurs sujets en vidéo ni de produire pour le web, et qui veulent « juste » continuer à faire leur métier. Estimez-vous que ce choix de puristes » les mette davantage en danger que les autres ?

JF Leroy Non. Ce n'est pas le choix de continuer à ne faire que de la photo qui les met davantage en danger. Cette année, je n'ai jamais vu une production aussi pauvre. Je n'ai jamais non plus, senti autant de morosité chez les photographes parce qu'ils crèvent de ne pas pouvoir partir, de ne pas trouver de financements pour produire et construire les histoires, les sujets qu'ils ont envie de raconter et de documenter. C'est cette réalité qui ressort des discussions avec des photographes de terrain comme Jérôme Sessini, Philippe Brault ou encore Dominic Nahr. Bien sûr, dans certains endroits du monde, des photographes s'en sortent mieux, comme par exemple Bénédicte Kurzen qui est basée à Johannesburg. Elle a des commandes très ponctuelles, en Afrique du Sud, au Zimbabwe, parce que ça ne coûte pas cher de l'y faire travailler. Cette année, je compte sur les doigts de deux mains le nombre de photographes qui sont partis en commande pour un magazine, pour faire un vrai sujet de news ce qui permet au photographe de vivre décemment de son travail et d'assurer son loyer et ses factures à la fin du mois.

Les photographes locaux d'agence ne sont-ils pas devenus aussi bons que les photographes étrangers qui couvraient les conflits auparavant, qui partaient de Paris, de New York, de Londres et que les journaux envoient sur le terrain de moins en moins ?

JF Leroy La couverture de l'opération de l'armée israélienne « Plomb durci » à Gaza, est un exemple qui illustre effectivement cette mutation. Pendant les événements de Gaza, les photographes palestiniens ont été très bons, c'est vrai, et d'abord ils étaient tout seuls sur le terrain, l'armée israélienne ayant verrouillé les frontières aux envoyés spéciaux étrangers. Cette année, Visa pour l'Image va tirer un grand coup de chapeau aux photographes gazaouis. On leur rendra hommage comme on l'avait fait il y a trois ans avec les photographes irakiens. Il est vrai que les photojournalistes locaux ont énormément progressé. Cela a été rendu possible parce que des photographes étrangers, venus en reportage dans leurs pays, les ont formés sur place. Mais la qualité des photographes étrangers n'est pas un scoop : au début des années 1980, pendant la guerre du Liban, les photographes libanais ont fait des photos formidables, même si à l'époque ils étaient en compétition avec des photographes envoyés par les magazines occidentaux, qui avaient encore de l'argent. A l'époque, des photographes français comme Yan Morvan chez Sipa était en commande six mois d'affilée à Beyrouth pour *Newsweek* à 500 dollars par jour.

Est-il aujourd'hui encore possible d'envoyer quelqu'un pendant 6 mois à 500 dollars par jour ? Avez-vous l'exemple d'un journal cette année qui en a envoyé un ?

JF Leroy Seul *National Geographic* continue d'envoyer à long terme des photographes sur le terrain. Michael Nick Nichols dont on a exposé l'année dernière à Visa pour l'Image le travail sur les éléphants d'Afrique, c'est 9 mois de boulot.

Mais ce n'est pas un sujet d'actualité pure. Quel hebdomadaire aujourd'hui envoie aujourd'hui – et finance à long terme – un photojournaliste ?

JF Leroy Sur un fait d'actualité pure ? Aucun. Ils ne le font plus. Il est vrai que les agences, ce qu'on appelait les agences filaires – AFP, Reuters, AP – ont développé sur place ces dernières années des réseaux de correspondants absolument géniaux. La rapidité de transmission est, de plus aujourd'hui, époustouflante. C'est l'une des premières raisons. Ensuite, concernant la presse – et tant pis si je ne vais encore pas me faire des amis – c'est qu'il y a 20 ans elle était dirigée par des journalistes. Aujourd'hui, ce sont des « banquiers » qui dirigent les journaux. Quant aux agences 100% photos – enfin certaines agences – elles sont tout bonnement en train de creuser la tombe de cette profession, en acceptant de signer des forfaits. Un news magazine français, a récemment signé des contrats avec deux agences, avec ce deal : « Tu prends ce que tu veux chez nous pour 3 000 euros par mois ». Comment la profession peut-elle survivre à cela ? Une autre agence, d'illustration celle-ci, a mis au point un autre système préjudiciable : on peut télécharger une photo sur son site pour 50 euros, prix fixe, qu'elle paraisse en vignette, en double page ou en couverture d'un magazine ! Comment s'aligner ensuite sur de tels tarifs ? Évidemment, dans cette logique, les petits hommes en gris aux manettes des journaux, se disent : « Pour moi, cette photo est aussi bien que celle que vous me proposez à 3 000 euros ou dollars ». Avec ces deux seuls exemples, on en fait la démonstration : c'est la fin d'un monde et le règne d'un nouveau, celui du moindre coût systématique, de l'uniformisation de l'info, un monde où la photo en tant que telle, le reportage, l'image n'ont plus de valeur ni de respect. Et ce quelque soit le travail fourni par le photographe, les risques ou la difficulté de réalisation du sujet.

Cette course aux deals du tout à moindre prix, notamment sur le Net, est-elle, à votre avis, une nouvelle manière de précariser encore davantage le travail des photographes ?

JF Leroy Je vais vous raconter une histoire. Celle, récente, d'un jeune photographe, qui participe à un concours de photo. Il gagne un prix, et une agence de pub le contacte, en lui disant : « Votre photo primée, c'est exactement ce qu'on cherche pour notre client, elle correspond aux couleurs, à la charte graphique, etc. On vous la prend pour 9 500 euros. » Le jeune photographe répond : « Laissez-moi passer 2-3 coups de fils pour réfléchir... ». Evidemment à 9 500 euros, tout le monde lui a dit qu'il fallait y aller et que c'était une vraie aubaine. Il rappelle donc l'agence de pub dès le lendemain et s'entend dire : « On a changé d'avis. » Il demande pourquoi. En fait, il avait mis ses photos sur une agence libre de droits, en accès libre. Pendant qu'il réfléchissait à sa proposition, en moins de vingt-quatre heures, l'agence de pub avait repéré la fameuse photo sur le site et... l'a chargée pour 1 euro ! Le mec a donc perdu 9 499 euros. Et bien, moi je lui dis : « Bien fait pour ta gueule ! Tu crois qu'en mettant tes photos sur un site gratuit, tu vas avoir *National Geographic* et *Geo* qui vont t'appeler en disant : « Vous êtes génial, on vous envoie à Bornéo pour faire 15 pages et la couverture ? » La réponse est non, tes photos, elles seront téléchargées pour 1 euro.

Que faire pour contrer ces pratiques ? Les photographes, les syndicats et associations de photographes ne doivent-ils pas se bouger ?

JF Leroy Mais ils le font ! L'ANJRPC, FreeLens, pour ne citer qu'eux, se battent comme des malades. Des réunions inter-agences sont même organisées, pendant lesquelles les directions rassurent les photographes en jurant leurs grands Dieux que « Non, jamais ils ne feront de forfait ». Mais par derrière, malgré ces belles promesses, des deals se font quand même.

De quelle façon Visa pour l'Image a-t-il encore sa place dans ce contexte morose ? Parce qu'à écouter votre constat, on fait encore une édition en septembre prochain et puis après, c'est terminé !

JF Leroy Ce qui est certain, et c'est très clair pour moi, c'est que le jour où je ne prendrai plus de plaisir à faire ce festival, j'arrêterai. Je n'ai pas envie d'être le gardien de *Jurassic Park*. Il n'est pas question que Visa pour l'Image devienne le cimetière des vieux éléphants. Maintenant, oui, j'observe une réalité concrète : il y a dix ans, on construisait des soirées de projections et on montait des expos, en laissant sur le bas-côté 300 sujets qui étaient bien, mais pour lesquels on n'avait pas de place. Ce n'est plus le cas aujourd'hui.

Est-ce que vous n'allez pas radicaliser vos choix pour la 21e édition? Allez-vous, en réaction à tout cela, être encore plus pointu, plus défenseur de l'intégrité journalistique ? Ou, au contraire, le contexte morose du photojournalisme modifie votre manière d'organiser les expositions ?

JF Leroy Je vais être méchant mais j'en reviens à mon exigence de qualité : sur les 4 000 sujets que je reçois dans l'année, 3 000 sont indignes au niveau photographique, journalistique, réalisation, enquête. Je reçois encore des photos, des reportages sur Cuba, avec des Cadillac roses et des rouleuses de cigares ! Vous ne pouvez imaginer le nombre de sujets que je reçois sur les transsexuels en Thaïlande, à Cuba, et ailleurs, où vous ne voyez rien, vous n'apprenez rien. Et autant d'autres sujets ineptes. Un photographe m'a envoyé dernièrement un sujet, en expliquant dans son texte d'introduction : « J'ai enquêté sur la recrudescence de la tuberculose chez les réfugiés tibétains à Dharamsala ». Tu te dis « tiens, c'est un sujet intéressant, peu connu ». Tu ouvres alors le cd : tu as 50 photos de types en gros plan avec un masque sanitaire sur le visage ! Tu ne vois pas l'hôpital, ni les médecins, ni le contexte, rien. Ce photographe, il faut qu'il change de métier ! Et si un mec crève de ne pas vivre de ça, c'est qu'il n'est pas journaliste. Ou cet autre, qui m'envoie 60 photos de tracteurs pour illustrer un sujet sur le rôle du tracteur dans la société en Finlande : il est formidable pour travailler chez Massey Ferguson.. C'est clair et net, je ne me mettrai pas à faire du tracteur finlandais pour remplir mes 30 expos. Ni du transsexuel, ni de la rouleuse de cigares. Donc, oui, j'ai envie de radicaliser mes choix.

Le jour où vous n'avez plus rien à montrer, vous arrêtez tout ?

JF Leroy Si je ne prends plus de plaisir à trouver des photographes, j'arrête aussi... Je pense vraiment que la force de Visa, c'est justement l'exigence, la découverte. En 21 ans, on a quand même découvert beaucoup de monde. Le Bangladais Munem Wasif l'année dernière, si ce n'est pas une découverte ! Cela a été une révélation internationale. Il a été beaucoup publié et a été primé à plusieurs reprises à la suite de Visa pour l'Image. L'année dernière, comme les années précédentes d'ailleurs, quand je me balade au couvent des Minimes ou à l'Eglise des Dominicains, j'ai l'impression de montrer un programme de qualité. Faire des redécouvertes comme on a fait l'année dernière avec Duncan et Horst Faas, c'est génial, ce sont de véritables et formidables leçons de photojournalisme.

D'année en année, le public – dont on nous dit sans cesse qu'il n'achète les magazines que quand il y a du people – est de plus en plus nombreux à venir voir les expos et les projections à Perpignan ; chaque année, aussi tous les professionnels y célèbrent en chœur le reportage photo. Cet intérêt des journaux pour le photojournalisme, affichés une seule semaine par an, ne vous agace-t-il pas ?

JF Leroy Il y a 4-5 ans déjà j'avais fait mon édito qui se terminait en disant : « Arrêtez de dire que ce qu'on fait à Perpignan est formidable. Mais achetez-le, publiez-le ». Cela fait des années qu'on le leur dit. Il y a 12-15 ans, un sujet montré à Visa pour l'Image était publié 3, 4, 8 fois ensuite dans la presse. Aujourd'hui ce n'est plus vrai du tout.

Ces dernières années, on a découvert à Perpignan deux ou trois jeunes photographes de grand talent, âgés d'une vingtaine d'années, qui n'ont pas attendu de commandes des journaux, et sont partis d'eux-mêmes sur des terrains difficiles. Selon vous, les photographes prennent-ils toujours assez de risque pour faire leur métier malgré ce contexte morose ?

JF Leroy Cela rejoint le début de notre conversation : il y a dix ans, un mec qui partait à ses frais, s'il rapportait un bon sujet, trouvait toujours un journal pour le publier. Aujourd'hui, ce n'est plus vrai.

Ce déficit de bons sujets de photojournalisme que vous déplorez cette année n'est donc imputable qu'aux seuls journaux ?

JF Leroy Il faut avoir du cran aujourd'hui pour se lancer seul, sans le soutien d'un journal, dans la réalisation d'un reportage de fond. Même quand il est acheté par un titre ensuite. Prenons l'exemple encore du travail de Jérôme Sessini sur les narcotrafiquants mexicains : ses parutions dans le *Monde* 2 et *Le Figaro Magazine* ne couvrent pas ses frais de production. Parce que les tarifs ont été divisés par 4 en dix ans. Même dans le people, un sujet qui se vendait 200 000 francs il y a dix ans, il est acheté 8 000 euros aujourd'hui. C'est une réalité.

Voyez-vous une tendance à la facilité, voire à la complaisance ?

JF Leroy Encore une fois, il n'y a information que si le sujet est contextualisé. C'est comme les chaînes de télé qui, pendant le tremblement de terre en Italie ne nous montraient en boucle que des témoignages de gens en larmes en gros plan, qui ont perdu leur nièce, leur cousin ou leur maison. Seuls, des témoignages ne suffisent pas à informer. Cela vaut en caméra comme en photo. Comment se fait-il qu'en Irak un Yuri Kozyrev soit capable de te montrer en photo des trucs que tu ne vois pas en télé ? Parce qu'il a l'œil et qu'il est journaliste.

Et parce qu'il a passé 5 ans, opportunité rare, à travailler sur le sujet.

JF Leroy D'accord, mais il a un œil et il a conscience que tu ne montres pas l'Irak en faisant des portraits de soldats, même si c'est ce que lui demande le magazine pour lequel il travaille. Sessini, n'est pas resté cinq ans au Mexique à suivre les narcotrafiquants, et il te fait un reportage complet, situe l'histoire et la problématique, il ne balance pas un enchaînement de portraits. C'est ce que je disais en 2007 sur les Enfants de Don Quichotte : ce qui s'est passé autour des sans-abris était un fait de société passionnant à couvrir. J'ai reçu 153 dossiers : pas un montrable. Là, il n'était pas question d'une prise de risque financier dans une guerre au bout du monde ! Je parle juste de gamberge, d'une réflexion, d'analyser une situation. Regardez ce que fait Stanley Greene sur les héroïnomanes en trois semaines en Afghanistan, terrain on ne peut plus difficile : il est capable de ramener 54 photos (j'en ai choisi 54, j'aurais pu en choisir 90) qui me décrivent une vraie situation et me racontent une véritable histoire. Il n'est pas tombé dans le portrait du mec avec sa kalachnikov. Je veux juste dire que, à budget égal, quand tu es sur place, il y a une manière de travailler. De faire du journalisme.

Un tout jeune photographe déboule dans votre bureau demain et vous dit : Je me lance dans la photo. Quels conseils lui donnez-vous ?

JF Leroy A priori, j'essayerai de l'orienter vers autre chose... Ce boulot est devenu extrêmement difficile. En même temps, quand je découvre le travail de Massimo Berruti sur le Pakistan, je suis estomaqué. Classique, efficace, fort... Il n'a pas 30 ans, mais une maturité visuelle impressionnante. Exactement le type de photographe que Visa pour l'Image doit, et veut soutenir ! Alors, Munem Wasif l'an dernier, Berruti aujourd'hui, vous voyez que j'ai encore des raisons d'espérer, et de croire...

Alors, il n'y a plus d'information possible ?

JF Leroy En tout cas via la photo. On est tous conscients que la presse que nous avons aimée et défendue n'existe plus. Que nous sommes à une époque charnière et qu'il va falloir trouver d'autres moyens de diffusion des photos. Et qu'il est urgent d'imaginer les pistes d'un nouveau modèle économique qui permette aux photographes de continuer à produire. Malheureusement, une certaine époque est révolue, parce que je pense que les journaux ne retourneront jamais aux mains des journalistes. Je deviens pessimiste à partir du moment où des dirigeants de presse demandent un plan financier sur l'année à venir... On peut prévoir le Festival de Cannes, le Tour de France et Roland Garros, mais comment à l'avance, prévoir et budgéter qu'à telle ou telle date de l'année, on enverra – et cela a un coût – un photographe en Somalie, en Irak, au Zimbabwe ou en Afghanistan ?

Pour clore cet entretien, êtes-vous aussi noir que vous le laissez apparaître ?

JF Leroy Si j'étais aussi noir ou aussi pessimiste que cela, j'arrêteraï. Or je continue, j'y crois, et nous avons de belles années devant nous. Merci à Berruti, Wasif, Zalmai. Eux, comme beaucoup d'autres, y croient encore. Ce n'est pas moi qui leur donnerai tort !

Annexe 5

Rapport de la Société Ithaque

2 juillet 2010



ITHAQUE

5, rue de Charonne
Tél : 01 47 00 55 34
75011- PARIS

ETUDE DE LA FILIERE DU PHOTOJOURNALISME

Appui à la mission de l'IGAC

Rapport final

Claude Vaclare
Rémi Debeauvais
2 juillet 2010

Sommaire

<u>1 - LE CONTEXTE</u>	4
>Un contexte de crise	4
>Un fort impact des nouvelles technologies	4
>Une situation difficile de la presse écrite en général	5
>Comprendre les enjeux de la crise	5
<u>2 - L'APPROCHE STATISTIQUE</u>	7
<u>2.1- Les données de la CCIJP/Observatoire des métiers de la presse</u>	8
<u>2.2- Les données d'Audiens</u>	19
<u>2.3 - Les données AGESEA</u>	24
<u>2.4 - Synthèse des données statistiques</u>	27
<u>3 - LES DIFFÉRENTS MODÈLES PROFESSIONNELS ET LEURS ÉVOLUTIONS</u>	29
<u>3.1 - L'organisation de la production</u>	29
<u>3.2 - Le modèle économique des agences</u>	31
<u>3.3- Le modèle économique de la production indépendante</u>	34
<u>3.4- Les nouveaux opérateurs</u>	38
<u>4 - LES GRANDES TENDANCES DE L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ</u>	38
>Le symptôme de la crise : une forte baisse des prix	38
>La multiplication des sources d'approvisionnement à la disposition des éditeurs	39
>Le développement du DR	40
>La multiplication des sources de revenu : une nécessité pour les photojournalistes	40
>La baisse du chiffre d'affaires et du marché des agences spécialisées	42

5 - PROPOSITIONS ET RECOMMANDATIONS DE SUIVI DES INDICATEURS 42

1 - LE CONTEXTE

Le métier de photojournaliste est en pleine révolution : avènement de la technologie numérique à toutes les étapes du processus de la création photographique (prise de vue, transmission des images, impression, présentation), bouleversement des règles de commercialisation dû à internet et à la crise que traverse la presse...

➤ Un contexte de crise

La crise du photojournalisme est évoquée par de nombreux acteurs de cette filière, dont les photojournalistes eux-mêmes et les agences de presse spécialisées. Ces causes et leurs conséquences semblent bien connues : « *Baisse des commandes des magazines devenus plus consommateurs d'images que producteurs, difficultés à partir faire du reportage sur le long terme, concurrence des agences filaires (AFP, AP, Reuters) capable de couvrir le monde entier, possibilité pour chaque citoyen d'être témoin-reporter d'un événement d'actualité et d'envoyer ses images aux journaux, concurrence des sujets "people" plus vendeurs, difficultés des photographes sur le terrain vis-à-vis de la censure des institutions, des armées, des entreprises ou encore réduction de la place accordée à la photographie d'information qui n'a plus qu'une fonction illustrative* »¹. D'une manière générale, le discours sur l'état économique et social du photoreportage est négatif et, depuis 2000, la tourmente dans laquelle sont entrées les agences de presse, y compris les plus prestigieuses (Gamma, Sygma...) n'a fait qu'amplifier ce phénomène. Si certains sont défaitistes face à cette situation, d'autres continuent cependant à croire à l'avenir de cette profession mais un avenir dont les contours restent encore aujourd'hui incertains.

➤ Un fort impact des nouvelles technologies

Ces dernières années, l'impact du numérique et de la généralisation d'Internet a porté tant sur l'amont et que sur l'aval de la production de la photographie d'information. L'amont, parce que le numérique accroît la vitesse de circulation et de diffusion des images ; l'aval, parce qu'il rend l'image accessible et abondante dans des conditions techniques d'utilisation facilitées.

Pour les photojournalistes, ce sont leurs outils de travail (appareil photo et désormais vidéo, ordinateur, logiciels de traitement d'images) et leurs pratiques (prises de vue, édition...) qui les ont poussés à acquérir de nouvelles compétences. Il en va de même pour les agences où le processus d'acquisition d'images, de traitement, de diffusion et de stockage a considérablement évolué, voire a contraint les agences à rationaliser leur organisation.

Tous ont du, à des degrés divers, investir dans ces nouvelles technologies, humainement et financièrement. Cette entrée dans l'ère du numérique a donc été pour la plupart des acteurs de la filière « coûteuse » mais, comme le signalent aussi certains, elle ouvre aussi de nouvelles possibilités : pour les agences, elles permettent, entre autres, de valoriser leurs archives, activité peu développée avant l'arrivée du numérique ; pour les photojournalistes, elles rendent possible de

¹ - In - *Et si les photojournalistes étaient les plus aptes à survivre aux mutations des médias ?* Morel Pierre, Janvier 2010, site Freelens.

nouvelles formes de récits journalistiques (web reportage, web documentaire, POM²). Néanmoins, « *c'est un futur qui reste à inventer et les productions multimédias d'aujourd'hui n'en sont que les expérimentales prémices* »³ car, comme pour la presse en général, c'est le modèle économique qui demeure à trouver et personne n'a de réponse définitive sur comment financer la production d'informations.

➤ Une situation difficile de la presse écrite en général

Or, à ce jour, le photojournalisme dépend encore beaucoup, voire parfois encore exclusivement, de la presse écrite. Il en dépend et en est même parfois une des variables d'ajustement : on économise sur le budget « photos ». Les prix des photos sont tirés à la baisse par la plupart des éditeurs de presse qui par ailleurs tendent à diversifier leurs sources d'achat (amateurs, réseaux sociaux...), à utiliser davantage de photographies en droits réservés (DR)⁴ et à commander moins de reportages. Néanmoins, il est important de rappeler que si les budgets baissent, la presse écrite reste en capacité de produire et d'acheter de l'information, y compris photographique.

L'incertitude dans lequel se débat actuellement le photojournalisme va donc de pair avec celle dans lequel se trouve la presse écrite en général⁵. A la recherche de l'information à valeur ajoutée, elle connaît les mêmes interrogations sur son modèle économique. Les réponses apportées font apparaître des modèles hybrides « *... combinant gratuit, publicité, services liés à l'engagement de l'audience autour de la marque, revenus tiers, contributions directes, contenus payants sur mobile...* »⁶ ; modèles que l'on retrouve dans le photojournalisme.

Face à la crise, les photojournalistes tentent, eux aussi avec plus ou moins de succès, de diversifier leur marché en intégrant en plus du marché de la presse, ceux du « corporate »⁷, de l'illustration ou de la publicité. Ils cherchent également à s'autoproduire et se positionner sur le marché de l'édition, des expositions, festivals et galeries.

De l'abondante littérature qui documente cette question de la recherche de modèles tant pour la presse que pour le photojournalisme, émerge l'idée qui semble faire consensus, d'une demande de plus en plus importante, voire exponentielle, pour l'information sous toutes ses formes : texte, audiovisuelle ou vidéo.

➤ Comprendre les enjeux de la crise

² - POM : Petite Œuvre Multimédia.

³ - In - Article Pierre Morel, op. cit.

⁴ - Cf. § suivant.

⁵ - Cf. « *Besoins de formation et d'accompagnement des entreprises de presse confrontées aux évolutions du numérique* », Ithaque, DGEFP, CPNEF Presse, Médiafor, septembre 2009.

⁶ - Cf. Cahier média-watch, op. cit.

⁷ - Termes qui apparemment dans le contexte du photojournalisme recouvre une réalité plus large que celle du simple marché des entreprises : marché institutionnel, portrait personnalité...

Pour comprendre les enjeux de la crise que traverse actuellement le photojournalisme et pour tenter éventuellement d'y trouver des réponses, il est nécessaire de replacer le photojournalisme dans l'ensemble du système formé par ses trois principales composantes :

- les photojournalistes ;
- les agences de presse ;
- les éditeurs de presse.

→ Car c'est la filière⁸ dans son ensemble qui est impactée par les transformations de la presse et les évolutions technologiques du numérique.

On ne saurait par ailleurs parler de modèles professionnels pour les photojournalistes sans comprendre les relations sociales, économiques et juridiques entretenues entre ces trois catégories d'acteurs.

Conformément au cahier des charges de l'étude, ce document abordera successivement :

- L'approche statistique : que sait-on aujourd'hui sur les effectifs de la profession de photojournaliste et sur leur rémunération ?
- Quels sont les différents modèles professionnels et leurs évolutions ?
- Quelles sont les grandes tendances d'évolution du marché et quel impact ces évolutions ont-elles sur les acteurs de la filière ?
- Quels indicateurs pourraient être suivis à l'avenir pour améliorer le dispositif de veille sur la profession ?

⁸ - Notion de filière : comporte un amont (les photographes), un aval (les éditeurs de presse) et un intermédiaire (les agences). Les relations économiques entre ces 3 catégories d'acteurs peuvent passer par différents types de contrats (salarial, contrat commercial...).

2 - L'APPROCHE STATISTIQUE

Le recensement des photojournalistes : sources existantes et problèmes méthodologiques

Si l'on s'en tient à la définition la plus évidente : « *journaliste travaillant en tant que photographe pour un éditeur de presse* », les photojournalistes seront donc repérés :

- 1°) Par la Commission de la carte de presse (CCIJP), pour ceux dont les revenus sont tirés pour plus de la moitié de cette activité et qui ont déposé une demande, collective ou individuelle, à la CCIJP au titre de photographe de presse ;
- 2°) Par les données de la caisse de retraite de la presse (Audiens) qui enregistre toutes les rémunérations versées aux les salariés (permanents ou pigistes) par les adhérents d'Audiens ayant un code NAF relatif à la presse.

La CCIJP recensera donc les photojournalistes qui constituent le cœur de la profession car ils en tirent plus de 50% de leur revenu. Une partie d'entre eux peuvent avoir par ailleurs des revenus issus d'autres types d'employeurs (hors presse) ou de prestations (expositions...).

Audiens recense plus largement tous les photographes ayant travaillé au moins une fois dans l'année pour une entreprise de presse, qu'ils soient ou non titulaires de la carte de presse. Cette source permet donc, théoriquement, de repérer l'ensemble des photographes travaillant, de près ou de loin pour la presse.

Enfin, l'AGESSA enregistre les rémunérations versées sous forme de droits d'auteur. Son fichier est composé d'une part de photographes (journalistes ou non), et d'autre part d'entreprises repérés à partir de leur code NAF. Seules les agences de presse (code 38) sont repérables car les éditeurs de presse sont censés rémunérer les photographes en salaire et non en droits d'auteurs. On peut formuler l'hypothèse que l'essentiel des droits d'auteurs versés par les agences, le sont aux photographes. En revanche, il est impossible de distinguer les photojournalistes des autres photographes.

La statistique publique (RP 2006⁹, Enquête Emploi, Unedic ou DADS¹⁰) n'est pas mobilisable dans le cas précis du photojournalisme :

- La source Unedic et la source DADS ne sont pas assez précises pour identifier les photojournalistes en tant que tels¹¹ ;
- Les sources RP 2006 et l'enquête emploi descendent au niveau les plus fins de la nomenclature des professions mais celles-ci comportent des

⁹ - Recensement de la population 2006

¹⁰ - Déclaration Annuelle des Données Sociales

¹¹ - A l'exception des DADSU reçues par Audiens comme le montre le traitement effectué - cf. page 19

« photographes » ou des « journalistes » mais pas des « photojournalistes », ce qui est dans la logique de cette nomenclature¹². Tout au plus peut-on croiser la PCS « photographe » avec les codes NAF spécifiques de la presse. Mais les résultats que nous avons obtenus à partir d'un essai sur la seule région IDF montrent que les données sont trop imprécises pour être exploitées.

Enfin, d'autres sources ont été explorées telles celles du ministère des finances sur le statut d'auto-entrepreneur, mais pour les mêmes raisons que celles évoquées précédemment, il n'est pas possible de distinguer les photographes des photojournalistes qui ont éventuellement adopté ce statut¹³.

Au total, 3 sources principales sont présentées ci-dessous :

- Les données de la CCIJP qui sont traitées par convention par l'Observatoire des métiers de la presse ;
- Les données d'Audiens qui a réalisé, à notre demande et pour les besoins de cette étude un traitement spécifique ;
- Les données de l'Agessa qui a réalisé à notre demande un traitement spécifique sur les droits d'auteurs collectés en provenance des agences de presse.

2.1- Les données de la CCIJP/Observatoire des métiers de la presse

➤ La méthode

L'Observatoire a produit des données complètes et actualisées en 2009 à partir des fichiers de la CCIJP sur le champ des photojournalistes détenteurs de la carte¹⁴.

Sont considérés comme photojournalistes dans ce traitement, les titulaires de la carte qui ont déclaré leur exercice professionnel sous les intitulés :

- Photographe ;
- Reporter photographe ;
- Journaliste photographe ;
- Photographe enquêteur.

Il s'agit d'un **comptage** fondé sur une variable déclarative, à savoir les intitulés de fonctions utilisées par les journalistes qui sont assimilées au métier de "photojournaliste". A l'échelle de cette petite profession, facilement identifiable sur le plan sémantique, il peut être considéré comme fiable.

¹² - Celle-ci est construite sur la profession et non sur le croisement entre un métier et un secteur d'activité, ce qui est le cas des photojournalistes.

¹³ - Selon "l'Observatoire de l'auto-entreprise", les photographes en général, représenteraient 1% des auto-entrepreneurs mais il s'agit essentiellement de photographes présents sur le marché des particuliers.

¹⁴ - Premières données sur les photojournalistes, Observatoire des métiers de la presse, juin 2009. Document de travail.

➤ L'évolution des effectifs

Le nombre de photojournalistes est de 1 315 en 2009¹⁵.

	Nombre photojournalistes encartés	Total journalistes encartés	% photojournaliste s / journalistes	Evolution annuelle
2001	1 526	34 832	4,38%	4,0%
2003	1 513	36 113	4,2%	-2,3%
2005	1 447	36 828	3,93%	-4,1%
2007	1 414	37 738	3,75%	-3,7%
2009	1 315	37 906	3,47%	-6,4%

Source : Observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

Le tableau ci-dessus rend compte de l'évolution des effectifs entre 2000 à 2009. Ce mouvement recouvre une légère augmentation de 2000 à 2003 (+5%), puis une légère diminution de 2004 à 2009. Le mouvement à la baisse s'est accentué sur la dernière année (2008-2009).

Les photojournalistes représentent un pourcentage décroissant de l'ensemble des journalistes (4,4% en 2000 . 3,47% en 2009).

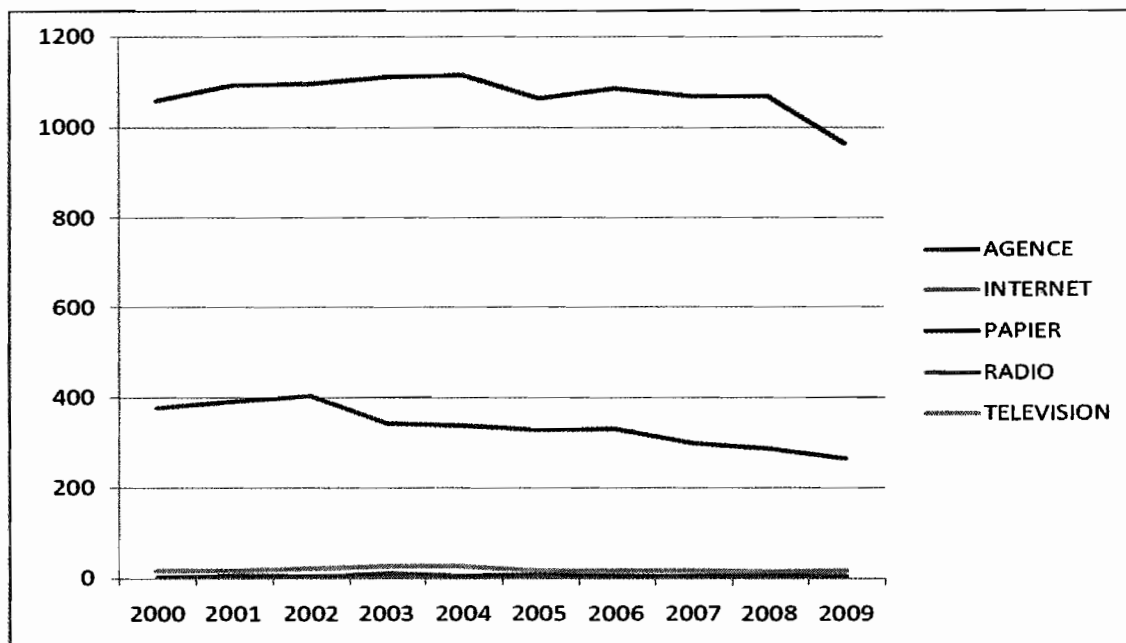
La profession est très majoritairement masculine (88% dhommes) mais le nombre de femmes progresse très légèrement sur les 10 dernières années.

➤ La répartition par secteur d'activité

Rappelons qu'il s'agit du secteur d'activité déclaré au moment de la demande de renouvellement de la carte de presse. Le photojournaliste peut donc, en cours d'année travailler dans d'autres secteurs de la presse.

¹⁵ - ce chiffre diffère légèrement de celui indiqué par la CCIJP elle-même : 1124 pour la même année 2009 mais ceci est dû à une différence possible dans le périmètre retenu (construit à partir des intitulés présents dans les dossiers déposés à la CCIJP.).

Nombre de photojournalistes par principaux types de support 2000-2009



Source : Observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

Au total, 90% des photojournalistes sont dans le secteur de la presse écrite, pourcentage en légère baisse de 2000 à 2009 sans que cette baisse soit compensée par une augmentation dans les autres secteurs d'activité (Internet, audio-visuel...).

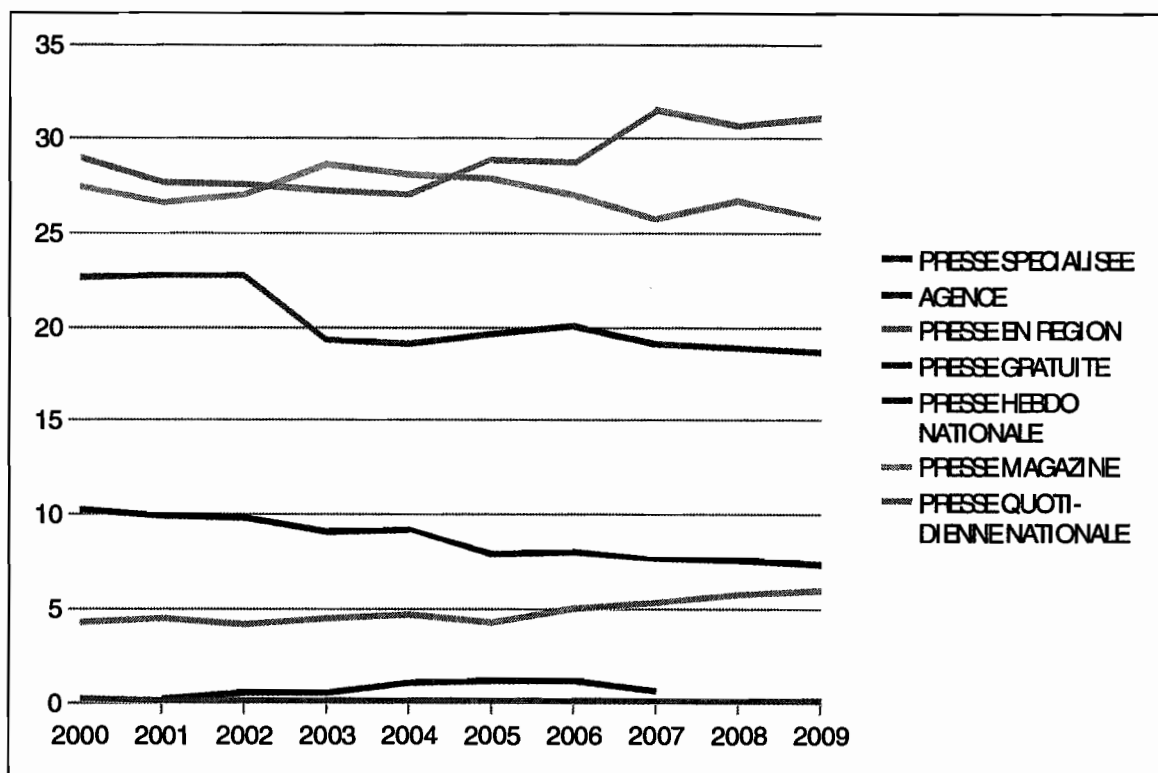
Au sein de la presse écrite on note une concentration sur 3 pôles :

- La presse en région : 31 % des photojournalistes en 2009
- La presse magazine : 26%
- Les agences : 19 %
- Les autres photojournalistes se dispersent sur des secteurs plus petits : PQN, presse spécialisée...

Au sein de la presse écrite, on note plusieurs mouvements (cf. graphique page suivante) :

- Une baisse continue des photojournalistes en agence ;
- Une baisse du nombre de photojournalistes dans la presse en région mais accentuée sur la dernière année ;
- Une part qui n'augmente pas sur les autres médias et notamment sur internet.

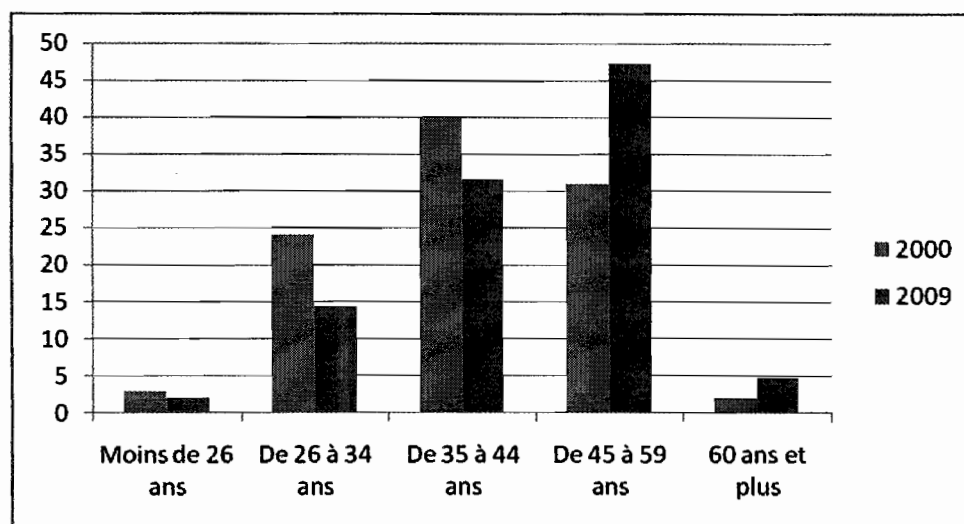
Part relative des types de presse dans l'emploi des photojournalistes (en %)



Source : Observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

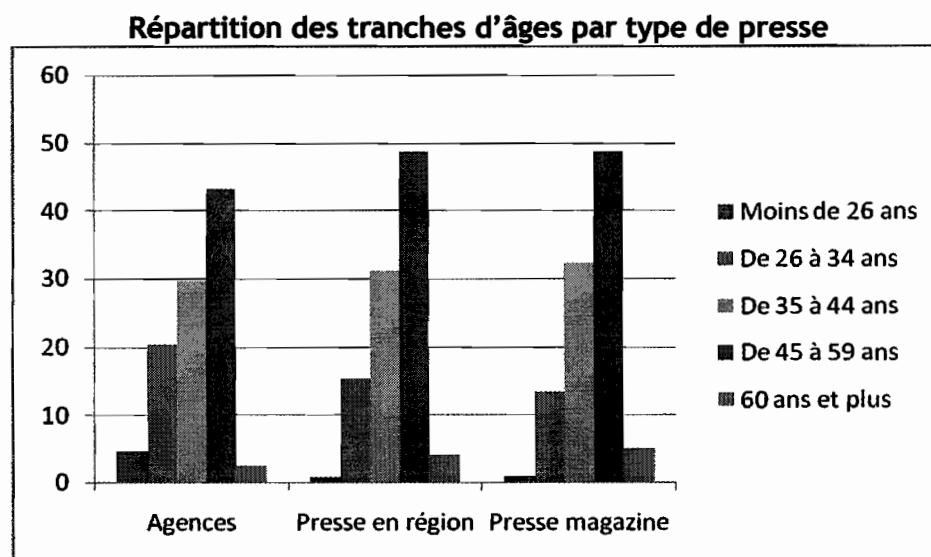
➤ Une population qui vieillit

Pyramide d'âge comparée des photojournalistes en 2000 et 2009



Source : Observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

- En 2000, 32 % des photojournalistes avaient plus de 45 ans. Ce taux passe à 52,5% en 2009.
- L'âge moyen est de 43 ans en 2008 (contre 41,7 pour l'ensemble des journalistes).



Source : Observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

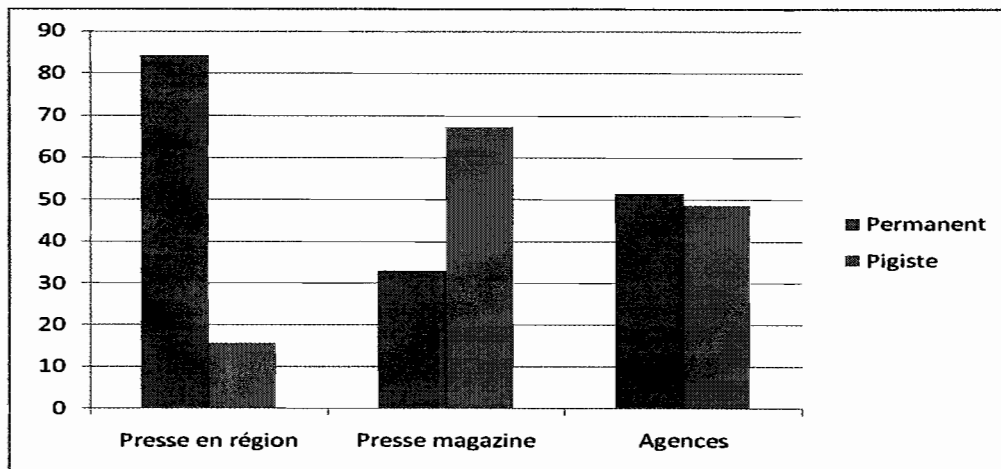
- L'âge des photojournalistes est identique en presse régionale et en presse magazine.
- C'est en agence qu'ils sont les plus jeunes. Ceci joue à la fois sur la présence de tranches âgées plus nombreuses et de tranches jeunes également plus nombreuses (au détriment des tranches intermédiaires).

➤ Une répartition permanents/pigistes relativement stable

Elle s'établit autour de 51-53% de permanents contre 46-49% de pigistes selon les années. Autrement dit, la baisse du nombre de photojournalistes affecte équitablement ces 2 catégories. On n'observe donc pas de basculement significatif de permanents vers le statut de pigiste sur les 10 dernières années.

La répartition permanent /pigiste est néanmoins très différente selon les types de presse (graphique ci-dessous chiffres 2009)

Part des permanents et des pigistes selon les secteurs d'activité



Source : Observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

➤ Des rémunérations différentes selon les statuts

Les données de la CCIJP sur les rémunérations peuvent être considérées comme fiables. Les revenus déclarés visant à obtenir la carte n'ont en effet pas de raison d'être minorés. En revanche, on peut estimer qu'il existe une frange de la profession qui renonce au dépôt de dossier, estimant ne pas remplir les conditions pour obtenir la carte¹⁶.

Ceux qui obtiennent la carte présentent des profils de rémunérations différents selon qu'il s'agit des permanents ou des pigistes.

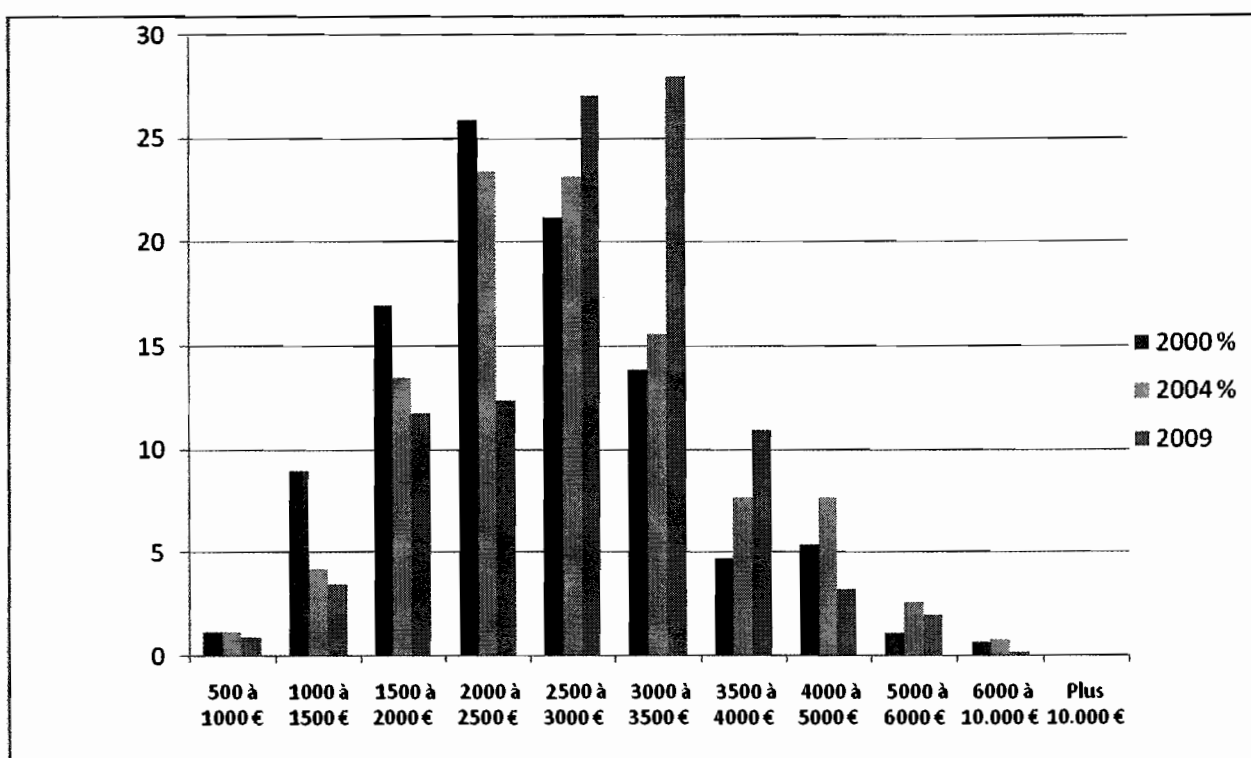
Pour les photojournalistes permanents

La moyenne de rémunération en 2009 est de 2 787 € brut mensuelle :

- 15% gagnent moins de 2 000 €
- Le mode est 2 500 à 3 000 €
- L'écart-type est faible : 1 647 €, signe d'une relativement faible dispersion autour de la moyenne.

¹⁶ - Ce que confirment les entretiens réalisés au cours de l'étude auprès des photojournalistes.

Répartition de la rémunération brute mensuelle des photojournalistes permanents 2000 - 2004 - 2009 (en %)



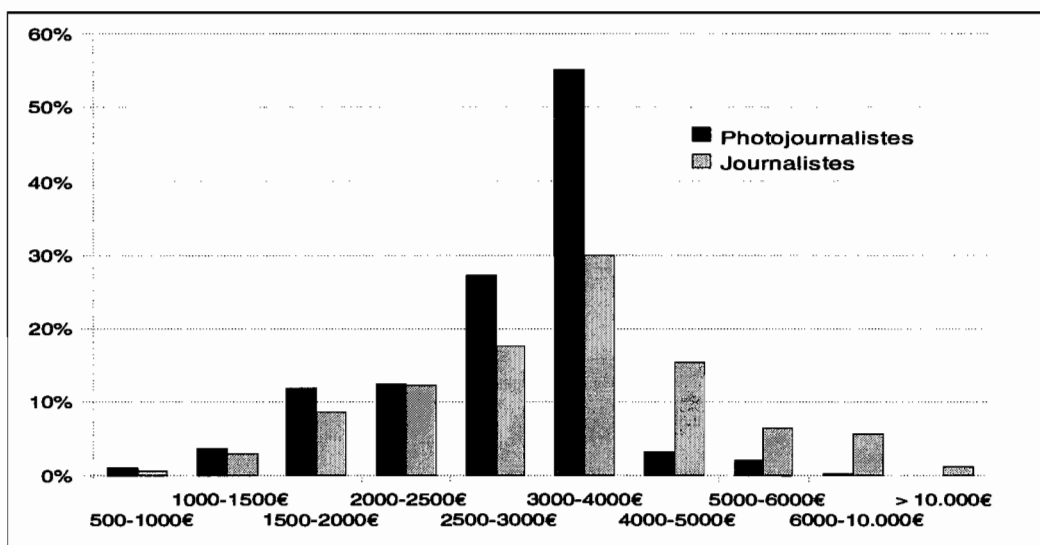
Source : observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

L'évolution entre 2000 et 2009 montre clairement :

- Une augmentation relative du nombre de photojournalistes positionnés sur les tranches supérieures à 2 500 euros ;
- Une diminution relative du poids des tranches inférieures à 2 500 €.

On notera que les rémunérations des photojournalistes permanents sont inférieures à celle des journalistes ayant le même statut comme le montre le graphique page suivante¹⁷ :

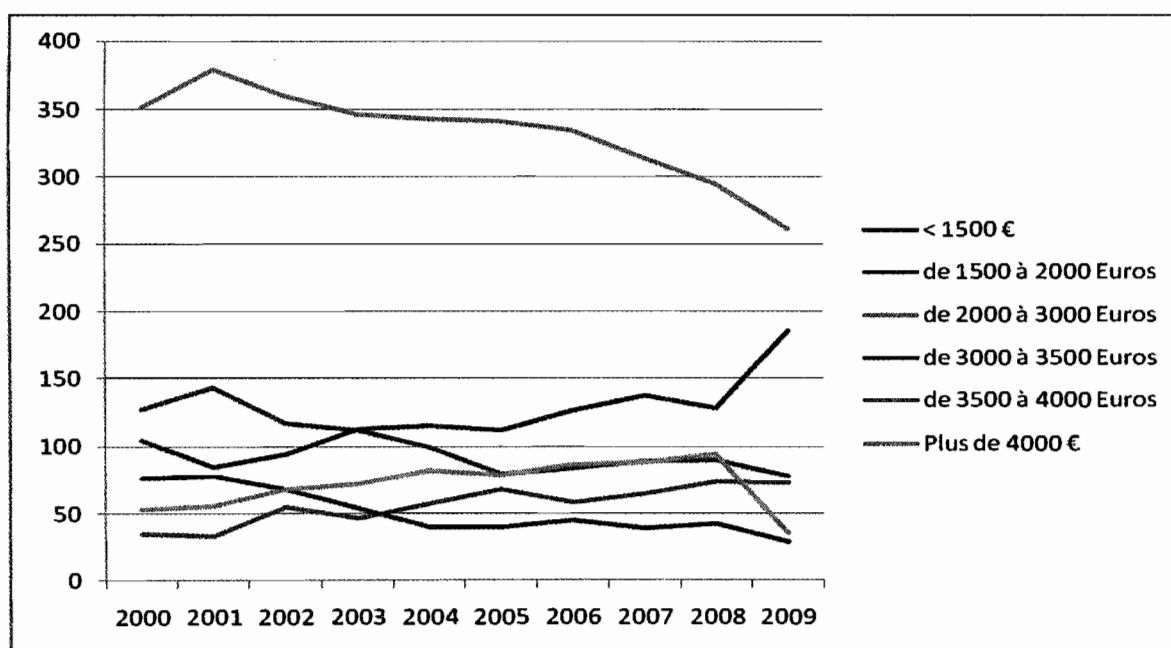
¹⁷ - le même graphique n'est pas réalisable pour les pigistes, au vu des seules données dont nous disposons mais les indicateurs globaux sur les rémunérations des pigistes montrent également un écart en faveur des journalistes pigistes.



Source : observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

Analysés plus en détail, on observe plusieurs types de mouvements (cf. graphique page suivante) :

Evolution de la rémunération des photojournalistes permanents 2000-2009 (en effectifs)



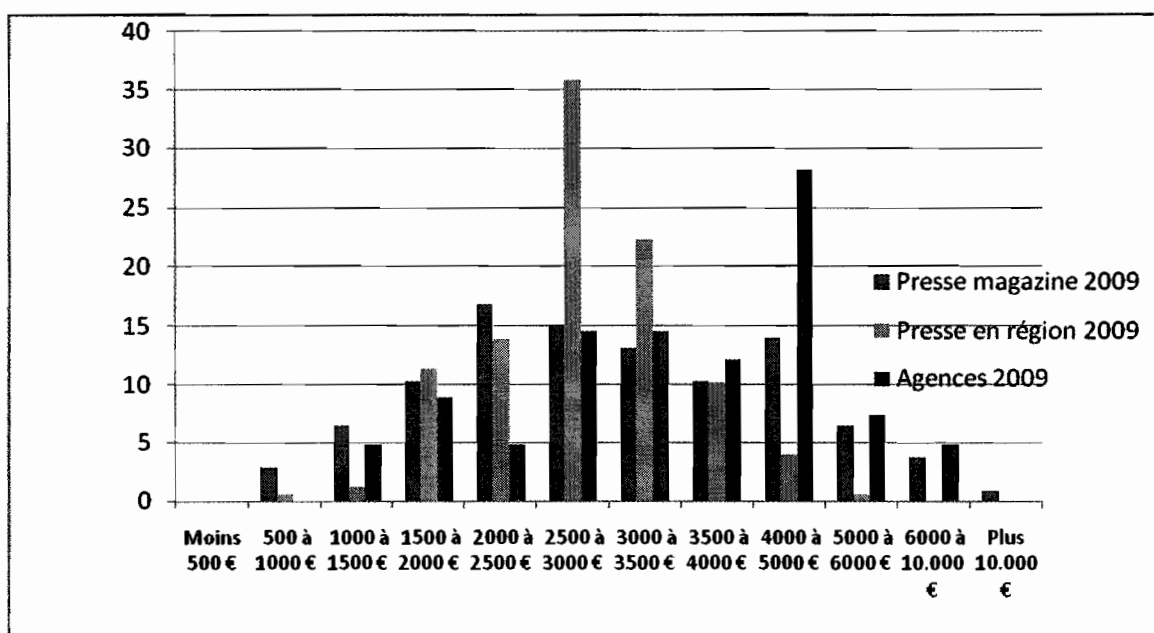
Source : observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

- Les tranches les plus élevées (toutes celles supérieures à 3000 €) augmentent en effectifs sur l'ensemble de la période. Celles supérieures à 4000€ connaissent une chute de leurs effectifs entre 2008 et 2009 €, chute qui paraît s'être reportée sur la tranche immédiatement inférieure (3000-3500 €) ;

- La tranche 1500-2000 € baisse sur l'ensemble de la période mais ses effectifs sont stables depuis 2005 ;
- La tranche 2000-3000€, de loin la plus importante en nombre, est celle qui baisse le plus régulièrement depuis 2001 ;
- Prises globalement, les tranches les plus faibles (<1500 € et 1500-2000€), sont également en baisse d'effectifs sur l'ensemble de la période malgré la relative stabilité de la tranche 1500-2000€ depuis 2005.

Analysé par type de presse, les rémunérations présentent des spécificités :

Répartition des rémunérations des photojournalistes par type de presse



Source : Observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

- Les rémunérations des photojournalistes permanents sont globalement plus élevées en agence ;
- Elles sont moyennes en presse régionale et plutôt concentrées autour de la moyenne et du mode ;
- Elles sont plus étalées en presse magazine, avec une part plus importante que dans les autres médias de photojournalistes qui ont de faibles rémunérations, mais également une part plus grande qui présentent de plus fortes rémunérations.

Pour les journalistes pigistes

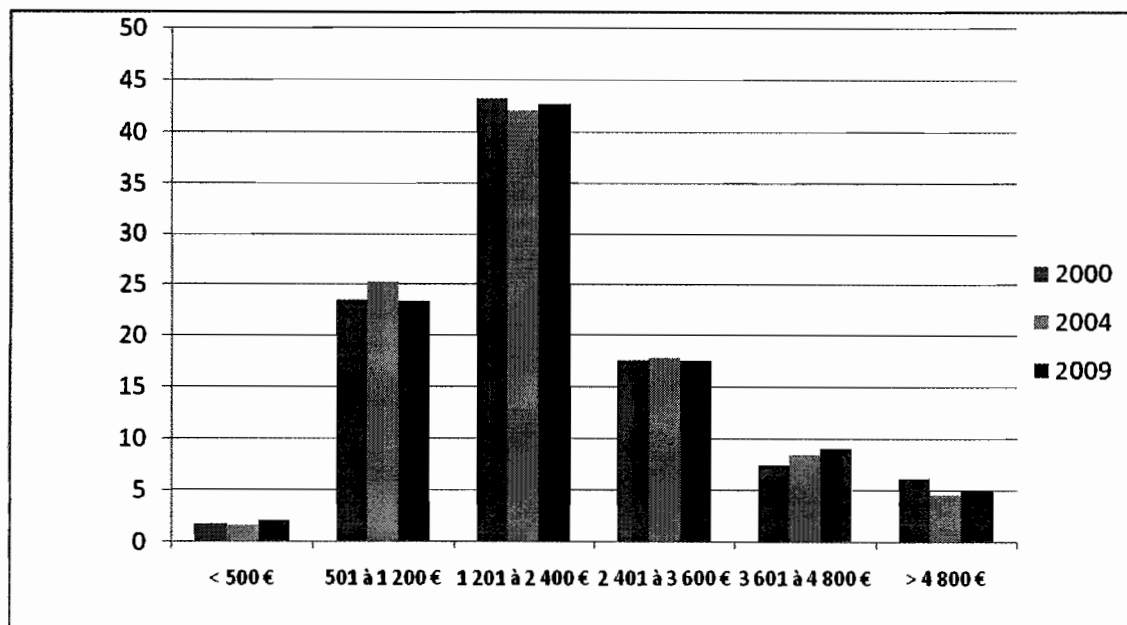
La moyenne des rémunérations brutes mensuelles en 2009 est de **2 341 €** :

- 25% d'entre eux gagnent moins de 1 200 € (contre 15% pour les permanents) ;

- Le mode est 1 200 à 2 400 € (contre 2 500-3 000€ pour les permanents) et cette tranche rassemble 45% de la population ;
- L'écart-type est élevé par rapport à la moyenne (8 218 €), signe d'une dispersion des rémunérations plus forte que pour les permanents.

Répartition des photojournalistes pigistes par tranche de rémunération brute mensuelle

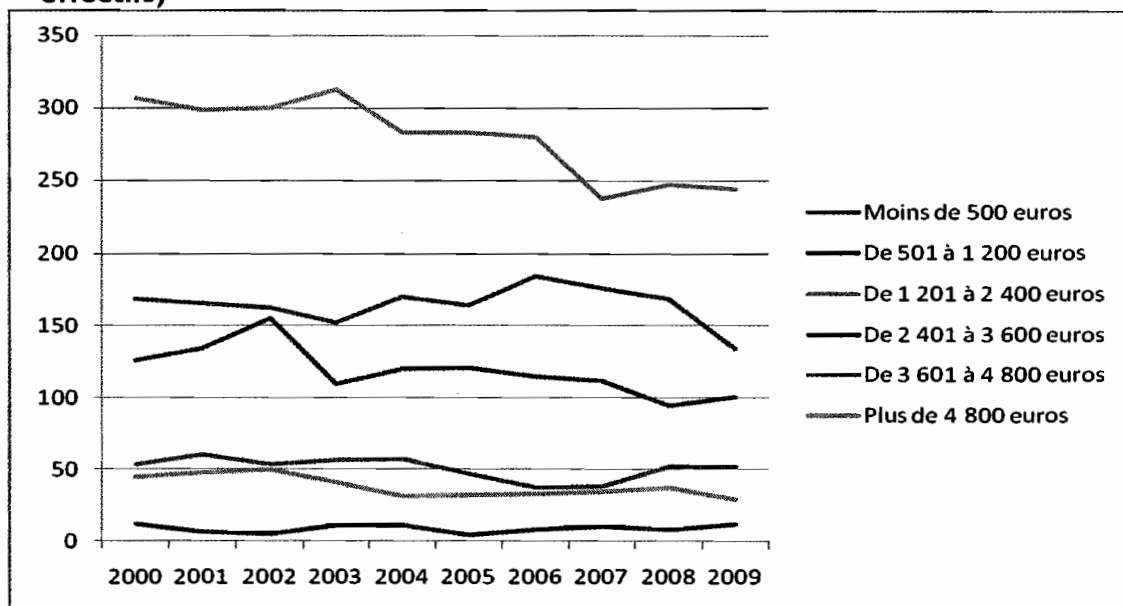
2000 - 2004 - 2009 (en %)



Source : observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

On note que la structure des rémunérations est très stable sur la période 2000-2009. Seule la tranche 3 600€-4 800 € connaît une légère augmentation de son poids relatif. Analysé en effectifs, les évolutions portent sur un nombre d'individus assez limité mais sont un peu plus marquées (cf. graphique page suivante) :

Evolution des rémunérations de 2000 à 2009€ - photojournalistes pigistes (en effectifs)



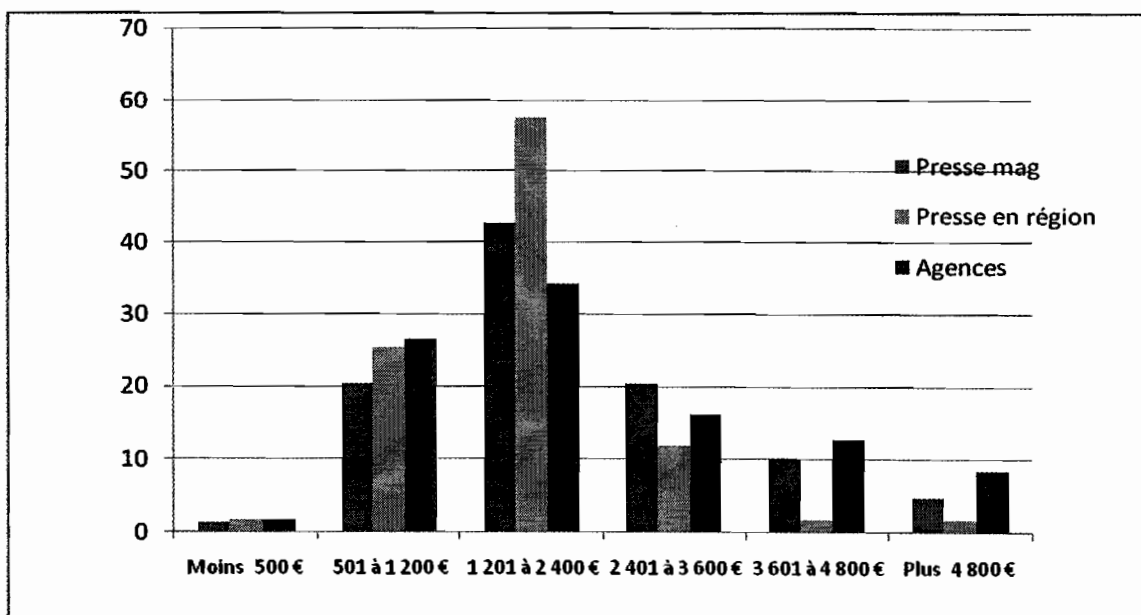
Source : observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

Les deux tranches les plus basses voient leurs effectifs diminuer chacune d'une centaine d'individus :

- La tranche 500 € à 1200 €. Cette diminution n'intervient que sur les 3 dernières années (2006-2009)
- La tranche 1200-2400 €. La diminution est observable sur toute la période.
- Les autres tranches ne connaissent pas d'évolutions significatives.

Comme pour les permanents, ces données sont variables par type de presse :

Les rémunérations des pigistes par type de médias



Source : observatoire des métiers de la presse - données CCIJP

- C'est en agence qu'on trouve le plus de pigistes gagnant moins de 1 200 €. Mais c'est également en agence qu'on trouve le plus de pigistes gagnant plus de 2 400 € ;
- Les rémunérations des pigistes sont globalement plus concentrées en presse régionale autour de la moyenne et du mode (1200-2400€) ;
- Les rémunérations des pigistes en presse magazine sont plus étalées avec une part plus importante de photojournalistes aux rémunérations > 2400 € que dans la presse régionale (mais moindre cependant que dans les agences).

2.2- Les données d'Audiens

➤ La méthode

Le secteur de la presse est défini à partir des codes NAF. Un traitement spécifique a été réalisé par le service « Pilotage et statistiques » d'Audiens à partir des DADS-Unifiées. Ce sont celles qui sont transmises par informatique et qui comportent - contrairement à celles transmises par support papier - les intitulés de métier.

Dans le secteur de la presse, le taux de transmission des DADS par informatique est élevé : 56% des entreprises et 90% en nombre de salariés en 2008 car les plus grandes entreprises utilisent le plus souvent ce mode de transmission. Par ailleurs ce mode de transmission progresse rapidement au fil des années ce qui permet une comparaison 2007-2008 mais pas au-delà¹⁸.

Les photojournalistes ont été identifiés à partir de 5 grands intitulés de métiers présents dans les déclarations¹⁹ :

- Journaliste photographe ;
- Photographe ;
- Photographe pigiste ;
- Reporter photographe ;
- Reporter photographe pigiste.

Les données Audiens peuvent être considérées comme fiables du fait d'un repérage facilité par la cohérence des intitulés relatifs au photojournalisme²⁰, mais elles ne sont pas exhaustives du fait qu'une partie des entreprises - les plus petites - ne sont pas télé-déclarantes.

Par ailleurs le repérage est dépendant des codes NAF des entreprises qui présentent des imprécisions (par excès et par défaut).

¹⁸ - le taux de DADS-U n'est pas suffisant en 2006 pour le secteur de la presse.

¹⁹ - les intitulés de métier sont ceux présents dans les fichiers des entreprises. Pour les 5 métiers retenus, 202 intitulés différents ont été identifiés - variations orthographiques- puis regroupés.

²⁰ - Un balayage rapide des 15 000 intitulés de métier présents dans les déclarations des entreprises de presse montre une faible probabilité pour que des intitulés pertinents échappent au recensement. En revanche il est possible que des photojournalistes soient déclarés sur d'autres intitulés que ceux retenus ("journaliste" ou "reporter" par exemple). On notera que les intitulés utilisés par les entreprises collent en général à ceux des différentes conventions collectives du secteur.

Malgré ces limites, il est clair que les données Audiens contiennent toutes les entreprises les plus importantes du secteur de la presse sans exception et peuvent être considérées de ce fait comme très représentatives. Ce sont par ailleurs les seules qui identifient les photojournalistes au-delà des seuls titulaires de la carte de presse.

➤ Les effectifs

Comptabilisé selon les principes énoncés ci-dessus, le traitement identifie près de **1 800 photojournalistes ou assimilés pour l'année 2008**. Ce chiffre est logiquement supérieur à celui de la CCIJP puisqu'il inclut tous les individus à partir d'une pige déclarée.

Si l'on considère que les données sont cohérentes entre elles, cela indiquerait qu'il existe un volant de **400 à 500 photojournalistes qui travaillent pour le secteur de la presse sans pour autant avoir la carte de presse**.

Photojournalistes et assimilés dans le champ de la presse 2007-2008

	Effectifs			Masse salariale (en K€)		
	2007	2008	évolution 2007/2008	2007	2008	évolution 2007/2008
JOURNALISTE PHOTOGRAPHE	100	103	3%	797	899	13%
PHOTOGRAPHE	848	885	4%	7 572	8 091	7%
PHOTOGRAPHE PIGISTE	339	354	4%	1 414	1 601	13%
REPORTER PHOTOGRAPHE	676	669	-1%	20 926	20 834	0%
REPORTER PHOTOGRAPHE PIGISTE	144	131	-9%	817	1 271	56%
Total dédoublonné ²¹	1 779	1 796	1%	31 526	32 695	4%

Source : Audiens

En 2008 :

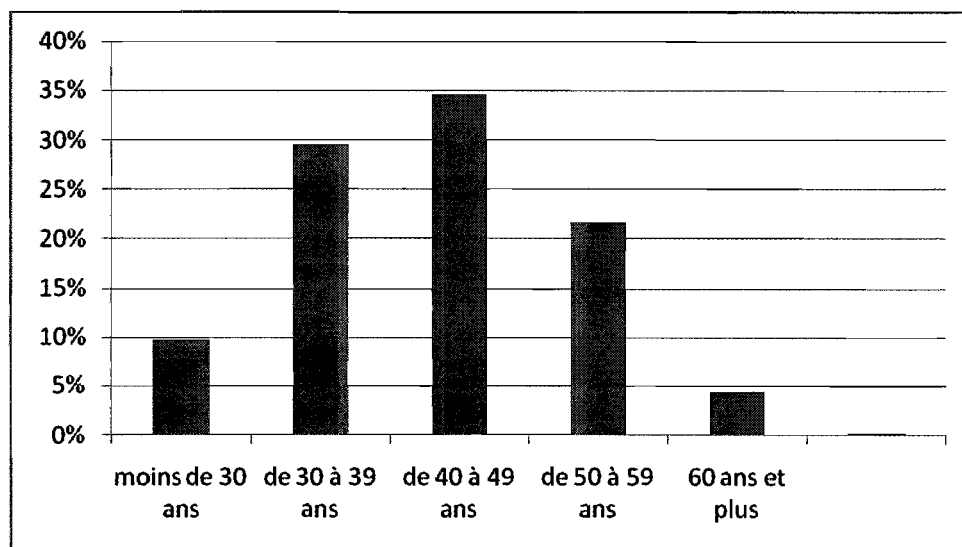
- 49% des individus sont déclarés comme photographes ;
- 19% comme reporters photographes ;
- 20% comme photographes pigistes.

Les variations des effectifs entre 2007 et 2008 apparaissent très faibles et ne doivent pas être interprétées compte tenu de la variation de périmètre entre les 2 années²².

²¹ - Un même individu apparaissant dans plusieurs entreprises n'est comptabilisé qu'une fois

²² - Le nombre d'entreprises utilisant la DADS-U augmente entre 2007 et 2008.

➤ Les pyramides d'âge 2008



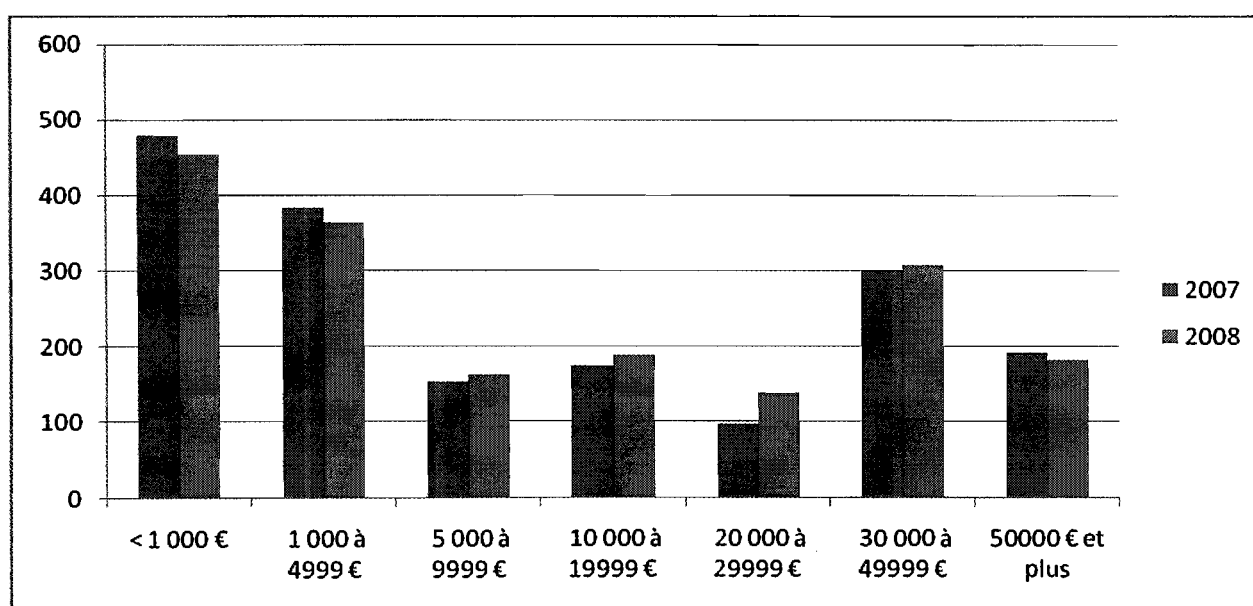
Source : Audiens

La pyramide d'âge a le même profil que celle des données de la CCIJP avec un mode marqué sur la tranche 40-49 ans et plus d'un quart des effectifs qui ont plus de 50 ans.

Les femmes sont moins nettement moins nombreuses que les hommes (18%) mais elles sont plus jeunes : 58% ont moins de 40 ans alors que cette tranche ne concerne que 32% des hommes.

➤ Les rémunérations

La masse salariale brute (après abattement des frais professionnels et notamment des 30% applicables aux journalistes) se présente comme suit :



Source : Audiens

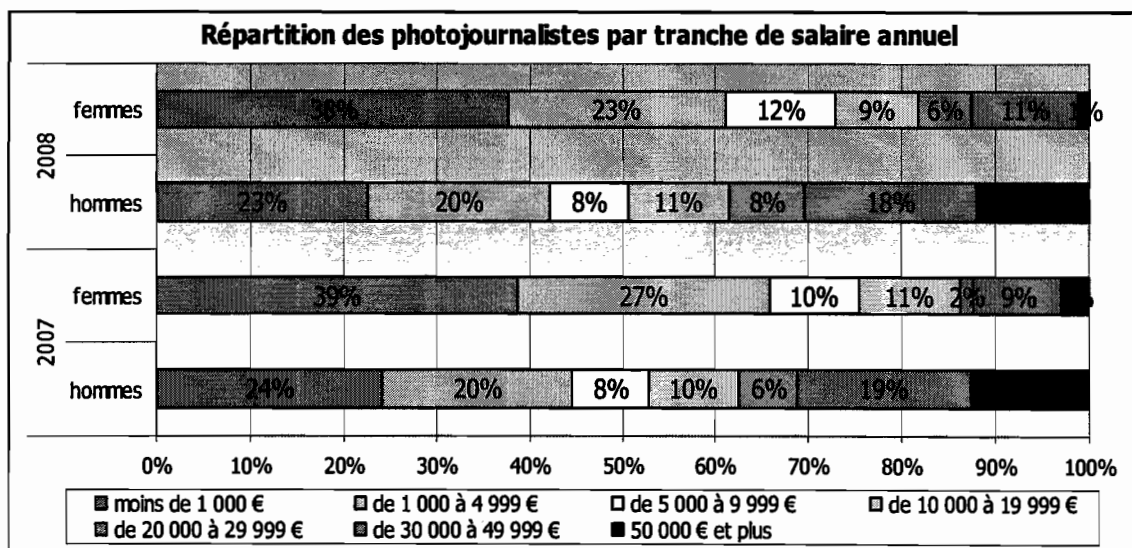
Rappel : les données rémunérations d'Audiens ne tiennent compte que des rémunérations déclarées par les entreprises de presse à l'exclusion des autres rémunérations éventuellement perçues (droits d'auteurs ou salaires versés par des entreprises d'autres secteurs).

Elles apparaissent faibles à très faibles en moyenne :

- Un quart des individus perçoivent moins de 1 000€ et 45% perçoivent moins de 5 000€ pour l'ensemble de l'année (2008) ;
- Plus d'un quart (27%) perçoivent plus de 30 000 €.

La rémunération moyenne annuelle s'établit à 18 204 € en 2008, bien supérieure à la médiane (6 700€), signe qu'elle tirée vers le haut par quelques rémunérations élevées.

Les femmes perçoivent des rémunérations beaucoup plus faibles que les hommes (leur médiane notamment s'établit à 2 100 € contre 9 070 € pour les hommes).



Source : Audiens

Bien que ces données incluent les permanents comme les pigistes, on notera le poids dans cet ensemble des individus qui perçoivent de faibles voire très faibles piges, marquant ainsi une différence importante avec les données de la CCIJP qui indiquent des rémunérations nettement plus élevées, y compris pour les pigistes.

L'année 2008 indique une augmentation par rapport à 2007. Mais ceci recouvre des mouvements différents :

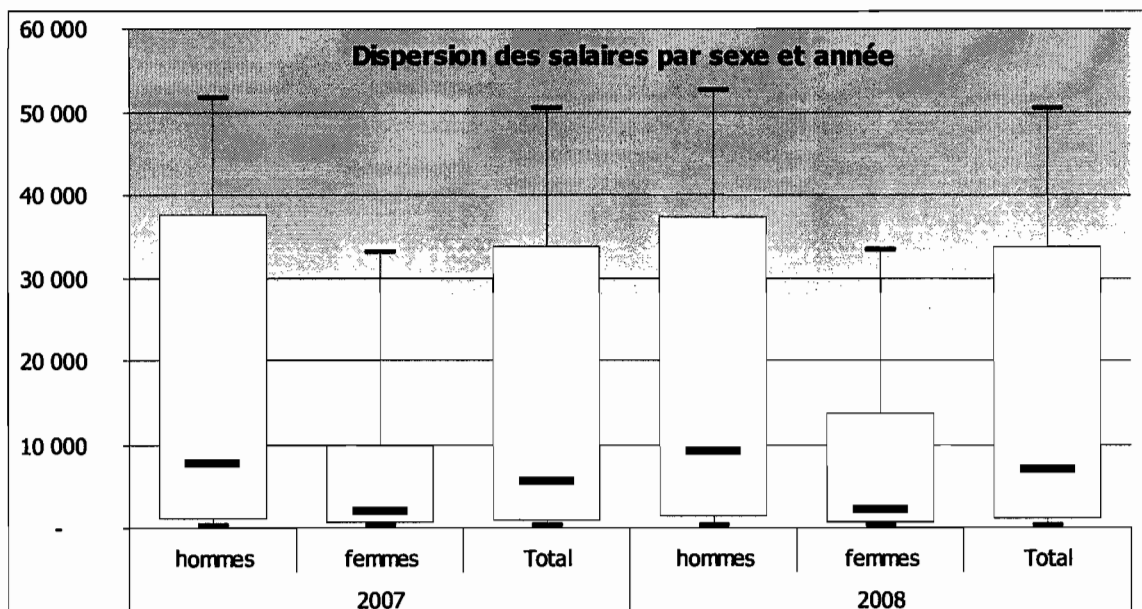
- Les 2/3 des individus n'ont pas changé de tranche entre 2007 et 2008 ;
- 21% sont dans une classe de revenus plus élevée en 2008 qu'en 2007 ;
- 17% sont dans une classe plus faible.

Indicateurs de dispersion des rémunérations

	2007	2008
1er quartile (25% de la population)	769 €	934 €
Médiane (50% de la population)	5 430 €	6 969 €
3e quartile (75% de la population)	33 663 €	33 843 €
Moyenne	17 744 €	18 204 €
écart type	22 413 €	22 167 €

Source : Audiens

Le graphique ci-dessous montre clairement la forte dispersion des rémunérations, dispersion encore accentuée si on analyse par sexe :



Lecture du diagramme : Dans le rectangle se trouvent en bas le 1^{er} quartile, en gras et en rouge la médiane et en haut le 3^e quartile. Ce qui signifie que 50% des données se trouvent dans cette "boîte". Les "moustaches" indiquent le 1^{er} et le 9^e déciles et les valeurs couvertes par ses traits et la boîte représentent 80% de la population.

Les rémunérations ont tendance à légèrement augmenter de 2007 à 2008 :

- 72% des photojournalistes déclarés au titre de 2008 étaient déjà photojournalistes en 2007. Et parmi eux :

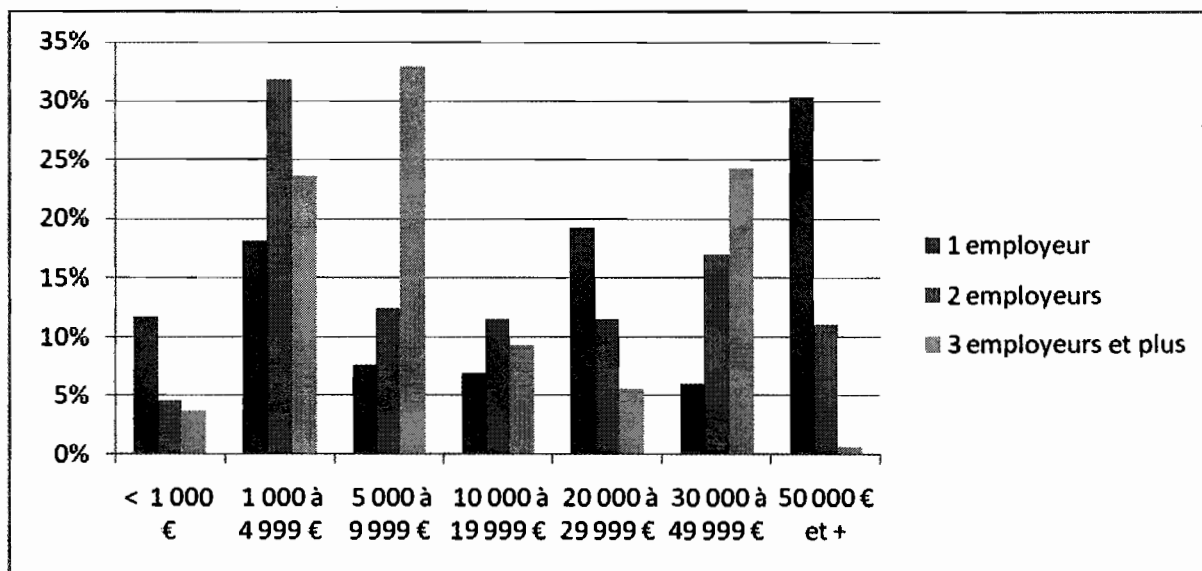
- 62% n'ont pas changé de tranche de salaire entre 2007 et 2008 ;
- 21% sont dans une classe de revenus plus élevée en 2008 qu'en 2007 ;
- 17% sont dans une classe plus faible.

En se concentrant sur les seules 808 personnes présentes les deux années dans la même tranche de salaire, les revenus individuels augmentent, en moyenne, de 15%.

Près de 80% des photojournalistes n'ont qu'un seul employeur dans la presse, 12% ont eu 2 employeurs et 9% 3 employeurs et plus.

La rémunération est assez corrélée avec le nombre d'employeurs comme le montre le graphique ci-dessous :

Répartition des photojournalistes par nombre d'employeurs et tranches de rémunération 2008



Source : Audiens

Ceux qui ont 3 employeurs et plus sont plus souvent situés dans les faibles tranches de revenus :

- 60% d'entre eux gagnent moins de 10 000 € alors qu'ils sont proportionnellement moins nombreux parmi ceux qui ont 2 employeurs (49% ont moins de 10 000 €) et a fortiori chez ceux qui n'en ont qu'un seul (37%).
- Les photojournalistes n'ayant qu'un employeur sont situés dans la tranche de revenu la plus élevée.

2.3 - Les données AGESEA

➤ Les données disponibles

L'article R 382-2 du code de la Sécurité Sociale dispose que : « *Entrent dans le champ d'application du régime de la sécurité sociale des artistes : les auteurs d'œuvres photographiques ou d'œuvres réalisées à l'aide de techniques analogues à la photographie* ».

L'AGESSA est dotée d'une « branche de la photographie » (branche n°11) qui distingue parmi les photographes²³ :

- Les photographes "assujettis" aux cotisations d'assurance sociales, à la CSG, à la CRDS et à la contribution diffuseur qui relèvent du régime de sécurité sociale des auteurs ;
- Les photographes "affiliés" ne relevant pas du régime de SS des auteurs mais du régime général (URSSAF). Les collaborateurs de presse entrent dans cette catégorie « *qu'elle que soit la nature du lien juridique qui les unit à l'agence ou à l'entreprise de presse* »²⁴, car les entreprises de presse, sauf exception, doivent payer en salaires et non en droits d'auteur.

Les photojournalistes ne sont donc, en principe, concernés par l'AGESSA qu'en tant qu'affiliés pour les compléments de rémunération qu'ils perçoivent en droits d'auteurs.

Dans ses statistiques de l'Agessa, distingue les photographes et les auteurs mais pas en tant que tels les photojournalistes. En ce qui concerne les versements des entreprises, elle dispose d'un fichier «diffuseurs» : ensemble des entreprises versant au moins une fois dans l'année des droits d'auteur. Les agences de presse y sont identifiées sous le code 38. Leurs versements peuvent donc être identifiés, mais on ne peut pas isoler les droits versés pour les photographes et ceux versés pour les autres catégories d'auteurs²⁵. Les autres catégories de personnel ne percevant pas - ou peu - de droits d'auteur, on peut cependant formuler l'hypothèse que ces droits sont très majoritairement versés pour les photojournalistes.

Les données de l'Agessa renseignent donc relativement peu sur la situation des photojournalistes. Néanmoins, elles permettent de disposer de données de cadrage sur la situation des photographes en général et sur les différents segments de marché sur lesquels ils se positionnent, ce qui dans une période de diversification des activités des photojournalistes est intéressant²⁶.

²³ - Cf. Titre VIII du Livre III du code de la sécurité sociale (Articles L 382-1 et R 382-1 et suivants).

²⁴ - Journalistes professionnels et assimilés ou pigistes.

²⁵ - On notera qu'un changement de périmètre dans la gestion des fichiers Agessa ne permet pas une comparaison de ces versements entre 2009 et les autres années.

²⁶ - Cf. Moureau Nathalie & alli. *Economie des droits d'auteur : la photographie*, Culture et Etudes, politiques publiques et régulations, DEPS, 2007-7. Cléron Eric, Patureau Frédérique, *Ecrivains, photographes, compositeurs... les artistes auteurs affiliés à l'Agessa en 2005*, Culture Chiffres, 2007-5.

➤ Les résultats

Evolution des revenus des auteurs affiliés à l'AGESSA 1994 - 2008

	1994	1998	2003	2008 ²⁷
Photographes ²⁸	1 937	2 315	2 837	
Auteurs (en nombre)	7 120	7 838	8 700	
Photographes/auteurs en %	27%	30%	33%	
Revenus des photographes	45 935 370	70 318 963	86 608 486	
Droits des photographes	40 863 563	64 120 608	78 186 092	
Revenus des photographes	100	153	189	
Droits des photographes	100	157	191	
Revenu moyen des photographes	23 715	30 375	30 528	
Revenu moyen des photographes	100	128	129	
Photographes ayant un revenu > au SMIC	55%	47%	52%	
Photographes ayant un revenu < au SMIC	45%	43%	48%	

Source : Culture Etudes 2007-7 DEPS

Les données du tableau ci-dessus montrent qu'il y a de plus en plus de photographes et de plus en plus de photographes rémunérés en droits d'auteur (commentaire à compléter avec les données 2008)²⁹.

Données AGESSA pour 2009

		2009
Nb de photojournalistes ayant perçus des droits d'auteurs (déclarés par les diffuseurs de la branche 38 agences de presse)		1 460
Montant global des sommes versées à l'Agessa par les agences de presse (code 38)	Précompte ³⁰	692 371
	1% ³¹	86 528

Près de 1500 photojournalistes ont perçus des droits d'auteur en 2009. En l'absence de possibilité de comparaison avec les années passées, il est difficile d'interpréter ces chiffres.

²⁷ - Demande d'actualisation en cours à l'Agessa

²⁸ - Pas de possibilité d'isoler les photojournalistes des autres photographes.

²⁹ - En 2003, les photographes représentaient près du tiers des affiliés à l'Agessa, mais ils ne percevaient que 25% des droits versés. Relativement moins bien que les autres auteurs, les photographes apparaissent néanmoins comme les principaux bénéficiaires des droits devant les écrivains, les compositeurs de musique et les auteurs d'œuvres audiovisuelles.

³⁰ - Ensemble des sommes collectées au titre des différentes prestations d'assurances sociales.

³¹ - 1% de frais de gestion de l'Agessa

2.4 - Synthèse des données statistiques

Les deux sources principales exploitées (CCIJP et Audiens) apportent des éléments sinon exhaustifs du moins assez complets, fiables et actualisés sur les photojournalistes.

Les traitements spécifiques qui ont été réalisés montrent plusieurs aspects intéressants à souligner en guise de synthèse :

- **Le cœur de la population** des photojournalistes est connue précisément au travers des titulaires de la carte de presse. C'est une population peu nombreuse (1 300-1 400 personnes) qui a connu une légère augmentation de ses effectifs de 2000 à 2004, puis une diminution de 2004 à 2009.

- **A la périphérie de ce noyau** assez stable de professionnels, on identifie 400 à 500 personnes, non titulaires de la carte de presse mais néanmoins salariées même pour de faibles montants, en tant que photojournalistes par des entreprises de presse. Même en supposant une possible sous-estimation de cette population qui se situe à la marge du noyau dur de la profession, on notera que ses effectifs se limitent à quelques centaines.

Le nombre total de photojournalistes peut donc être estimé entre 1600 et 2000, en retenant une marge d'erreur de + ou - 10%.

- C'est une population essentiellement masculine, dont la moyenne d'âge est élevée (entre 45 et 50 ans) et qui vieillit nettement entre 2000 et 2009, signe d'un non renouvellement de la profession.

- Les photojournalistes se répartissent de façon équilibrée entre pigistes et salariés permanents et cette répartition n'évolue pas depuis une dizaine d'années. Les chiffres ne confirment pas notamment un basculement souvent évoqué par nos interlocuteurs des salariés permanents vers les pigistes.

- 30% des photojournalistes travaillent en presse régionale, un quart en presse magazine et 20% en agence. Le quart restant se répartit sur les autres segments de la presse (PQN...).

- Les permanents sont très majoritaires en presse régionale (80%) et minoritaires en presse magazine (2/3 de pigistes). Les agences emploient autant de permanents que de pigistes.

- Les rémunérations des photojournalistes permanents restent relativement élevées, même si elles sont inférieures à celles des autres journalistes. Celles des pigistes sont inférieures et surtout plus dispersées : un quart d'entre eux gagne moins de 1 200 € (brut mensuel).

Force est de constater que les chiffres ne permettent pas de d'illustrer la baisse des rémunérations des titulaires de la carte qu'évoquent tous les acteurs du secteur, à l'exception des rémunérations des tranches les plus élevées. Ce résultat paraît cohérent avec le profil dégagé par les données CCIJP, composé de photojournalistes plutôt âgés qui gagnent encore correctement leur vie dans la presse si l'on en croit les chiffres mais qui font partie d'une génération qui ne se renouvelle pas.

En revanche, on voit clairement apparaître dans les données d'Audiens une frange plus large de la profession qui perçoit une rémunération plus faible (un quart touche moins de 1000 €), ce qui laisse supposer d'autres sources de revenus que ceux tirés de la presse.

Tant les données de la CCIJP que ceux d'Audiens ne permettent pas, par définition, de renseigner sur les sources éventuelles de revenus complémentaires (hors secteur de la presse). Celles de l'Agessa permettent d'approcher d'appréhender la situation des photographes en général mais elles ne permettent pas d'isoler les photojournalistes.

3 - LES DIFFERENTS MODELES PROFESSIONNELS ET LEURS EVOLUTIONS

3.1 - L'organisation de la production

L'organisation de la production de la photographie de presse repose sur la chaîne création-production-diffusion. Cette chaîne peut s'organiser de différentes manières chacune constituant un modèle de production et de relation spécifique entre acteurs (photojournaliste, agence et éditeur).

On peut distinguer les modèles suivants :

- Le travail en spéculation ou en autoproduction ;
- Le travail à la commande ;
- La vente de photographies.

➤ Le travail en spéculation ou en autoproduction

Le photojournaliste indépendant ou le photojournaliste salarié d'une agence couvre l'actualité sans qu'il y ait une commande précise de la part d'un éditeur de presse. Dans le cas d'une agence, on parlera d'un travail en spéculation ; dans celui du photojournaliste, d'autoproduction. Ce type de travail s'apparente au journalisme d'investigation. On notera que l'AFP, agence filaire, a l'obligation de couvrir systématiquement tous les grands événements (photojournalistes envoyés sur place, correspondants locaux...).

Sur la couverture des grands événements, la concurrence est importante³² du fait, entre autres, du nombre accru de photojournalistes locaux³³ pour les couvrir mais aussi de la concurrence des photographes amateurs.

Par ailleurs, Internet a considérablement augmenté les possibilités de mise en ligne de photographies et le choix des éditeurs de presse s'est considérablement élargi, voire est devenu un véritable problème³⁴. La surabondance de photos fait souvent craindre des choix au plus facile et/ou au moins cher.

Ce mode de production induit un processus complet de la pré-production à la diffusion. Pour le photojournaliste indépendant comme pour l'agence, les coûts

³² - Ex : Haïti. Toutes les agences et de nombreux PJ y sont allés sans commande. Ex : l'Associated Press a envoyé une équipe de 100 personnes, dont 25 PJ. Toutes les grandes agences étaient présentes et de nombreux photojournalistes indépendants venaient de tous les pays...

³³ - Si le photojournaliste a longtemps été l'apanage des français et des anglosaxons, ce n'est plus le cas. Les pays dits émergents comptent eux aussi de nombreux photojournalistes...

³⁴ - Plusieurs de nos interlocuteurs nous ont cité le cas d'éditeur ou d'agence recevant plus de 10 000 photos/jour sur la couverture d'un événement comme Haïti.

logistiques, d'édition, de stockage... sont autofinancés. Dans les deux cas, seule la vente de la photographie publiée sera rémunérée. Ce modèle repose donc une prise de risque (vendre ou ne pas vendre) mais aussi sur une spéculation : pouvoir vendre un bon prix et/ou de revendre longtemps une photographie devenue emblématique d'un événement ou d'une situation.

Modèle emblématique du photojournalisme, dominant dans les années 70, cette organisation de la production est aujourd'hui menacée faute de pouvoir trouver les débouchés commerciaux suffisants, ou suffisamment rémunérés, pour couvrir les frais engagés.

C'est aussi autour de ce modèle de l'autoproduction que ce sont développées pour les photojournalistes indépendants les formes les plus innovantes de valorisation de leur travail (cf. §suivant).

Le travail à la commande

Le photojournaliste indépendant ou l'agence peuvent également recevoir une commande passée par un éditeur de presse pour couvrir un événement ou réaliser un reportage. Les éditeurs garantissent alors l'achat du reportage. Même si « *Il y a et il y aura toujours, par ailleurs, des photographes pour travailler à la demande sur des sujets de fond. L'inconnue majeure est le volume de cette demande, dont seuls des médias peuvent décider* »³⁵, c'est ce modèle qui tend à se raréfier sur le marché de la photo d'information et plus particulièrement pour les reportages couvrant l'actualité internationale.

En revanche, il suffit de consulter la plupart des sites de photojournalistes indépendants pour constater qu'il s'est développé un marché du « corporate ». Ce glissement, partiel pour les uns et plus important pour d'autres, d'un marché à l'autre peu à termes aussi faire basculer certains photojournalistes hors du périmètre de la carte de presse. Les agences elles aussi tendent à se positionner sur ce marché de la commande hors presse dans les limites que leur accorde la loi pour conserver leur agrément de la Commission agrément de Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse (CPPAP)³⁶.

La vente de photos en stock

Ce marché connaît un développement important. Les éditeurs achètent non plus un reportage mais des photographies, parfois à l'unité. Le stock des agences est constitué par des photographies provenant de différentes sources (photojournalistes salariés de l'agence, indépendants ...).

Pour les agences, tous les clients ont accès à toutes les photos de la base de données grâce à un login. C'est le marché le plus concurrentiel pour les agences puisque les

³⁵ - Cf. Audition AFP par le groupe de travail de l'Assemblée Nationale 10 février 2010.

³⁶ - L'ordonnance de 1945 a créé un cadre protecteur des agences de presse afin d'assurer leur liberté et leur indépendance aussi bien sur le plan juridique, économique que financier. Le secrétariat de la commission est assuré par la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) sous le contrôle d'un secrétaire général nommé par le ministre chargé de la communication. L'agrément ministériel après l'avis de la CPPAP autorise la société homologuée à se prévaloir de l'appellation « agence de presse » et lui permet de bénéficier des avantages qui y sont liés (aides directes -accès au fonds de modernisation notamment-, taux réduit de TVA à 2.1%, exonération taxe professionnelle). Le décret n°2009-1340 du 29102009 a étendu l'agrément aux services de presse en ligne.

éditeurs ont accès au stock de plusieurs agences en même temps et peuvent faire jouer la concurrence.

Par ailleurs, les agences « historiques » disposent d'un stock de photographies important (argentiques surtout) qu'elles tentent de valoriser. Certaines sont même devenues uniquement des agences de stocks vendant des photos d'archive et ne produisant plus en tant que tels de reportages³⁷.

3.2 - Le modèle économique des agences

En matière d'agences de photographies d'information, on peut distinguer :

- Les agences filaires : AFP, REUTERS³⁸, Associated Press qui travaillent « au fil de l'info ». Elles vendent des informations générales (écrit, photo, vidéo) essentiellement par convention d'achats par abonnement ;
- Les autres types d'agences généralistes ou spécialisées.

➤ Les agences de production

On dénombre 131 agences de presse (code NAF 924Z) dont une cinquantaine d'agences (?)³⁹ de photographies (30 à la FNAPPI ? + 22 au Saphir ?). Ce nombre est en diminution chaque année.

Les agences de production de photographies d'information : SIPA, CORBIS SYGMA⁴⁰, VU, MAGNUM Photos, Getty images, DPPII Press... sont de moins en moins nombreuses sur le créneau du reportage et de la photographie d'actualité.

Des agences qui furent des AP de production sont devenues des agences de stock (EYEDea) qui exploitent leurs fonds photographiques sans produire. Des agences positionnées sur des niches : REA (monde social et économique) ; ACP (sports)... Ce sont des agences de production qui sont positionnées sur des créneaux très ciblés. Elles souffrent néanmoins beaucoup de la concurrence des agences d'illustration.

Les agences sont par ailleurs soumises à des obligations légales. Pour être agences de presse (photo et autres), elles doivent avoir un agrément de Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse (CPPAP) et doivent à ce titre répondre à certaines exigences spécifiques aux entreprises de presse (loi n°86-697 du 1^{er} Août 1986) : indépendance vis-à-vis des annonceurs, interdiction des services gratuits, facturation distincte des droits de reproduction de photographies...

Parmi les agences photographiques d'information peu - pour ne pas dire aucune - sont des agences de photoreportages pures. Le positionnement des agences par rapport à la CPPAP évolue donc car certaines agences compte tenu de la nécessaire diversification de leurs activités ont - ou envisagent - de ne pas renouveler leur agrément.

Les agences diffusent⁴¹ des images :

³⁷ - La récente restructuration de Gamma témoigne de cette évolution.

³⁸ - Agence généraliste mais spécialisée sur l'économie et la finance

³⁹ - Difficile de les dénombrer car filiales...

⁴⁰ - Liquidation judiciaire prononcée en avril 2010.

⁴¹ - Parler de vente est abusif puisque le client n'en a pas la libre disposition + la cession de droit facturée au client ne peut contrevenir au contrat qui lie l'agence au photographe.

- **En Droits Gérés (DG)** : Le contrat entre l'agence et le client pour la diffusion en DG autorise la publication de l'image moyennant le paiement d'une cession de droits d'exploitation de la photo (droit de reproduction). Cette cession doit être précise et clairement définie (type de support, tirage, durée d'exploitation, zone géographique...) ;
- **En image Libre de droits (LDD)** : autorise la publication d'une photographie dont les droits ont en principe été cédés de façon plus large par le photographe...

Les agences salarient des photographes et font également travailler des photographes indépendants. Elles emploient également d'autres types de salariés⁴², pour :

- La pré-production : logistique en amont des reportages
- Compilation des photos dans les bases de données : indexation pour mise en ligne des documents
- Edition : retouche (dans la limite du code déontologique), tirage, mise en ligne...
- Iconographie : recherche de documents photographiques à la demande, recherche crédits photos...
- Commercial (vendeurs de presse)...

➤ **Les agences de production : un modèle économique de moins en moins rentable**

Le modèle économique des agences est un modèle de moins en moins rentable puisqu'il repose de plus en plus sur la seule vente de photographies publiées (cf. § spéculation) sur un marché dont les prix sont de plus en plus tirés vers le bas (cf. § suivant). A contrario, tous les autres services (pré-production, compilation, édition...) ne sont pas rémunérés.

⁴² - Ex : SIPA une centaine de salariés, 25 photoreporters salariés + pigistes... et 65 autres métiers.

Situation économique des agences en 2008

N°	Activité	Effectif permanent	Tranche CA 2008	Résultat 2008	Evolution CA 2007/2008	Charges salariales	Ratio/Endettement
1	Actualité	50 à 99	>10 M€	Perte	-9%	46%	ND
2	Actualité	50 à 99	>10 M€	Perte	-19%	39%	ND
3	Photo spectacle et hommes politiques	10 à 19	5 à 10 M€	Bénéfice	4%	49%	48%
4	People	nd	1 à 5 M€	Bénéfice	9%	43%	4%
5	Actualité + Stock	20 à 49	1 à 5 M€	Bénéfice	8%	48%	77%
6	Agence photo. Surtout people	10 à 19	1 à 5 M€	Bénéfice	9%	42%	0%
7	People + spectacles	nd	1 à 5 M€	Bénéfice	23%	42%	ND
8	Agence de stock	10 à 19	1 à 5 M€	Bénéfice	5%	48%	70%
9	People	nd	1 à 5 M€	Bénéfice	84%	16%	38%
10	Spécialisation santé, médecine...	< à 10	1 à 5 M€	Bénéfice	6%	77%	0%
11	Agence spécialisé sports	10 à 19	1 à 5 M€	nd	ND	32%	34%
12	People	10 à 19	1 à 5 M€	nd	ND	35%	ND
13	People	20 à 49	1 à 5 M€	Perte	-16%	50%	ND
14	Actualité	nd	1 à 5 M€	Perte	-19%	54%	8%
15	Actualité	nd	1 à 5 M€	Perte	-13%	47%	48%
16	Agence illustration	nd	1 à 5 M€	Perte	-12%	9%	70%
17	Agence photo déco. Intérieur...	nd	< à 500 000€	Perte	-2%	29%	24%
18	Agence spécialisé sports	< à 10	< à 500 000€	Perte	-1%	63%	0%
19	Actualité	nd	< à 500 000€	Perte	-24%	16%	2%

Source : tableau Ithaque, données La Loupe Financière, 2009

La Loupe Financière publie les résultats annuels des agences de presse. Pour la vingtaine d'agences que l'on peut clairement identifier comme des agences photos :

- Deux ont un chiffre d'affaire supérieur à 10M€. Ce sont deux agences photo qui sont essentiellement positionnées sur de la photo de presse d'actualité. Elles ont, logiquement, le plus grand nombre de salariés permanents. Les charges salariales représentent une part importante de l'ensemble de leurs charges. Toutes deux ont enregistré une perte en 2008 et leur CA a baissé entre 2007 et 2008.
- Une autre agence a un CA compris entre 5 et 10 M€. Elle est essentiellement positionnée sur la photo de spectacles ou d'hommes politiques et enregistre un bénéfice en 2008.
- La majorité des agences ont un CA compris entre 1 et 5 M€. Parmi elles, les agences « people » ou spécialisées (sports, santé) semblent mieux s'en sortir que les agences positionnées sur la photographie d'actualité.

Le tableau ci-dessus fait donc apparaître une situation économique difficile pour les agences : le nombre d'agences ayant enregistré une perte est supérieur à celui de celles qui ont réalisé un bénéfice, le CA a baissé entre 2007 et 2008 et ce plus

particulièrement pour les agences d'actualité, elles ont en général un fort ratio d'endettement...

Ce sont toutes de petites PME qui ont un petit nombre de salariés permanents. On peut donc en déduire qu'elles travaillent aussi beaucoup avec des pigistes ou des photojournalistes indépendants.

Lors des entretiens, les agences d'actualité ont par ailleurs déclaré que leur patrimoine photographique (surtout argentique 1974-2000) constitue pour elles une vraie richesse mais leur pose beaucoup de problèmes d'archivage... Ce patrimoine n'est par ailleurs pas assurable. Elles font également remarquer que, contrairement aux éditeurs de presse, aucune aide spécifique ne leur a été accordée pour passer le cap du numérique⁴³.

Le tableau ci-dessus ne comprend pas l'AFP qui réalise de loin le plus important CA photo de toutes les agences : 37 M€ et salarie le plus grand nombre. Cette dernière déclare que bien que cela soit une activité porteuse pour l'agence la photo n'est pas une activité rentable. Elle salarie environ 400 salariés et pigistes à travers le monde.

L'accord passé entre l'AFP et GETTY⁴⁴ mais surtout le lien GETTY/Flickr⁴⁵ a contribué à renforcer les critiques des autres agences à son égard. Accusée de dumping, l'AFP déclare suivre des barèmes précis (cf. § suivant). L'antagonisme AFP/autres agences pèse sur les revendications de ces dernières à l'égard de l'Etat : « *il faut trouver une solution globale qui remette l'AFP au même niveau que les autres agences* ».

3.3- Le modèle économique de la production indépendante

➤ Le modèle traditionnel

Les photojournalistes indépendants peuvent :

- 1°) travailler pour les agences avec un contrat de mandat⁴⁶ ;
- 2°) autoproduire leur reportage et le vendre a posteriori aux agences ou aux éditeurs de presse.

Le statut de photojournaliste indépendant s'oppose à celui de photojournaliste salarié titulaire d'une carte de presse, contribuant à titre régulier à un journal ou à une

⁴³ L'accès au fonds de modernisation est jugé trop lourd pour des petites entreprises. Par ailleurs la numérisation des fonds photographiques entraîne essentiellement des coûts salariaux qui ne sont pas éligibles aux aides du Fonds.

⁴⁴ - AFP : Agence filaire qui par rapport aux autres agences voit ses revenus considérablement abondés par sa convention avec l'Etat, distribue également un nombre très important de photos de l'agence américaine Getty à des prix peu élevés. Les autres agences considèrent que cette situation introduit un élément supplémentaire de distorsion de concurrence.

⁴⁵ Site d'échange de photographies entre amateurs.

⁴⁶ - Le contrat de mandat implique que la mission est exercée en toute indépendance, faute de quoi il peut être requalifié en contrat de travail.

agence de presse⁴⁷. Cependant, le distinguo entre photojournaliste indépendant et photojournaliste salarié n'est pas simple à opérer notamment en raison du cumul de ce statut de salarié avec un statut d'auteur. Cette situation est source de nombreux contentieux entre les agences et les photojournalistes, voire d'une véritable juridiciarisation des rapports sociaux entre les deux.

S'ils ne sont pas salariés (permanents ou pigistes), les photojournalistes indépendants relèvent du régime général, rémunérés en droits d'auteur et affiliés à l'AGESSA⁴⁸. Les agences reconnaissent toutes aux photojournalistes indépendants la titularité de leurs droits d'auteur sur la production qu'il finance et dont ils assument le risque avec l'intégralité des prérogatives du créateur indépendant, en particulier le partage des produits de l'exploitation des photographies. Une partie des photojournalistes indépendants rejoint le point de vue des agences sur la nécessaire clarification de ce contexte juridique inadapté.

➤ Les nouvelles formes de valorisation du travail des photojournalistes indépendants

La baisse des prix de vente des photos, la dégradation des relations contractuelles avec les agences, la concurrence des amateurs, l'extension du non rémunéré des domaines d'utilisation des photographies (droit réservé et photos libres de droit)... ont ces dernières années poussées les photojournalistes à rechercher des sources de revenus dans le « hors presse » sur le marché de la publicité, de l'entreprise, de l'illustration, voire de la photo artistique.

Pour certains photojournalistes, le photoreportage n'est plus le cœur de métier. Pour d'autres, il le demeure mais ils recherchent d'autres créneaux de vente que la presse (web documentaire...).

➤ Les collectifs

Rappelons que les grandes agences de presse photographiques (Gamma, Sipa, Sygma...) sont nées dans l'après guerre du regroupement de photojournalistes qui ont quitté les journaux pour se donner une visibilité et être reconnus en tant qu'auteur. « *L'arrivée de la télévision et des agences filaires (AFP, Reuters, AP) sur le terrain de la photo conjuguée à la baisse des budgets des magazines dans les années 80 et 90 change durablement le modèle de ces agences de photographies* »⁴⁹. Certaines agences ferment, d'autres sont rachetées par des grands groupes financiers.

Face à cette situation, une deuxième phase de mobilisation des photojournalistes va faire émerger les collectifs⁵⁰, le plus souvent administrés sous forme associative. Les premiers collectifs se sont créés il y a une quinzaine d'années. Certains ont été

⁴⁷ - Il est régi par le Code du travail dont l'application a été étendue aux pigistes par la loi Cressart du 1^{er} juillet 1974.

⁴⁸ - Pour cela ils doivent faire une déclaration de BNC (2035) et dégager un résultat (bénéfice) égal ou supérieur à 900 fois le taux horaire du SMIC (7749 euros au 1er Juillet 2009), au cours de l'année civile précédente + Cf. Titre VIII du livre III du code de la sécurité sociale Branche de la photographie n°11.

⁴⁹ - Cf. Article Pierre Morel, op. cit.

⁵⁰ - Entre autres : Viva (1972), Tendances Floues (1982), L'œil Public (1982), Agence VU (1986), Argos, MYOP...

importants, voire se sont transformés en agence. En 2004, on avance le nombre d'une soixantaine de collectifs... ; il n'est pas certain qu'ils soient encore aussi nombreux en 2010.

La fin de L'œil Public⁵¹ est à cet égard tout un symbole : « *Il vaut mieux déposer nos images dans les agences qui fonctionnent pour se concentrer sur la production de reportage... Le regroupement de photographes dans un collectif de 4 ou 5, c'est aujourd'hui dépassé. Les pratiques du photojournalisme sont à repenser* »⁵².

D'autres collectifs continuent néanmoins à tourner (Tendance floue⁵³...) et se sont, de plus en plus diversifiés en termes d'activité, se positionnant y compris sur le créneau de la photo artistique. D'autres sont devenus de véritables agences (Agence VU...).

➤ Utiliser Internet pour vendre collectivement sa production

Face à la pléthore des images mises en ligne sur Internet, il est parfois plus facile pour un iconographe de presse ou de tout autre support, de récupérer une image sur un portail généraliste comme Flickr ou Fotolia que d'accéder à la production d'un professionnel. Face à cette situation, et bien que la vente de la photographie professionnelle sur internet a encore de nombreux progrès à faire en termes d'accessibilité et de référencement, les projets de regroupement de photojournalistes pour vendre directement sur Internet se sont multipliés :

- Les photographes diffusent leurs travaux sur un site portail où les clients peuvent acheter et télécharger directement les images. Ces portails (Fedephotocom, Picturertank⁵⁴, PhotoShelter...) fonctionnent sur le principe d'une cotisation mensuelle⁵⁵. Le photojournaliste élargit sa visibilité et bénéficie de services : base de données, contrôle des téléchargements et des parutions, présence du collectif sur les différents événements professionnels... ;
- PixPalace⁵⁶ créé en 2004, a été qualifié d'hypermarché de l'image, introduit un nouvel échelon dans la diffusion des photographies en se plaçant entre le cercle des producteurs (agences, collectifs, réseaux de diffusion de base) et le cercle des clients (presse, éditeurs, institutions, ONGs). En quelques années, PixPalace s'est imposé comme la plateforme incontournable pour les producteurs et les clients. « *La quasi-totalité des agences françaises y sont présentes et paient un abonnement à PixPalace pour pouvoir diffuser les images tandis que les clients paient eux pour accéder, via une plate-forme*

⁵¹ - Le dépôt de bilan de L'œil Public symbolise pour les observateurs du secteur la fin du modèle des collectifs de photographes. D'abord association (collectif de PJ indépendants), puis SARL (agence), la structure créée en 1995 a déposé le bilan en janvier 2010.», Claire GUILLOT ? Le Monde, 24 décembre 2009.

⁵² - Guillaume Herbaut, membre de L'œil Public sur le site photographe.com

⁵³ - Créé en 1991. 5 photographes au départ, une douzaine aujourd'hui + 4 salariés qui s'occupent de la presse, de la communication, de l'institutionnel et du suivi des expositions. « *Presse, édition, expositions, projections, vente de tirages, communication d'entreprise et institutionnelle : le collectif ouvre toutes les portes, aborde tous les supports de la photographie contemporaine, sans interdit.* ».

⁵⁴ - Même fonctionnement que Fedephotocom mais coopérative. Une centaine de photographes.

⁵⁵ - 150€ mois pour Fedephotocom créé en 2004 et réunissant une centaine de photographes.

⁵⁶ - Siège à Paris et une filiale à New-York. 6 millions de photographie en ligne.

logicielle, à une grande part de la production des photojournalistes français. En position hégémonique, PixPalace commence à conquérir le marché international ».

- Stella images projets ~~station~~ constitue, un troisième type de regroupement pour vendre sur Internet car elle ne regroupe que des structures d'auteurs⁵⁷.

Utiliser Internet pour vendre individuellement sa propre production

Site Web, blog, appartenance à des réseaux sociaux, positionnement sur des sites de partage d'images... sont aussi devenus pour les photojournalistes une manière d'accroître leur visibilité. Ce que l'on nomme le « personal branding » est devenu une nécessité pour les photojournalistes indépendants : développer sa marche personnelle, montrer son travail... pour le vendre « *car une signature invisible ne vaut rien* ».

➤ De la photographie au multimédia

L'arrivée du numérique et du web permet à de nouvelles formes de récits journalistiques d'apparaître. C'est entre autres le cas du web documentaire dont le socle demeure la photographie (cf. § le contexte). Ce glissement progressif vers le multimédia est par ailleurs une tendance déjà observée pour les journalistes de presse écrite en général⁵⁸. Elle est certainement porteuse en termes de marché mais, outre un problème de rentabilité (coûts très élevés pour une valorisation encore difficile), elle se heurte comme pour les journalistes de presse écrite à de fortes résistances professionnelles et nécessite aussi l'acquisition de nouvelles compétences .

➤ La recherche de nouveaux statuts

Les contours mal définis de la profession de photojournalistes (cf. supra) amènent ces derniers ou leurs clients à réfléchir à l'utilisation de nouveaux statuts.

Le statut d'auto-entrepreneur est :

- Décrit comme en ~~progression~~ dans la profession⁵⁹ mais il est impossible de documenter statistiquement ce point (code unique pour tous les photographes) ;
- Il semble que l'adoption d'un statut soit encouragée par, entre autres, par la presse quotidienne régionale ;
- En principe, le statut d'auto-entrepreneur est incompatible avec le statut de journaliste et avec la perception de droits d'auteur.

⁵⁷ - Agence VU, Le Bar Floréal, Signatures-photographiques, Picturertank et le studio de production multimédiaH Hans Lucas.

⁵⁸ - Cf. Etude Ithaque op. cit.

⁵⁹ - Surtout dans la presse quotidienne régionale ?

3.4- Les nouveaux opérateurs

Le développement des nouveaux supports (internet, téléphone mobile) ouvre de nouvelles opportunités de publications y compris pour les photojournalistes... mais sans rémunération dans le contexte actuel.

Par ailleurs, les nouveaux opérateurs qui se sont positionnés sur le web (fournisseurs d'accès à Internet, sites agrégateurs de contenus, blogs...) tentent eux aussi de se positionner sur le marché de la photographie via notamment des sites amateurs et de professionnels confondus proposant des prix défilants toutes concurrence⁶⁰.

4 - LES GRANDES TENDANCES DE L'EVOLUTION DU MARCHÉ

➤ Le symptôme de la crise : une forte baisse des prix

Le symptôme le plus évident de la crise actuelle reste la forte chute des prix et non pas l'effondrement de la demande. Car la presse reste fortement demandeur de photographies, mais la nature de cette demande et la diversification des sources ont élargi et transformé cette demande, au détriment du photoreportage.

Cette forte chute des prix est admise par tous nos interlocuteurs (photographes, agences et éditeurs) mais elle reste impossible à documenter statistiquement. Plusieurs signes de cette baisse peuvent cependant être cités :

- Le barème publié par l'UPC ⁶¹ est aujourd'hui souvent contourné ou ignoré au profit de prix moins élevés ou d'achats prévoyant des utilisations plus larges de l'image (sur internet notamment). Les organisations professionnelles de photojournalistes estiment que les prix ont été divisés par 5 entre 2002 et 2009⁶². Le Saphir estime quant à lui que la baisse des prix a été de l'ordre de 30% en 3 ans.
- Des pratiques de paiement au forfait sont souvent citées, qui incluent tous les frais et prévoient tous types d'exploitation. C'est notamment le cas des agences étrangères qui, proposent à des photojournalistes de couvrir un événement pour quelques centaines d'euros par jour (250 à 300 \$ selon des exemples cités à propos du festival de Cannes ou d'événements sportifs), l'éditeur ou l'agence se réservant tous les types d'exploitation par la suite.

⁶⁰ - Fotolia (2005) ; Flickr (2004)...

⁶¹ - La barème de l'UPC couvre tous les types d'exploitation (édition, presse, publicité...). Il est publié à titre indicatif et n'est pas étendu (\$ à vérifier)

⁶² - Situation des photoreporters et crise en France- octobre 2009. Freelens, UPC et SAIF.

- Certaines agences ont développé des politiques d'abonnements forfaitaires qui donnent accès à tout ou partie d'un catalogue pour quelques milliers d'euros annuels sans paiement proportionnel en fonction de l'exploitation.

➤ La multiplication des sources d'approvisionnement à la disposition des éditeurs

Les sources d'approvisionnement se sont considérablement élargies depuis le développement du numérique. Citons notamment :

- **Le développement du micro-stocks et des sites d'images libres de droits.**
Les tarifs vont de moins d'un centime d'euro par photo à quelques euros. A coté d'opérateurs spécialisés (agences d'illustration notamment), certaines agences ont développé une activité des activités de ventes de ce type, en parallèle avec avec leur activité de ventes dites en « droits gérés »⁶³.
- **Le développement de photos amateurs,** qui nous ont été cités par des éditeurs de presse comme étant devenue une source importante et alimenté par un envoi spontané des amateurs, notamment dans les domaine du people, des faits divers et du sport⁶⁴. Cette source n'entre cependant pas en concurrence directe mais indirecte avec le photoreportage.
- **Le développement des photos d'illustration au lieu et place de la photo de reportage.** Dans un marché qui semble se développer quantitativement, la place du photoreportage se réduit. A titre d'exemple, 40% à 50% des photoreportages présentés à Visa pour l'Image étaient publiés il y a une dizaine d'années contre 10% aujourd'hui⁶⁵. Autre exemple : Fotogram-Stone, agence d'illustration vendrait en France une proportion de 1000 photos à la presse contre 3000 à des publicitaires⁶⁶. Ceci va de pair avec les évolutions éditoriales qui font une part plus minime à l'actualité et au reportages, au profit des sujets de société qui se prêtent plus facilement à la photo d'illustration.
- **Le développement des dossiers de presse comme source iconographique.**
Un nombre croissant d'articles s'appuient sur des documents issus de dossiers de presse. Les institutions et les entreprises ont développé leurs services de communication qui visent à accroître le contrôle de leur communication et notamment celui des images. Ces images sont largement reprises dans la presse, en général avec mention DR (cf. infra), voire sans mention de droits.

⁶³ - c'est le cas par exemple de plusieurs dizaines de milliers de photos de sport de l'AFP qui, dans le cadre d'un partenariat entre Getty, sont téléchargeables sur le site flickr, site d'échange de photos entre amateurs.

⁶⁴ - un grand magazine d'actualité nous a indiqué recevoir aujourd'hui une moyenne de 30 000 photos par jour, toutes sources confondues (amateurs, agences et photojournalistes indépendants).

⁶⁵ - Entretien Ithaque avec JF Leroy

⁶⁶ - chiffre cité par Fabrice Tassel in Libération.fr du 04/11/1998

- Le développement d'un marché international, qui a pris, aux dires des éditeurs une part de marché croissante et qui pratiquerait semble-t-il des prix inférieurs à ceux du marché français. Ce marché de plus en plus international fait une place croissante aux grosses agences, y compris les filiales, et à l'émergence de grands groupes internationaux positionnés sur le marché de l'actualité mais également de l'illustration.

Cette diversification de l'offre et notamment de l'offre à faible ou très faible prix est intervenue dans un contexte de recherche d'économie tous azimuts pour les groupes de presse. Les logiques financières se sont développées dans la presse, au détriment des logiques éditoriales dans lesquelles le photoreportage avait une place plus grande.

➤ Le développement du DR

• L'usage de la mention DR ou « droits réservés » va dans le même sens que l'évolution décrite précédemment. Elle s'est développée fortement depuis quelques années notamment dans la presse. Cette pratique est théoriquement réservée aux œuvres pour lesquelles il est impossible d'identifier l'auteur « après des recherches sérieuses et avérées ». Elle s'est aujourd'hui largement imposée et connaît d'importantes dérives. Elle est alimentée notamment par l'usage des dossiers de presse (près de 80% des DR proviendraient des dossiers de presse selon la FNAPPI) et celui des sites d'illustration, Google images, voire des sites d'échanges de photos amateurs.

La FNAPPI relève à titre d'exemple qu'environ 60% des photos publiées en octobre 2009 dans les 4 numéros de Télérama étaient créditées en DR auxquelles s'ajoutent 10% de photos qui étaient mal créditées ou non créditées⁶⁷.

Ce point a fait l'objet d'une proposition de loi au Sénat qui vise à l'instauration d'une gestion collective de droits pour les œuvres orphelines⁶⁸.

Les conséquences de ces évolutions du marché impactent l'amont de la filière, à savoir les agences et les photojournalistes.

➤ La multiplication des sources de revenu : une nécessité pour les photojournalistes

Dans ce contexte, la diversification des activités et des clients est devenue une réalité incontournable aujourd'hui pour les photojournalistes.

La baisse de leurs revenus en provenance de la presse ne semble pas aussi marquée dans les statistiques de l'Observatoire⁶⁹, mais elle paraît aujourd'hui incontestable

⁶⁷ L'avenir des agences de presse photographiques et du photojournalisme en France., FNAPPI, février 2010.

⁶⁸ - Proposition de loi 441 relative aux œuvres visuelles orphelines, déposé au Sénat en mai 2010.

⁶⁹ - Du moins dans des proportions aussi importantes Cf. partie 1 - Effectifs et revenus)

compte tenu de l'évolution des prix analysés précédemment. On peut formuler l'hypothèse que cette baisse affecte probablement plus fortement certains photojournalistes que d'autres, en fonction de leur âge, leur spécialisation, leur statut et leur positionnement sur le marché... Ceux qui sont le plus impactés seraient précisément ceux qui n'atteindraient pas le seuil de revenu suffisant pour être titulaires de la carte. Ceci expliquerait en partie le décalage entre le ressenti et les statistiques, ces dernières portant plutôt sur le noyau dur - et âgé - de la profession, qui est parvenu, tant bien que mal à maintenir un certain niveau de revenu.

Quoiqu'il en soit, la diversification semble être devenu une nécessité pour beaucoup de photojournalistes, certains -les plus jeunes - l'abordant sans doute avec plus de facilité et d'optimismes que d'autres⁷⁰.

Il n'existe pas de données statistiques permettant de documenter les autres sources de revenus mais certains relevant du régime des droits d'auteurs apparaissent théoriquement dans les données de l'Agessa.

Les autres sources de revenus qui sont souvent citées sont les suivantes :

- Les sources « classiques » : expositions éditions, dont tous s'accordent à reconnaître qu'elles sont utiles pour la visibilité du photographe mais très peu rémunératrices...
- Les sources « numériques » : qui incluent toutes les formes de diffusion sur internet : web-documentaires, POM, ... ces productions supposent un investissement important en amont, du photographe, investissement qu'il réalise souvent en association avec d'autres acteurs (journalistes, techniciens, diffuseurs, partenaires financiers type ONG ou institutionnels ...). Ces projets sont souvent montés comme de véritables projets culturels qui recherchent une valorisation multiple. Cette démarche de production s'inscrit en opposition avec la simple reprise d'images produites pour la presse sur les sites d'information. Cette dernière constitue également un débouché nouveau pour le photojournalisme au fur et à mesure que se développe les sites des groupes de médias, mais ce développement s'opère aujourd'hui à des conditions de prix très faibles voire nulles⁷¹ pour les photographes.
- Le marché de l'entreprise et le marché institutionnel : sources sur lesquelles se positionnent aujourd'hui un nombre croissant de photojournalistes mais sur lesquelles ils sont en concurrence avec d'autres types de photographes.

⁷⁰ - cf. Pierre Morel, op. cit.

⁷¹ - cf. les propositions qui sont faites aujourd'hui par certains éditeurs de diffusion d'images déjà publiées papier sans rémunération complémentaire pour le photographe.

➤ La baisse du chiffre d'affaires et du marché des agences spécialisées

Le même phénomène de diversification s'observe pour les agences, sur fond de crise.

La situation économique des agences globale est très dégradée comme le montre la seconde partie (cf. les agences de production, un modèle économique de moins en moins rentable, page 32). Les signes sont aujourd'hui connus :

- Baisse du nombre d'agences : 17 disparitions 17 créations depuis le début 2008 selon le SAHIR, mais les créations sont en réalité des mises à leur compte d'anciens photographes salariés d'agence.
- Dépôt de bilan des agences les plus prestigieuses
- Baisse importante de la production propre (cf. partie 2).
- Le développement d'autres types de clientèles malgré le statut d'agence de presse : marché institutionnel, *corporate*, publicité... Ces ressources représenteraient environ 10% du CA selon les organisations professionnelles peut⁷². Certaines agences ont renoncé à leur statut d'agence de presse (VU par exemple) - ou sont en passe de le faire - pour pouvoir développer cette activité sans contraintes juridiques. D'autres se sont dédoublées en créant une structure spécifique pour exploiter ce créneau.

5 - PROPOSITIONS ET RECOMMANDATIONS DE SUIVI DES INDICATEURS

A l'issue de ce travail plusieurs pistes peuvent être proposées en matière de suivi.

Les 2 sources statistiques qui ont été exploitées dans la partie 2 sur les effectifs et les rémunérations feront sans doute débat quant à leurs résultats, mais elles nous paraissent incontournables et devraient de ce fait être poursuivies :

- Pour les données de la CCIJP/Observatoire des métiers : elles ne portent par définition que sur les photojournalistes titulaires de carte, et excluent ceux qui, bien que vivant partiellement de ce métier, n'en tirent pas des revenus suffisants pour être titulaires, ou ceux qui font le choix de ne pas la demander. Les données Audiens semblent montrer en définitive, qu'ils ne sont pas si nombreux. En revanche, les données de la CCIJP traitées par l'Observatoire sont certainement fiables et pertinentes sur le périmètre qu'elles couvrent. Elles devraient donc pouvoir être suivies dans le temps.
- Pour les données d'Audiens : leurs limites sont liées au périmètre pris en compte : il est possible que la branche « presse » telle que la recense Audiens soit plus large que celui couvert par les commissions paritaire ou par la CCIJP. Elle comprend notamment une partie du hors presse ou plus généralement d'entreprises (dans la communication par exemple) qui ont

⁷² - sans doute plus pour certaines agences en fonction de leurs spécialisations (sport...).

un code NAF de la presse. Contrairement à la source CCIJP, elle pêcherait donc « par excès ». En revanche, le repérage des photojournalistes travaillant dans ces entreprises paraît assez fiable. Cette source permet donc de suivre les effectifs et les revenus de la profession au sens large. A ce titre, il pourrait proposer de continuer et d'affiner les traitements réalisés par Audiens à l'occasion de cette étude.

- **Un croisement entre les 2 sources (CCIJP/Observatoire et Audiens)** pourrait apporter des éclaircissements sur le recouvrement entre le "noyau dur" identifié par la CCIJ/Observatoire et la "périphérie". Ceci pourrait se faire par comparaison des fichiers entreprises. Elle suppose un accord entre les producteurs de données sur ce point.
- **Des données complémentaires plus qualitatives pourraient recueillies par enquête** directe auprès des photojournalistes, qui permettraient de documenter plus précisément les situations économiques et l'évolution des stratégies professionnelles face aux évolutions du marché.

Les données économiques (prix, marchés) sont en revanche peu documentées.

- **La situation économique des agences** pourrait faire l'objet d'un suivi plus détaillé et plus systématique à partir des données juridiques et comptables (bilans et données financières), analysées en lien avec les représentations professionnelles. Une enquête spécifique complémentaire pourrait être conçue et administrée avec elles (qui permettrait de faire le lien entre les données descriptives de l'activité et les données économiques).
- **Il n'existe pas en revanche d'indicateurs sur les prix ni sur les volumes d'achat sur le marché.** Outre qu'il s'agit d'un sujet très évolutif, il paraît difficile d'identifier une source ou même plusieurs sources suffisamment fiables et exhaustives pour couvrir ce sujet. Par ailleurs, la majeure partie des informations à rechercher se situent du côté des éditeurs de presse qui resteraient sans doute à convaincre d'alimenter une tel dispositif d'observation. Cette question devrait être discutée avec les représentations professionnelles des agences et des éditeurs.

Annexe 6

Proposition de loi, Sénat, n° 441 enregistrée le 12 mai 2010

Et contributions remises après le 5 mai 2010

- FNAPPI, 18 juin 2010
- SAPHIR, 28 juin 2010
- SNJ, 28 juin 2010,
- SNJ-FO, 14 juin 2010,
- USJ, 26 juin 2010,
- UPP, 28 juin 2010,
- SAIF, 17 juin 2010,
- Commission Supérieure de la Carte., 24 juin 2010,
 - SAPHIR, 13 juillet 2010,
 - SPM, 15 juillet 2010,
 - SNJ-CGT, 15 juillet 2010,
 - FNPS, 19 juillet 2010,
 - SNADI, juillet 2010
- Lettre-accord du Nouvel Observateur, et prise de position du Saphir

N° 441

SÉNAT

SESSION ORDINAIRE DE 2009-2010

Enregistré à la Présidence du Sénat le 12 mai 2010

PROPOSITION DE LOI

relative aux œuvres visuelles orphelines et modifiant le code de la propriété intellectuelle,

PRÉSENTÉE

Par Mmes Marie-Christine BLANDIN, MM. Jean-Pierre BEL, Serge LAGAUCHE, Mmes Françoise CARTRON, Catherine TASCA, Jacqueline ALQUIER, Michèle ANDRÉ, MM. Serge ANDREONI, Claude BÉRIT-DÉBAT, Mme Maryvonne BLONDIN, M. Yannick BODIN, Mme Alima BOUMEDIENE-THIERY, MM. Pierre-Yves COLLOMBAT, Roland COURTEAU, Mme Christiane DEMONTÈS, MM. Jean DESESSARD, Claude DOMEIZEL, Jean-Luc FICHET, Bernard FRIMAT, Jacques GILLOT, Jean-Noël GUÉRINI, Didier GUILLAUME, Mmes Bariza KHIARI, Françoise LAURENT-PERRIGOT, MM. Jacky LE MENN, François MARC, Rachel MAZUIR, Jean-Jacques MIRASSOU, Jacques MULLER, Robert NAVARRO, François PATRIAT, Mme Gisèle PRINTZ, MM. Daniel RAOUL, René-Pierre SIGNÉ, Jean-Pierre SUEUR, Michel TESTON, Jean-Marc TODESCHINI, Mme Dominique VOYNET, M. Richard YUNG et les membres du groupe socialiste, apparentés et rattachés,

Sénateurs

(Envoyée à la commission de la Culture, de l'Éducation et de la Communication, sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)

EXPOSÉ DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

Un nombre croissant d'œuvres visuelles sont exploitées dans l'édition à des fins professionnelles sans autorisation des auteurs ou de leurs ayants droits, au prétexte que ceux-ci seraient inconnus ou introuvables. Ainsi, l'usage de la mention « DR » ou « droits réservés » en lieu et place du nom de l'auteur, se multiplie et se systématisé, sans respect des droits reconnus par le code de la propriété intellectuelle, en particulier dans le domaine de la photographie. Certains éditeurs utilisent abusivement cette mention, privant les auteurs de leur droit moral de créateur, et de la juste rémunération de l'exploitation de leur travail.

L'ampleur prise par cette pratique, véritable banalisation de la contrefaçon, est devenue si grande qu'il est impossible d'y mettre fin autrement qu'en précisant par la loi le cadre spécifique d'exercice du droit d'auteur sur les œuvres réputées orphelines.

L'application de la définition de l'œuvre orpheline et de son mode de gestion ad hoc concernera principalement les œuvres visuelles, c'est à dire les images non animées, telles que les dessins, les photographies, les croquis, les œuvres graphiques ou d'illustration, les reproductions d'œuvres d'art.

Par l'expression « œuvre orpheline », on désigne l'œuvre dont l'auteur ou le co-auteur, ou ses ayants droit, n'ont pu être identifiés ou retrouvés après des recherches sérieuses et avérées.

Le Conseil Supérieur de la Propriété Littéraire et Artistique (CSPLA) a recommandé, dans son avis adopté le 10 avril 2008, que la délivrance des autorisations de reproduction ou de représentation d'une œuvre orpheline soit faite par une société civile de perception et de répartition des droits d'auteur (SPRD) ce qui suppose la mise en place d'un régime de gestion collective obligatoire. Ainsi, des sociétés de gestion collective seront agréées, à cet effet, par le ministère de la culture et de la communication afin de fixer par accord spécifique le barème et les modalités de versement de la rémunération due pour l'exploitation d'une œuvre orpheline.

La présente proposition de loi, sans entamer le périmètre actuel des droits d'auteur et voisins, tend à aménager les modalités d'exercice des droits patrimoniaux sur les œuvres orphelines.

Dès lors que le ou les titulaires des droits se manifestent, ou qu'ils sont identifiés ou retrouvés, la proposition de loi crée une procédure de réversion.

Cette proposition de loi a donc un double objectif : garantir que l'exploitation des œuvres visuelles puisse s'exercer dans le respect des droits des auteurs et mettre fin aux abus, le droit d'auteur étant un droit insaisissable, perpétuel, imprescriptible et inaliénable.

En conséquence, l'article 1^{er} se propose d'insérer, dans le code la propriété intellectuelle, à la suite des définitions des différents types d'œuvres protégées par le droit d'auteur, une définition de l'œuvre orpheline.

L'article 2 crée un titre spécifique au livre III de ce même code afin de définir, en deux chapitres, le régime d'exploitation des droits attachés à une œuvre visuelle orpheline et les modalités de basculement dans le régime de droit commun de la gestion des droits attachés à une œuvre visuelle orpheline dont les ayants droit viendraient à être identifiés.

La gestion de l'exploitation des droits attachés à une œuvre orpheline sera confiée à des sociétés de perception et de répartition de droits spécifiquement agréées à cet effet, par le ministre de la culture, sur une base contractuelle. Aucune cession ne sera accordée à titre exclusif. Les barèmes et les modalités de versement des rémunérations dues pour l'exploitation des œuvres visuelles orphelines seront fixés par accords interprofessionnels -qui pourront être étendus- ou, à défaut par une commission ad hoc, présidée par un magistrat. Le montant des rémunérations des œuvres orphelines sera conservé pendant le délai de droit commun de dix ans par les sociétés agréées et, à l'issue de ce délai, si l'œuvre est toujours orpheline, versé aux actions d'aide à la création, à la diffusion du spectacle vivant et à la formation des artistes.

En cas de découverte des détenteurs des droits d'une œuvre réputée orpheline, une procédure de réversion dans le régime de droit commun de la propriété littéraire et artistique est prévue, accompagnée d'un délai permettant aux titulaires de la cession des droits sur cette œuvre de se mettre en conformité avec les dispositions de droit commun.

L'article 3 procède à une coordination, au sein du code de la propriété intellectuelle, afin de permettre de verser aux actions d'aide à la création, à la diffusion du spectacle vivant et à la formation des artistes, les sommes perçues par les sociétés de perception et de répartition des droits, au titre de la gestion des œuvres orphelines, non réclamées par les ayants droit au bout d'un délai de dix ans.

PROPOSITION DE LOI

Article 1^{er}

- ① Après l'article L. 113-9 du Code de la propriété intellectuelle, il est inséré un article L. 113-10 ainsi rédigé :
- ② « *Art. L. 113-10.* – L'œuvre orpheline est une œuvre dont le ou les titulaires des droits ne peuvent pas être déterminés, localisés ou joints, en dépit de recherches appropriées. »

Article 2

- ① Après le titre I^{er} du livre III de la première partie du code de la propriété intellectuelle, il est inséré une division ainsi rédigée :
- ② « Titre 1^{er} *bis*
- ③ « Dispositions relatives à l'œuvre visuelle orpheline
- ④ « Chapitre I^{er}
- ⑤ « Exploitation des droits attachés à une œuvre virtuelle orpheline
- ⑥ « *Art. L. 311 - 9.* – La gestion de l'exploitation d'une œuvre visuelle visée aux 7°, 8°, 9°, 10°, 11° et 12° de l'article L. 112-2 réputée orpheline est assurée par une société mentionnée au titre II du livre III, ayant reçu un agrément, à cet effet, du ministre chargé de la culture. Cette société peut ester en justice pour exercer les intérêts statutaires dont elle a la charge.
- ⑦ « Toute exploitation des droits d'une œuvre visuelle orpheline est soumise à la conclusion d'un contrat entre une société mentionnée au titre II du livre III et la personne souhaitant obtenir la cession de l'exploitation de ces droits. La personne souhaitant obtenir le droit de reproduction ou de représentation d'une œuvre visuelle orpheline apporte la preuve des recherches effectuées en vue de déterminer, localiser et joindre le ou les titulaires des droits de cette œuvre.
- ⑧ « *Art. L. 311-10.* – La cession d'exploitation des droits d'une œuvre visuelle orpheline ne peut être accordée à titre exclusif.
- ⑨ « *Art. L. 311-11.* – Les titulaires des droits d'une œuvre visuelle orpheline perçoivent une rémunération au titre de l'exploitation de leurs œuvres.
- ⑩ « *Art. L. 311-12.* – Le barème et les modalités de versement de la rémunération due pour l'exploitation d'une œuvre visuelle orpheline sont fixés par accords spécifiques entre les sociétés mentionnées au titre II du livre III bénéficiant de l'agrément prévu à l'article L. 311-9 et les organisations représentatives des usagers des œuvres orphelines, dans des

conditions fixées par décret en Conseil d'Etat. Ces accords spécifiques peuvent être étendus à l'ensemble du secteur d'activité par arrêté du ministre chargé de la culture. Leur durée est de cinq ans.

- ⑪ « À défaut d'accord conclu dans un délai de six mois à compter de la date d'entrée en vigueur de la loi n° ... du ..., le barème et les modalités de versement de la rémunération versée pour l'exploitation d'une œuvre orpheline sont fixés par une commission présidée par un magistrat de l'ordre judiciaire dont la composition, arrêtée par le ministre chargé de la culture, comprend, outre le président qui a voix prépondérante, un membre du Conseil d'État, une personnalité qualifiée désignée par le ministre chargé de la culture et, en nombre égal, des membres désignés par les sociétés mentionnées au titre II du livre III, ayant reçu un agrément du ministre chargé de la culture pour assurer la gestion des œuvres orphelines et de représentants des utilisateurs des œuvres orphelines.
- ⑫ « Le barème et les modalités de versement de la rémunération fixés conformément au premier et deuxième alinéa font l'objet d'une publication au Journal Officiel.
- ⑬ « *Art. L. 311-13.* – La rémunération perçue au titre de la cession des droits d'exploitation d'une œuvre visuelle orpheline est conservée par la société qui a conclu le contrat d'exploitation des droits, conformément à l'article L. 311-9. À l'issue du délai figurant au troisième alinéa de l'article L. 321-1, si l'œuvre est toujours réputée orpheline, le montant de la rémunération est utilisé dans les conditions prévues par le 2° de l'article L. 321-9.
- ⑭ « *Art. L. 311-14.* – La représentation, la reproduction d'une œuvre visuelle orpheline fait l'objet d'une publicité mentionnant le nom de la société qui assure l'exploitation de ces droits en vertu du contrat conclu par celle-ci avec la personne qui assure la représentation ou la reproduction de l'œuvre et qui verse la rémunération attachée à ces droits.

« CHAPITRE II

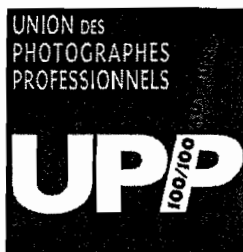
« **Manifestation de l'auteur ou des ayants droit de l'œuvre visuelle réputée orpheline**

« *Art. L. 311-15.* – Une œuvre visuelle cesse d'être orpheline si le ou les titulaires des droits se manifestent auprès de la société mentionnée à l'article L. 319-9, chargée de la gestion de l'exploitation de cette œuvre.

« La société notifie aux personnes avec qui elle a conclu un contrat de cession de droits, le changement intervenu dans la qualification de l'œuvre, en application du premier alinéa. La notification rend caduque l'autorisation d'exploitation de l'œuvre, selon des modalités et délais fixés par décret en Conseil d'État. »

Article 3

Au troisième alinéa (2°) de l'article L. 321-9 du code de la propriété intellectuelle, les mots : « et L. 311-1 » sont remplacés par les mots : « , L. 311-1 et L. 311-11 ».



**L'UNION DES PHOTOGRAPHES PROFESSIONNELS
(EX UPC)**

121, RUE VIEILLE DU TEMPLE - 75003 PARIS
TEL : 01 42 77 24 30 - FAX : 01 42 77 24 39
www.upp-auteurs.fr

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 14 juin 2010.

L'UPP soutient la proposition de loi 441

Le 12 mai dernier, la sénatrice Marie-Christine Blandin a déposé une proposition de loi qui sera discutée au Sénat à l'automne prochain.

Cette proposition vise à réglementer l'utilisation des images fixes dont les éditeurs ignorent l'identité de l'auteur, les « œuvres orphelines », couramment créditées « DR » ou pas créditées du tout : <http://www.senat.fr/leg/ppl09-441.html>

Elle reprend les principes énoncés par le CSPLA (Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique) dans son avis au Ministre de la Culture du 10 avril 2008.

L'Europe et les Etats-Unis discutent sur ce sujet depuis des années sans aboutir à une solution satisfaisante pour les auteurs et les éditeurs. Deux tentatives pour légiférer ont échoué aux Etats-Unis et une autre encore au Royaume-Uni.

Notre organisation professionnelle apporte son soutien public à cette proposition. Dès aujourd'hui, nous lançons une pétition pour soutenir la proposition de loi 441 : <http://petitions.upp-auteurs.fr/appel.php?petition=441>

De nombreuses personnalités de la photographie ont déjà apporté leur signature : Yann Arthus-Bertrand, Jane Evelyn Atwood, Jean-Louis Bloch-Lainé, Bruno Barbey, Lucien Clergue, Jean Claude Dewolf, Marc Garanger, Jean Gaumy, Harry Gruyaert, Dominique Issermann, William Klein, Jean Larivière, Laurence Leblanc, Guy Le Querrec, Peter Lippmann, REZA, Marc Riboud, Sebastio Salgado, Hans Silvester, Sabine Weis, Patrick Zachmann.

Pour de plus amples informations, rendez-vous sur le site internet de l'UPP : upp-auteurs@upp.fr

(1)

OUI à la proposition de loi 441 visant à faire cesser la pratique sauvage du DR, à faire payer les usages professionnels des photographies et à soutenir financièrement la création photographique en France

QUESTIONS / REPONSES

1 - Pourquoi le DR est illégal ?

Parce que le fait de ne pas réussir à identifier l'auteur d'une photographie ou ses ayants droit ne justifie pas de l'utiliser. Le Code de la propriété intellectuelle (article L.122-9) prévoit seulement la possibilité de saisir un juge et de lui demander l'autorisation d'utiliser l'œuvre. Le juge n'acceptera que si la demande est justifiée par un motif légitime et il exigera généralement qu'une redevance soit versée au titre des droits d'auteur entre les mains d'une société de gestion collective des droits d'auteur. Le fait d'utiliser une œuvre à des fins professionnelles sans autorisation est un acte de contrefaçon.

2 - Alors pourquoi la pratique du DR s'est-elle autant répandue en France ?

Parce que les organisations de photographes, à commencer par l'UPC (devenue UPP) n'ont pas été entendues. Mener des procédures judiciaires aurait été long, coûteux et surtout inutile vu le nombre des utilisations concernées. La réussite de ces procédures aurait été incertaine car agir en justice au nom d'une personne non identifiée n'est en principe pas « recevable » par un tribunal.

3 - Qu'est ce qu'une « œuvre orpheline » et comment éviter de traiter comme une œuvre « orpheline » des photographies dont l'auteur est identifiable ?

C'est une question importante car nous ne voulons surtout pas nuire à la liberté de chaque photographe, en tant qu'auteur, d'autoriser ou non, à titre exclusif ou non, l'utilisation de ses œuvres par des professionnels.

Par l'expression « œuvre orpheline », on désigne l'œuvre dont l'auteur ou tout ayant droit d'un auteur décédé n'a pu être identifié ou retrouvé après des recherches sérieuses et avérées.

Ce sera à l'utilisateur de prouver qu'une photographie n'a pas d'auteur ou d'ayant droit identifié malgré des recherches sérieuses et avérées. Une fois la preuve établie de ses recherches, cet utilisateur pourra bénéficier de l'autorisation donnée par la société de gestion collective.

Par ailleurs, « l'orphelinat » des photographies doit être facilement réversible dès qu'un photographe ou un ayant de photographe se manifeste ou que cette personne est retrouvée. La proposition de loi crée donc une procédure simplifiée de « réversion » qui fait sortir les œuvres concernées du mécanisme de gestion collective obligatoire.

La société qui va gérer les droits sur les œuvres orphelines va développer un outil

d'information publique en ligne qui permettra de faciliter et d'élargir les recherches. Elle va gérer d'importantes bases de données et utiliser des outils numériques de reconnaissance des images.

4 - Qu'est ce que la gestion collective obligatoire ?

C'est un système juridique qui impose que les autorisations soient délivrées ou que les redevances soient collectées par une société de gestion collective et non individuellement par les titulaires des droits.

On trouve des exemples de ce système dans le Code de la propriété intellectuelle, en ce qui concerne l'exercice des droits sur la reprographie, le prêt public des livres, la copie privée, la câblodistribution simultanée des programmes hertziens de télévision et la communication au public des phonogrammes du commerce.

Dès lors qu'une œuvre est réellement « orpheline », son auteur ne peut exercer ses droits car il n'est pas identifiable en l'état des recherches faites. L'obligation de gestion collective est donc la seule solution permettant de valoriser l'utilisation des photographies « orphelines ». Mais dès que l'auteur ou un ayant droit apparaît, l'obligation de gestion collective prend fin et la personne concernée retrouve sa liberté d'exercer des droits d'auteur comme il l'entend.

5 - La société de gestion collective va-t-elle s'approprier l'argent pour les photographies dont on ne retrouve pas les auteurs ou les ayants droit ?

Tout d'abord, il est important de souligner que cette société devra répartir aux auteurs ou à leurs ayants droit les sommes perçues dès qu'ils auront été identifiés. La proposition de loi conserve la durée de prescription de dix ans pendant laquelle toute personne concernée peut réclamer à la société le paiement de l'argent payé pour l'utilisation de ses œuvres.

Par ailleurs, au terme de cette période de dix ans, la société de gestion collective aura l'obligation d'affecter l'argent à des actions d'aide à la création et à la diffusion photographique. La réponse est donc NON, la société de gestion collective ne va pas s'approprier cet argent. L'argent non réparti sera affecté au soutien de la création et de la diffusion photographique.

L'article L.321-9 du Code de la propriété intellectuelle rend possible de procéder à une telle affectation à l'aide à la création dès la cinquième année, mais dans des proportions qui ne mettent pas en danger l'obligation de paiement des titulaires de droits qui se manifesteraient ou seraient retrouvés avant le terme des dix ans.

La société de perception et de répartition des droits aura des frais de gestion, qui baisseront à mesure que son fonctionnement se stabilisera. Ces frais de gestion devraient être financés principalement par les produits financiers générés par les sommes non réparties et non encore affectées à l'aide à la création.

Les comptes de la société de gestion collective agréée seront contrôlés par la Cour des comptes (via la Commission permanente de contrôle des sociétés de perception et de répartition des droits), par le ministère de la culture et par les auteurs qui en sont membres (notamment lors des assemblées générales annuelles ou individuellement).

6 - Comment seront fixés les barèmes ?

La proposition de loi prévoit un mécanisme à deux vitesses :

- d'abord par voie d'accords professionnels entre la société de gestion collective agréée et toute organisation représentative des utilisateurs (éditeurs, agences de publicité, entreprises de presse, etc.), ces accords professionnels pouvant être étendus à l'ensemble du secteur d'activité des utilisateurs concernés ;
- ensuite, à défaut d'accord professionnel, par voie de décision d'une commission réunissant les organisations concernées et présidée par un magistrat ; cette décision étant publiée au Journal officiel et donc applicable à tous.

Le fait de soumettre ces utilisations de photographies à des barèmes de rémunération qui soient équitables aura un effet vertueux pour l'ensemble des usages non exclusifs de photographies par des professionnels.

La gratuité, acceptée ou pas, librement ou pas, s'est répandue au préjudice des photographes ; particulièrement depuis le développement des plateformes de vente en ligne « *libre de droits* » des photographies.

Il est temps que la valeur de la photographie, même utilisée à titre non exclusif et quelle que soit la nature des usages professionnels, soit prise en compte et protégée.

7 - Comment la société de gestion collective peut-elle intervenir pour faire payer les utilisateurs ?

L'œuvre « orpheline » n'ayant pas d'auteur ou d'ayant droit connu ou retrouvé, il est nécessaire de considérer qu'elle est protégée par les droits d'auteur dès lors qu'elle fait l'objet d'un usage public ou professionnel.

La société de gestion collective sera donc habilitée statutairement à intervenir auprès des utilisateurs quand une photographie est reproduite ou communiquée au public sans mention du nom du ou des auteurs qui en ont la paternité et quand cet utilisateur n'est pas mesure de prouver que cette œuvre n'est pas « orpheline ».

De même, la société de gestion collective agréée sera habilitée à agir en justice contre ces mêmes utilisateurs pour faire payer ce qui est dû en application du barème applicable.

Il restera possible pour l'usager de prouver que l'œuvre orpheline n'est pas protégée et doit être exemptée de ce fait du paiement des sommes dues au titre de l'utilisation des œuvres orphelines.

8 - La société de gestion collective agréée est-elle un établissement public ?

Non, bien qu'elle accomplisse une mission d'intérêt général. C'est une société civile soumise à un encadrement juridique contraignant qui est défini par les articles L.321-1 et suivants et R.321-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Les associés d'une telle société sont les auteurs eux-mêmes.



Madame Laurence FRANCESCHINI
Directeur Général
Direction des Médias et
des Industries Culturelles
3 rue de Valois

75042 PARIS CEDEX 01

Paris, le 18 Juin 2010

Madame,

Vous avez bien voulu nous faire destinataires, le 2 Juin dernier, du rapport intermédiaire de Madame Marie BERTIN et Monsieur Michel BALLUTEAU, Inspecteurs Généraux des Affaires Culturelles, concernant la mission relative au « photojournalisme en France » qui leur a été confiée par Monsieur le Ministre de la Culture et de la Communication. Nous vous en remercions.

Nous avons tous deux été auditionnés et serons heureux de participer à la réunion de travail que vous avez fixée au 8 juillet prochain afin d'aborder concrètement la réalité de nos problèmes.

Dans cet esprit, et comme vous le suggérez, nous vous soumettons, d'ores et déjà, nos observations et remarques sur ce premier document de synthèse.

Au-delà des imprécisions et de quelques erreurs ponctuelles que nous avons relevées, nous attirons particulièrement votre attention sur ce qui nous apparaît dans ce rapport comme un contresens majeur qu'il est urgent de corriger. Il s'agit de la confusion entre photographes indépendants, photographes pigistes et photographes en CDI :

- **Les photographes indépendants** réalisent des reportages en toute autonomie, sans lien de subordination et en confiant la commercialisation à des agences de presse, avec lesquelles ils sont liés par un contrat de mandat. Ces photographes sont rémunérés en parts de cession c'est-à-dire qu'ils perçoivent un pourcentage des droits de cession réalisés et encaissés par l'agence qui les distribue. S'ils sont titulaires de la carte de presse, leur rémunération est assujettie au régime général sans que cela n'implique un lien de subordination ou même une présomption de celui-ci ; les droits complémentaires sont définis par un accord de branche et assujettis au régime social des auteurs. Un Arrêt récent de la Cour de Cassation n'exclut pas une rémunération totale en droit d'auteur assujettie au régime de l'AGESSA.
- **Les photographes pigistes** travaillent en commande pour un support de presse ou une agence. Ils sont sous lien de subordination le temps de la réalisation de leur commande. Leur rémunération est précisément une pige, c'est-à-dire, une somme forfaitaire convenue et agréée par les parties en amont du travail et versée sous forme de salaire. Ce mode de rémunération n'est absolument pas remis en cause par les agences.
- **Les photographes salariés** sont par définition en CDI.

Pour les photographes salariés en CDI et les pigistes, si au-delà de leur salaire, une rémunération proportionnelle est contractuelle, l'accord de branche, signé le 10 Mai 2007, étendu par un Arrêté du 5 Mai 2008, définissant les droits complémentaires, précise la part des revenus qui relève du régime des droits d'auteur gérés par l'AGESSA.

Nous regrettons donc qu'à plusieurs endroits du rapport (pages 6, 7, 14 et 23) il est fait mention du photographe pigiste en lieu et place du photographe indépendant, créant ainsi une grande confusion et ne manquant pas d'agiter inutilement le spectre du changement de statut des journalistes auprès des syndicats et des associations de photographes qui y sont le plus attachés.

Autres remarques, page par page :

Page 5, la note de bas de page

Il ne saurait être soutenu que la plupart des agences de presse photos n'emploient plus, désormais, de photographes salariés à temps plein. Contrairement à « l'âge d'or » du photojournalisme des années 70/80, pendant lequel les photographes étaient coproducteurs avec les agences et majoritairement payés en droits d'auteur, les plus assidus d'entre eux ont depuis été salariés. Aujourd'hui, les quelques vingt cinq agences adhérentes de la FNAPPI emploient, en CDI, 300 personnes dont 25% de reporters photographes salariés à plein temps. Malheureusement c'est la disparition même des agences de presse photos qui entraîne la diminution des effectifs de photographes salariés.

Page 8, paragraphe 15

L'arrêt de la Cour d'Appel concernant le photographe Daniel Frasnay n'a aucun lien avec l'arrêt de la Cour d'Appel concernant le photographe M Gastaud. Il convient de supprimer la mention « Dans le même arrêt... ».

Page 14

La description de l'agence Gamma décrite comme « autrefois très présente dans des domaines pointus comme l'archéologie, les sciences et les technologies de pointe » est erronée. **Gamma est historiquement** une agence de « news » à l'origine de la création du photojournalisme avec Sygma et Sipa.

Page 15

Dans le paragraphe « Les agences photo insistent sur la pression à laquelle elle sont confrontées », le verbatim est inexact car la phrase « On va vers une réduction du nombre d'éditeurs sur le marché et ils utilisent de moins en moins les petites agences complémentaires » manque totalement de sens. La locutrice citée a certainement voulu dire : « On va vers une réduction du nombre de fournisseurs (de photos) et les éditeurs utilisent de moins en moins les petites agences complémentaires ».

Page 17

Nous notons une coquille : SNAPPI à la place de FNAPPI dans le paragraphe 51.

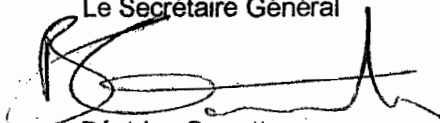
Enfin, nous constatons que le rapport à partir de la page 21 (sous l'inter : la préservation du patrimoine photographique) se fait largement l'écho des problématiques discutées actuellement au sein des groupes de travail constitués dans le cadre de la Mission de la photographie, qui doit rendre un premier compte rendu des débats fin juin.

Au cours de ces débats, les représentants des agences de presse photos ont clairement fait savoir que le projet de portail de référence des fonds photographiques (publics et privés), que le Ministère de la Culture et de la Communication a choisi de faire héberger par l'agence photo de la RMN, ne saurait impliquer une délégation à la RMN de la commercialisation de ces fonds.

Plus précisément, les agences souhaitent connaître les critères d'éligibilité pour avoir accès au fonds pour la numérisation du patrimoine du Grand Emprunt et pouvoir démontrer l'intérêt (à la fois patrimonial et économique) de financer des plans de numérisation des archives historiques du photojournalisme, dont les retours sur investissements sont parfaitement prévisibles.

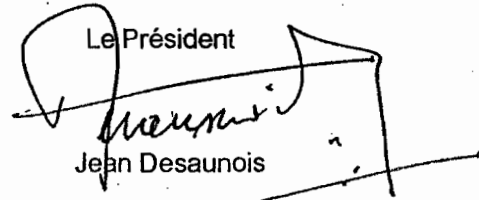
En vous remerciant de l'attention que vous voudrez bien apporter à ce courrier, nous vous prions d'agréer, Madame le Directeur général, l'expression de nos salutations distinguées.

Le Secrétaire Général



Béatrice Garrette

Le Président



Jean Desauois

Réponse du SAPHIR au pré rapport de l'IGAC sur le photojournalisme

Le pré rapport établi par Madame Bertin et Monsieur Balluteau a le mérite de proposer un état des lieux de la filière de la photographie de presse, faisant intervenir tous les acteurs (photographes, agences et éditeurs) tout en soulignant les dérives du secteur et ses contradictions.

Ainsi, plusieurs points fondamentaux ont été rappelés comme le fait que la photographie constitue un aspect valorisant du journal (p.12). C'est une évidence qu'il était bon de souligner, en réponse aux déclarations surprenantes sur l'intérêt des lecteurs pour les photos (quel magazine se risquerait à ne sortir qu'en version texte ?). Et les nouveaux supports numériques (interactifs et multimédias) misent largement sur l'image. A cet égard, les négociations que nous avons avec les éditeurs (presse ou livres) sur l'utilisation des photographies pour les versions numériques de leurs publications papier nous confortent sur le besoin durable d'images.

Par ailleurs nous sommes sensibles à l'évocation d'un code de bonne conduite entre les partenaires du secteur (p.14). Cette question est d'autant plus pertinente qu'elle repose sur le constat que les éditeurs utilisent des photographies dont ils ne paient pas les droits, soit parce qu'elles sont créditées DR, soit parce qu'elles proviennent de services de communication d'entreprises privées ou d'institutions publiques, soit enfin, parce que consigne est donnée aux iconographes de rechercher précisément des photographies gratuites (p.17-18).

Nous avons toutefois quelques réserves :

La légitimité de l'action publique :

Nous saluons évidemment l'existence des travaux actuels sur la crise du secteur, mais votre interrogation sur la légitimité de l'action publique (p.2-3) nous étonne. L'Etat intervient pour les secteurs stratégiques en danger (exemples récents de l'automobile, des banques, et des relations producteurs / grande distribution). Mais surtout, comment oublier les Etats Généraux de la Presse fin 2008 et le cortège d'aides diverses (allègements fiscaux, aide à la distribution, ...) dont la presse a bénéficié dans les mois qui ont suivi ? La presse est aidée pour survivre, et c'est un noble rôle pour l'Etat que de permettre cette survie. Mais la diversité de la presse vient de la diversité de ses contenus, et donc en partie des professionnels de la photographie qui la nourrissent. La logique d'aide de l'Etat pour sauver la presse s'est arrêtée à mi-parcours. C'est l'arbre qui cache la forêt, derrière le journal qui s'en sort, il y a toutes les agences et les photographes qui ne s'en sortent plus. Non seulement les aides n'ont pas été conditionnées pour les éditeurs à la préservation des acteurs du marché, mais les conditions commerciales imposées par ces mêmes éditeurs se sont encore dramatiquement durcies.

Si le rapport rappelle que les éditeurs sont libres de choisir avec qui ils souhaitent travailler ainsi que la manière de le faire (p.8), nous regrettons cependant que les rapporteurs n'aient pas jugé utile d'insister sur l'importance que constitue pour les éditeurs et plus largement pour le public, une offre pluraliste qui tient au nombre et à la diversité des producteurs de

photographies, parmi lesquels les agences représentent par la qualité de leur travail, un acteur majeur et incontournable du secteur.

Le mélange des genres collectifs / agences : En ce qui concerne les collectifs de photographes (p.14), il nous semble important de rappeler qu'ils ne ressemblent en rien à des agences de presse photographiques : celles-ci sont structurées autour d'un rédacteur en chef qui impulse les projets ou choisit les sujets que les photographes lui proposent et son équipe réalise ou participe à l'édition ; Le photographe bénéficie aussi d'une organisation centralisée et d'une équipe commerciale chargée de vendre ses photographies à la presse. Autant d'éléments qui n'existent pas dans les collectifs où les photographes mettent uniquement en commun des moyens, principalement un site internet et parfois des locaux. Ces photographes gèrent leurs productions et leur commercialisation de façon autonome et indépendante.

Nous rappelons également que ce sont les agences qui structurent le marché, en organisant la production, en construisant une offre d'images cohérente et adaptée aux besoins des différents consommateurs d'images, en gérant une chaîne complexe d'intervenants, et en apportant un service à valeur ajoutée forte aux services photos, dont les effectifs par ailleurs se réduisent en peau de chagrin, et qui se reposent donc de plus en plus sur les agences.

L'exploitation numérique des photos par les éditeurs.

Nous regrettons que le rapport n'aborde pas la question du numérique et notamment les développements des applications sur le téléphone, smartphones, Ipad et autres tablettes. Les éditeurs contestent le fait qu'il s'agit de nouveaux supports et la brèche de la Loi Hadopi à cet égard nous porte préjudice. Non seulement les tarifs papier ont considérablement baissé mais les nouveaux usages ne sont pas rétribués. Ces nouveaux modes de publication n'ont pas forcément encore de modèle économique mais ils peuvent constituer le marché de demain. En matière de livres scolaires par exemple, le SNE nous a livré les tous derniers chiffres qui démontrent une multiplication par 10 en un an du nombre de versions pdf vendues, pour un chiffre d'affaires d'environ 700 000 euros.

Les questions posées dans le rapport

Les images « DR »

La réflexion relative au DR, proposant le versement d'une somme forfaitaire nous paraît intéressante à poursuivre (p.17). Et il doit être imposé aux éditeurs de créditer les images du nom de l'organisme fournisseur (cas des images d'offices du tourisme par exemple), à minima pour que le lecteur sache qu'il s'agit d'une image commerciale, et non d'une image de presse. Il en va de l'honnêteté de l'information.

L'aide à la création

La réflexion relative à une aide à la création doit être approfondie (p.23-24). Le constat est simple : plus personne n'est en mesure de produire les reportages photographiques. Les photographes se retournent donc vers des ONG qui ont pris le relais des agences et surtout des éditeurs. En audiovisuel, nous avons le CNC qui bénéficie aux agences de presse télévisée

pour leurs documentaires ; nous pensons qu'un fonds devrait être constitué afin de pouvoir subventionner les projets de reportages, type documentaire, ou proposer des avances remboursables aux photographes en cas de vente du sujet.

La notion de tarif minimum et la question des délais de paiement

La question relative à la création d'un tarif minimum pour la photographie ne nous paraît pas bien posée (p.15). Il existe aujourd'hui dans tous les syndicats ou organisations professionnelles des barèmes indicatifs qui ont toujours servi de référence à la profession. N'oublions pas que ces tarifs ont été élaborés en prenant en compte plusieurs éléments et notamment en y incluant les charges de production des agences. Ces barèmes ne sont plus aujourd'hui respectés par les éditeurs. Et c'est ce qui déstabilise l'économie des agences de presse photographique. D'autant que le passage au numérique, comme les rapporteurs le soulignent, est une charge pour les agences de presse, qu'elles ne répercutent pas sur leurs prix.

A cet égard, nous regrettons que le rapport ne souligne pas le non respect par les éditeurs de la loi de modernisation de l'économie (LME) qui pose pourtant des principes très clairs en matière de délais de paiements afin de ne pas asphyxier les fournisseurs. Or, ces entorses à la loi coûtent très cher aux agences en termes de frais financiers. Un autre facteur de fragilisation du secteur.

Le patrimoine

En ce qui concerne le patrimoine photographique, nous sommes satisfaits de constater que cette question est enfin abordée. Conservation et numérisation sont intimement liées et au-delà de la mission Barroy, sans doute moins adaptée à notre problématique, nous souhaitons que le fonds de modernisation de la presse puisse y répondre. Il en va de la préservation du travail des photographes et de sa valorisation (p.21-22).

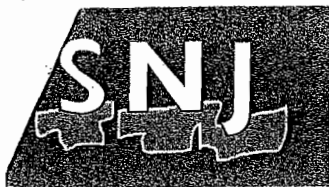
Remarque sur nos propositions :

Elles figurent dans le document que vous avez intégré dans vos annexes.

Nous insistons notamment sur le fonds de modernisation de la presse, qui a le mérite d'exister. MAIS, c'est un dispositif lourd, avec des démarches complexes. Ce serait vraisemblablement un bon outil pour aider les agences dans leur développement, à deux conditions :

- qu'il prenne en compte des dépenses qui ne sont pas ou peu éligibles aujourd'hui qu'il soit plus simple d'accès et d'obtention.
- Qu'il soit plus simple d'accès, d'obtention et de suivi

Nous vous remercions d'étudier une évolution de ce dispositif pour permettre aux agences de pouvoir disposer dans de meilleures conditions des moyens techniques et humains nécessaires à l'évolution de leur offre et à leur adaptation au marché.



Membre Fondateur

- de la Fédération Internationale des journalistes
- de l'Union Syndicale Solidaires

Solidaires

SYNDICAT NATIONAL DES JOURNALISTES

Madame Laurence FRANCESCHINI
Directrice Générale
DG MIC
Immeuble des Bons-Enfants
182 rue Saint-Honoré
75033 PARIS CEDEX 01

Nos réf. :
AG/JI n° 0495/2010

Paris, le 28 juin 2010

Madame la Directrice générale,

J'ai bien pris connaissance de votre courrier reçu le 10 juin 2010, invitant notre organisation syndicale à vous faire part de ses observations sur le rapport intermédiaire concernant le métier de photojournaliste. Comme vous ne l'ignorez pas, le SNJ est un syndicat constitué uniquement de militants bénévoles et procéder à une analyse complète d'un document de cette importance dans un délai de temps aussi court nous pose quelques difficultés.

Néanmoins, nous allons faire notre possible pour préparer au mieux la réunion prévue le 9 juillet et, à défaut d'entrer aujourd'hui dans le détail, je viens vous faire part de notre sentiment général.

Je ne vous cacherai pas notre grande inquiétude à la lecture de la page 7 de ce rapport, où est évoquée la possibilité d'une « *définition d'un véritable statut de pigiste photojournaliste* ». En elle-même, cette éventualité nous paraît déjà extrêmement dangereuse. Mais le texte va beaucoup plus loin, avec une des phrases qui suit : « *Dans cette hypothèse de travail, il conviendrait de savoir si cet éventuel statut serait propre à cette catégorie, ou deviendrait celui de l'ensemble des journalistes pigistes.* »

Or, il existe aujourd'hui un statut unique pour tous les journalistes, véritable ciment de la profession que justifie son rôle dans une société démocratique dont la qualité et le pluralisme de l'information sont des piliers. Première organisation de journalistes, le SNJ est totalement opposé à tout ce qui pourrait remettre en cause ce statut ainsi que tout ce qui en découle et contribue à unifier notre profession. Le principe fondamental d'un même statut pour tous les journalistes a guidé l'action de Georges Bourdon, président du SNJ dans le premier tiers du XX^e siècle et principal initiateur de la loi de 1935 qui a permis de structurer la profession. Cette volonté est toujours aussi vive dans notre syndicat, car la reconnaissance de ce statut unique, et de tout ce qui y est attaché, est fondatrice des principes professionnels censés garantir l'indépendance des journalistes et le respect d'une déontologie professionnelle.

En outre, qu'ils soient mensualisés ou pigistes, les journalistes professionnels sont tous présumés salariés et doivent le rester. La loi Cressard de 1974, reprise dans l'article L 7112-1 du code du travail, indique que « *toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure moyennant rémunération le concours d'un journaliste professionnel est présumée être un contrat de travail. Cette présomption subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération, ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties* ».

Sortir du salariat - ou autoriser les employeurs à sortir du salariat - les journalistes pigistes reviendrait à créer une sous-catégorie de journalistes, ne bénéficiant plus des droits issus du code du travail et de la convention collective nationale de travail des journalistes. Confronté lui-même à la question de la régression du photojournalisme et de la paupérisation d'un nombre croissant de pigistes photojournalistes, le SNJ ne sous-estime pas les arguments avancés dans le rapport, et notamment l'explosion de l'offre d'images bon marché, venant de photographes au statut moins contraignant, voire sans statut du tout. Cette concurrence de plus en plus sauvage se fait au détriment des photojournalistes dépendant de la législation de notre pays, des entreprises qui les emploient, mais aussi - il est aisé de le constater presque quotidiennement - de la qualité de l'information et des contenus éditoriaux de nos titres, déjà en grande difficulté.

Dans une certaine mesure, elle contribue au désintérêt croissant du public pour les médias traditionnels, voire même à la défiance qui ressort de toutes les études d'opinion.

Ce n'est pas par des mesures qui fragiliseraient un peu plus les journalistes pigistes, en les isolant du reste de la profession, que l'on peut espérer contrer ce « moins-disant » qualitatif. La solution se situe plus dans une recherche partagée de moyens visant à recrédibiliser ces contenus et restaurer la confiance de l'opinion vis-à-vis des journalistes, ainsi que cela a été largement débattu lors des États généraux de la presse écrite. Cette réflexion, initiée par le chef de l'État, a permis de faire émerger un certain nombre de propositions censées travailler à l'amélioration de la qualité de l'information, comme la reconnaissance par tous d'une charte de déontologie, ou un effort accru dans la formation des journalistes.

Nous y ajoutons une nécessaire reconnaissance par la loi de l'indépendance des équipes rédactionnelles, ne serait-ce justement que pour sortir de leur isolement les journalistes précaires - dont les pigistes - qui sont de ce fait les plus fragiles face aux pressions et au chantage à l'emploi qui amène parfois à s'écarter des principes professionnels. Je précise que les autres organisations syndicales et la plupart des associations de journalistes ont rejoint le SNJ dans cette voie.

Pour conclure, dans une société qui se veut démocratique, l'information ne peut être traitée comme une simple marchandise ; le secteur qui la collecte, la traite et la met à la disposition des citoyens ne peut être vu simplement comme un « marché » répondant aux mêmes règles économiques que les autres.

Pour traiter de la concurrence sauvage qui règne désormais dans le photojournalisme, nous attendons de l'Autorité publique qu'elle se penche sur les critères d'attribution des aides publiques à la presse, plutôt qu'envisager une remise en cause de notre statut. Non seulement celle-ci ne résoudrait pas grand-chose, mais elle conduirait à aggraver la situation des journalistes concernés et ternir un peu plus l'image et les conditions d'exercice de notre profession.

Je vous prie de croire, Madame la Directrice générale, en l'assurance de notre considération distinguée.



Alain GIRARD
Premier Secrétaire Général



SYNDICAT NATIONAL DES JOURNALISTES FORCE OUVRIERE
Presse - Multimédia

Madame Laurence FRANCESCHINI
Directeur Général des Médias et des industries
Culturelles.
69, rue de Varenne
75700 PARIS

Paris, le 14 juin 2010

Madame,

Faisant suite à votre courrier du 3 juin, nous avons le plaisir de vous communiquer nos observations quant aux problèmes que rencontrent nos confrères dans l'exercice de leur profession, le photojournalisme.

Nous avons pris connaissance avec un grand intérêt, du rapport établi par l'inspection générale des affaires culturelles et nous ne pouvons que féliciter Madame et Monsieur les Rapporteurs.

Ceci dit, les positions exposées par certains interlocuteurs appellent de notre part les remarques qui s'imposent.

A la lecture des écrits émanant de certaines agences nous relevons quelques contradictions entre leurs « dires » et leurs actes.

Pour le SNJ FO, il ne peut y avoir plusieurs statuts de journalistes.

Le statut actuel prévu par le code du travail et la convention collective nationale du travail des journalistes s'applique à tous ceux qui se réclament de notre profession et qui l'exercent, photojournalistes et pigistes compris.

Or les pages 6 et 7 du rapport « Etat des lieux » traitant du problème des pigistes nous interpellent.

En effet, les paragraphes 3, 4 et 5 sont pour nous, au S.N.J. F.O qui avons longtemps défendu le droit des pigistes et obtenu après de longues années, la loi CRESSART, inacceptables et impensables.

En ces temps difficiles, où les journalistes en général ont du mal à trouver ou retrouver du travail il serait urgent d'aider les pigistes plus tôt que de les démunir.

La mise en cause de l'article L 7112-1 du code du travail par les employeurs ne date pas d'aujourd'hui, non seulement dans les rangs des agences de presse mais aussi dans la presse écrite.

Il y a quatre ans au motif d'harmoniser l'application de la convention collective nationale du travail des journalistes au sein des entreprises dans ce qu'elle prévoit pour les pigistes, la délégation patronale nous a mené durant plus de trois ans en bateau, élaborant finalement un document intitulé « statut des pigistes » que les syndicats majoritaires de la profession, dont la nôtre, ont refusé de signer. L'affaire attaquée en justice, elle se trouve actuellement devant la cour d'appel.

Mettre le doigt dans l'engrenage d'une « réforme » en réclamant une modification du code du travail pour « alléger » le poids des charges sociales des Agences de Presse, ne résoudrait pas le problème des Agences, et priverait toute une frange de salariés pigistes de leurs droits au travail. Ce qui est à nos yeux inacceptable.

Pour les photographes qui souhaitent une rémunération en droits d'auteur (page 6 du rapport) ils ont la liberté de renoncer au statut de journalistes salariés. Mais sont-ils conscients des conséquences de leur choix ?

Quoiqu'il en soit, nous ne pouvons soutenir une quelconque réforme de la loi, ni la création d'un statut du photographe dit indépendant.

Le photojournalisme est indissociable.

Selon les renseignements recueillis auprès de nos adhérents, professionnels de la photo, il n'existe pas de différence entre les photographes indépendants et les pigistes dans la plupart des cas. Tous deux subissent le poids de la crise qui a fait chuter considérablement leurs revenus et qui se trouvent enclins, pour ne pas dire obligés, à accepter les conditions imposées par les donneurs d'ordres.

Des magazines politiques et pas des moindres refusent de régler le photographe professionnel en pige, préférant les factures ou les honoraires. A prendre ou à laisser.

Communauté européenne et disposition dérogatoire.

L'arrêt de la cour de justice des communautés Européennes du 15 juin 2006 condamne la France pour manquement aux règles de libre circulation des prestataires de service.

Sans vouloir commenter cet arrêt, nous sommes en droit de nous poser la question, à savoir pour quelles raisons les pays de la Communauté Européenne n'harmonisent pas leurs lois avec les nôtres ?

Notre position quant à la disposition dérogatoire est claire.

Nous ne voyons pas pourquoi les lois Françaises devraient être réformées alors que l'harmonisation des lois sociales au sein de la communauté souvent réclamée par les Organisations Syndicales Françaises dont Force Ouvrière, n'est toujours pas acquise.

Pour nous résumer à ce sujet nous disons, la modification de la loi CRESSART ne peut et ne doit pas être décidée, par ce qu'elle ne résoudrait pas les problèmes des Agences, et occasionnerait bien de tracas au niveau des différentes administrations.

Le traitement social des revenus complémentaires des journalistes reporters photographes tirés de l'exploitation de leurs œuvres photographiques dans la presse.

Dans l'annexe 4 du rapport, il est question à la page 3, du problème des revenus complémentaires des photojournalistes.

Les auteurs du texte signalent le refus de L'AGESSA d'affilier les reporters photographes pour leurs revenus issus de l'exploitation de leurs œuvres dans la presse, si bien que ces reporters photographes se retrouvent sans statut social.

Si cette position de l'AGESSA est confirmée il convient de rappeler l'accord signé par l'ensemble des syndicats de journalistes dont le nôtre et par la FNAPPI côté Agences, en date du 10 mai 2007. Cet accord traite en effet des revenus complémentaires des journalistes reporters photographes tirés de l'exploitation de leurs œuvres photographiques dans la presse.

Ceci étant dit le SAPHIR propose dans son exposé, soit, d'assouplir la disposition de la loi CRESSART, soit d'enjoindre l'AGESSA à affilier tous les journalistes qui demandent leur affiliation quelque soit le statut juridique de la société qu'ils ont mandatée pour distribuer leurs œuvres dans la presse.

Nous pensons sincèrement que le SAPHIR aurait mieux fait d'adhérer à l'accord du 10 mai 2007 qui aurait permis de résoudre pas mal de problèmes sans toucher à l'article L 7112-1 du code du travail.

La crise ne peut être réglée par la suppression des droits des salariés, ou la réforme du code du travail ou la création d'un statut spécifique aux photojournalistes.

Les causes de la crise ayant été longuement traitées par les uns et les autres dans le rapport établi par l'inspection générale des Affaires culturelles, nous nous contentons de rappeler que les photojournalistes indépendants ne bénéficient d'aucune couverture sociale en cas d'accident du travail comme d'ailleurs certains dit « pigistes » et qui sont rémunérés en honoraires.

Le SAPHIR propose d'améliorer le statut AGESSA sur un point qui fait défaut aujourd'hui par rapport au statut salarié : comme signalé plus haut, les accidents du travail. Le SNJ FO en prend acte et soutient cette proposition.

Les droits réservés.

La mention D.R figurant sous la photo en remplacement la plupart du temps du nom de l'auteur, doit être employée avec parcimonie :

1. A la demande du photojournaliste exclusivement
2. Aux œuvres pour lesquelles il s'est avéré impossible d'identifier ou de retrouver l'auteur après des recherches sérieuses et avérées.

Toute autre utilisation de la mention D.R serait abusive et devrait entraîner l'éditeur à des poursuites.

Les répercussions des nouvelles techniques sur les revenus.

Le SNJ FO suggère la création d'un fonds spécial permettant d'aider les journalistes pigistes et indépendants, pour l'achat ou le renouvellement du matériel rendu nécessaire par les difficultés dues à l'avènement de l'internet et le développement anarchique du web.

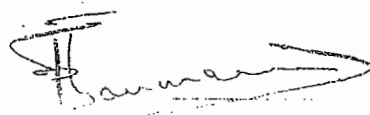
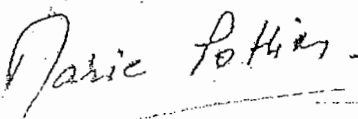
Un tel fonds peut être géré, sous l'égide du ministère de la Culture, par une commission paritaire composée de représentants des syndicats professionnels (employeurs, salariés) et présidée par un représentant du ministère de la Culture.

Pour conclure nous informons Madame FRANCESCHINI de notre présence à la réunion du 8 juillet prochain et lui adressons dans l'attente nos sincères salutations, et nos remerciements.

Pour le Syndicat National des Journalistes Force Ouvrière.

La Présidente
Marie POTTIER

Le Secrétaire Général
Fabien BAUMANN



[Fwd: Re : Rapport photojournalisme]

Sujet : [Fwd: Re : Rapport photojournalisme]

De : CLEMENT-CUZIN sylvie <sylvie.clement-cuzin@culture.gouv.fr>

Date : Mon, 28 Jun 2010 11:35:11 +0200

Pour : BALLUTEAU michel <michel.balluteau@culture.gouv.fr>, marie.bertin@culture.gouv.fr, "corinne.crevot@culture.gouv.fr" <corinne.crevot@culture.gouv.fr>

----- Message original -----

Sujet : Re : Rapport photojournalisme
Date : Sat, 26 Jun 2010 16:21:36 +0000 (GMT)
De : NICOLAS THIERY <nicolasthiery@yahoo.fr>
Pour : sylvie.clement-cuzin@culture.gouv.fr
Références : <4C221B20.2080902@culture.gouv.fr>

V S.J

À l'attention de :

Madame Sylvie Clément-Cuzin

Sous-directrice de la presse écrite

Et des métiers de l'information

DGMIC.

Le 26 juin 2010.

Objet : Photojournalisme

Un état des lieux.

Madame,

Après lecture du pré rapport des inspecteurs généraux des affaires culturelles, nous avons constaté l'émergence de problèmes liés aux salaires, aux droits d'auteur, à la couverture sociale, etc. Le manque de respect par les éditeurs : de la loi Cressard et de la loi sur les droits d'auteur en application du code de la propriété intellectuelle. Ces problèmes étayés par les documents en annexe de ce rapport, appellent à la négociation pour la sauvegarde de notre

profession et non dans l'intérêt des organes de presse qui spolient régulièrement les droits des journalistes photographes.

Nous souhaiterions être informé sur ces négociations. À quel niveau se situent ces négociations ? Au niveau de la branche ? Et laquelle ?

En ce qui concerne nos observations nous vous avons demandé un report afin que nous puissions structurer nos remarques, bien quelles ne soient pas nombreuses. Pour ce qui est des éléments complémentaires nous attendons que certains de nos confrères nous remontent les problèmes. Dans l'état actuel de notre réflexion, nous ne pouvons vous apporter les éléments et des solutions pour finaliser votre rapport que nous avons eu que très tardivement.

Bien cordialement.

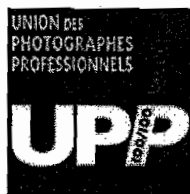
Jean-Claude Woestland, photoreporter USJ

Jean-Christophe Baudin, photoreporter, USJ

Nicolas Thiéry, secrétaire général de l'USJ

*De : * CLEMENT-CUZIN sylvie <sylvie.clement-cuzin@culture.gouv.fr>
*À : * meicher@groupe liaisons.fr; agnes.himmeland@rfo.fr;
sgjfo@udfo75.net; mic.pottier@wanadoo.fr; snj@snj.fr;
codina.gilles@wanadoo.fr; snj@cgt.fr; nicolasthiery@yahoo.fr
*Envoyé le : * Mer 23 juin 2010, 16h 33min 04s
*Objet : * Rapport photojournalisme

Bonjour,
Je vous informe que la réunion initialement prévue le 8 juillet à 10 h, relative au pré-rapport de l'IGAC sur le photojournalisme est reportée au vendredi 9 juillet à 10 h, salle Mérimée (2ème étage, 3 rue de Valois). J'espère que cette nouvelle date vous conviendra.
Pourriez-vous nous adresser vos observations écrites sur le pré-rapport, avant le 28 juin et me confirmer si vous serez représentés le 9 juillet ? Nous sommes conscients de la brièveté des délais qui vous ont été laissés pour réagir, mais il était important que la première réunion sur ce sujet puisse avoir lieu avant la pause estivale. Merci d'avance. Bien cordialement. Sylvie Clément-Cuzin, sous-directrice de la presse écrite et des métiers de l'information DGMIC



**Réponses et commentaires du 28/06/2010 sur le rapport
« Photojournalistes : un Etat des lieux »
Ministère de la Culture et de la Communication**

Nous remercions le Ministre de la Culture et de la Communication d'avoir demandé cet état des lieux sur le photojournalisme. Cela fait 15 ans que nos organisations professionnelles demandent une étude économique et sociale du photojournalisme et des photojournalistes en France.

Malgré des délais contraignants, ce rapport mérite de mettre en lumière notre activité professionnelle. Il rend compte avec relativement de justesse de la situation du photojournalisme et des photojournalistes en France.

Toutefois, nous regrettons que les propositions pour aider les photojournalistes soient rares et manquent un peu d'imagination.

Nos organisations professionnelles dénoncent la crise d'une profession qui, du fait de sa fonction sociale d'information, sa déontologie, **ne peut être réduit à une simple prestation de services** dans un marché concurrentiel classique. C'est à cette crise que le rapport doit apporter des réponses.

Le rapport provisoire estime qu'une intervention de l'action publique dans la sphère de la libre entreprise entre prestataires et éditeurs semble délicate. Pourtant, s'il n'appartient plus à l'état de s'immiscer dans la sphère privée, la presse demeure un secteur particulier. Sa spécificité réside dans le respect du droit de l'information du public, droit de l'homme fondamental au fonctionnement de notre société démocratique. La défense de ce droit, l'accès à une information libre et plurielle relève bien de l'action publique. Cette crise a pour conséquence un amoindrissement de la qualité de l'information, et de sa diversité. La photographie d'amateur, libre de droit, n'est pas passée au crible d'une écriture journalistique. Elle n'est qu'un document. Lors des présidentielles de 2007, nous avons vu un hebdomadaire de gauche utiliser une image de campagne fournie par le staff d'un candidat de droite, pour illustrer un article. Une image de communication, non d'information. Ce pour la seule raison qu'elle fût fournie gracieusement, libre de droit. Et donc, cela eut pour conséquence la publication d'une image de publiportage, présentée comme une information. Il ne s'agit bien sûr que d'un exemple, il y en a des centaines, chaque jour. **L'action publique est légitime lorsqu'elle garantit la qualité, la diversité et l'accès à l'information des citoyens, ici en l'occurrence par la sauvegarde du photojournalisme.**

Rappelons que face à des problématiques proches la France a défendu, tant au niveau international qu'au niveau européen, la notion d'**exception culturelle** pour pouvoir mettre en place et préserver des normes dérogatoires au droit de la concurrence en matière culturelle afin de garantir la production cinématographique dans un contexte mondialisé.

Nous demandons donc que l'état joue son rôle de régulation, de soutien, de réglementation et de conciliation afin que des solutions soient trouvées à cette crise.

Commentaires et propositions sur le rapport provisoire :

1) La demande d'une étude économique précise

Une étude économique précise sur la profession de photojournaliste est nécessaire afin de réaliser un état des lieux précis de cette crise. A ce titre, nous attendons l'étude qui a été commandée par le ministère à un cabinet extérieur. Cette étude permettra d'affiner l'analyse réalisée par la mission « photojournalisme » et de proposer des dispositifs efficaces pour faire face à la crise que traverse la profession.

La proposition qu'un observatoire du photojournalisme soit mis en place est essentielle. Cet observatoire, outre le fait de collecter des données chiffrées, pourrait être chargé de faire un état des lieux régulier des pratiques contractuelles dans ce secteur professionnel.

Il serait intéressant que cet observatoire travaille tant sur l'évolution des salaires des photojournalistes et sur leur nombre, que sur l'étude des prix pratiqués pour les cessions de droits en presse. Par ailleurs, il serait judicieux que cet observatoire s'attache à évaluer selon les branches quelle est la part de la photographie de commande sur l'ensemble des photographies publiées.

D'autre part, les synthèses réalisées par l'observatoire devront permettre d'évaluer la masse salariale des photojournalistes.

Nos organisations souhaitent par ailleurs que cet observatoire évalue la somme globale des aides à la presse.

Nous demandons que nos organisations professionnelles et sociétés d'auteur fassent partie de cet observatoire dès sa création.

2) La création d'un pôle photo

Compte tenu de la diversité des pratiques exercées par les photographes (presse, publicité, édition, corporate, plateau, etc.) nous demandons la création d'un pôle photo au sein du ministère qui serait apte à traiter certaines problématiques communes à ces différents secteurs de manière transversale.

3) Le maintien impératif du statut de photojournaliste

a. Le maintien de la loi « Cressard »

A plusieurs reprises, le rapport provisoire souligne que certains éditeurs et agences de presse ont exprimé le souhait que soit remis en cause le salariat et en particulier les acquis sociaux de la loi « Cressard ».

Notre association professionnelle tient à rappeler que la suppression de la présomption de salariat tendrait à **précariser davantage les photographes pigistes** et ce, au profit exclusivement des entreprises de presse.

Si les entreprises de presse souhaitent verser aux photographes des rémunérations en droits d'auteur, c'est pour ne plus s'acquitter des charges sociales liées au salariat (les charges patronales étant moindres dans le statut d'auteur). Ces entreprises ne souhaitent plus être soumises aux contraintes du code du travail et de la convention collective nationale des journalistes.

Pendant, le statut d'auteur n'offre qu'une protection sociale partielle et incomparable au salariat.

Il est essentiel de rappeler que si la présomption de salariat était supprimée, pour autant, les entreprises de presse seraient dans **l'obligation de respecter le cadre légal de droit commun** (à savoir : le code du travail) dès lors qu'un lien de subordination est établi.

La présomption de salariat fut adoptée pour mettre fin à un contentieux très important relatif à la requalification en contrat de travail des relations contractuelles entre une entreprise de presse et un reporter photographe. La suppression de la présomption de salariat ne fera que renaître ces contentieux très lourds pour les tribunaux et ce, aux dépens des photographes journalistes.

La référence à l'arrêt de la Cour de Justice des Communautés Européennes n'est pas ici appropriée. Dans cet arrêt la CJCE a condamné la France pour manquement à la libre circulation des prestations de services à propos de la présomption de salariat des artistes du spectacle. Concrètement, la Cour de justice affirmait que des artistes de spectacle établis en indépendant dans un autre Etat de la Communauté Européenne n'avaient pas à être soumis à cette présomption de salariat. Les entreprises de presse, nous l'avons vu, ne souhaitent plus s'acquitter de leurs obligations sociales à l'égard des photojournalistes. Il est déplacé que ces entreprises soulèvent un argument relatif aux artistes européens non français pour arriver à leurs fins.

Force est de constater que suite à cet arrêt, **la présomption de salariat des artistes auteurs n'a pas été remise en cause ni même modifiée**. Une simple dérogation a été instaurée dans le code du travail pour les artistes étrangers à l'article L.7121-5.

Notre organisation ainsi que l'ensemble de la profession nous opposons très fortement à toute remise en cause du statut de photojournalisme. Nous demandons à l'état de ne pas suivre cette voie qui annoncerait purement et simplement la fin du photojournalisme en France.

b. La mise en place des dispositions de la loi « HADOPI »

L'article L.132-35 du code de la propriété intellectuelle (CPI) conditionne la cession de droits prévue au profit des éditeurs de presse (articles L. 132-35 et s. du CPI) à l'entrée en vigueur d'un accord de branche déterminant le salaire minimum des pigistes. A ce jour, plus d'un an après la publication de la loi, ce barème n'a toujours pas été négocié.

Nous souhaitons que l'état joue un rôle de conciliateur pour mettre tous les acteurs concernés autour de la table pour que soient négociés ces barèmes minimums de piges.

4) Le soutien à la proposition de loi 441

Comme le souligne le rapport, les l'abus de photographies créditées « DR » constituent un problème très important conduisant à l'opacité des sources des informations et la détérioration des situations des photojournalistes.

Rappelons que la mention du nom de l'auteur est strictement obligatoire, le droit de paternité étant inscrit dans le droit moral de l'auteur (article L.121-1 du code de la propriété intellectuelle).

Le rapport rappelle que le CSPLA dans son avis du 10 avril 2008 préconisait la mise en place d'un régime de gestion obligatoire des œuvres orphelines.

Notre organisation professionnelle soutient actuellement une proposition de loi qui prévoit la mise en place d'un tel système. Cette proposition de loi sera débattue courant octobre. Elle est soutenue par les photographes les plus illustres (Voir communiqué de presse en annexe) et par l'ensemble des photographes professionnels.

Vous trouverez en annexe cette proposition ainsi qu'un texte explicatif et le communiqué de presse de notre organisation professionnelle a fait à ce sujet.

Nous demandons au ministère de soutenir cette proposition de loi.

5) Mise en place d'une politique de soutien et de régulation

Une politique de soutien de l'ensemble des photojournalistes doit être mis en place afin de garantir la création d'œuvres d'information essentielles au débat démocratique.

a. Aides sélectives

La mise en place d'aides sélectives sur des projets prometteurs (de jeunes ou de moins jeunes talents) est positive. Néanmoins, elle ne permettra pas de résoudre les difficultés auxquels font face quotidiennement l'ensemble des photojournalistes.

Nous pensons par ailleurs que des aides automatiques doivent être mises en place pour l'ensemble des photojournalistes selon des critères précis (comme la carte de presse par ex.) sans considération de qualité ou de mérite. C'est le cas pour l'aide au renouvellement du matériel.

b. Aide au renouvellement de l'équipement

La charge de travail, à la demande des éditeurs, a fortement augmenté : le travail « d'editing », c'est-à-dire la sélection des images et d'indexation de celles-ci, n'est plus assuré en interne par le support de presse, mais par le photographe depuis son ordinateur personnel. Le laboratoire argentique du passé n'existant plus, c'est le photoreporter qui doit désormais retoucher, modifier, mettre au format numérique demandé les photographies (à l'aide de logiciels photo qu'il a lui-même acquis). Cela représente un important travail de « post-production », inexistant 12 ans en arrière dans le flux quotidien de la production des reportages pour la presse. Aujourd'hui les heures de travail de l'ancien laboratoire ont été intégrées dans les heures de travail du photographe.

Les économies qui ont découlé du passage au numérique, pour les entreprises de presse, se sont ainsi en partie réalisées en déplaçant une part très importante des coûts de production vers les photoreporters, sans autre « contrepartie »... qu'une baisse généralisée des revenus.

Une solution est imaginable pour aider les journalistes à renouveler un matériel dont la durée d'amortissement est très courte : **la mise en place d'une aide de renouvellement du matériel selon des critères clairement déterminés (carte de presse...).**

c. Renforcement des subventions du CNC

Les œuvres photographiques, leur présentation et leur lecture est en train d'évoluer dans cet environnement numérique. Des aides au sein du CNC ont été mises en place pour soutenir de nouvelles œuvres multimédias et audiovisuelles basées sur la photographie. Afin d'encourager ces nouvelles initiatives et de construire le journalisme de demain, il y a lieu de renforcer ces aides.

d. La mise en place d'une politique de régulation

La presse bénéficie très largement d'un système d'aide qui prend des formes très diverses. Nous souhaitons davantage de transparence sur la répartition et l'usage de ces aides au sein des entreprises de presse. À ce jour, ces aides n'ont pas été soumises à obligations. Aussi, nous souhaitons que l'état joue un rôle de régulation, c'est-à-dire fasse peser sur les entreprises de presse des obligations de production et diffusion d'œuvres de photoreportages.

la saifSociété des Auteurs
des arts visuels
et de l'Image Fixe121, RUE VIEILLE DU TEMPLE 75003 PARIS
TÉL. 01 44 61 07 82 / FAX. 01 42 77 24 39
SAIF@SAIF.FR - WWW.SAIF.FR

Madame Laurence FRANCESCHINI
Directrice
Direction générale des médias et des
industries culturelles
Ministre de la Culture et de
la Communication
182, rue Saint-Honoré
75033 PARIS Cedex 01

Paris, le 17 juin 2010

Par télécopie (01 40 15 33 26) et par courrier

Madame la Directrice,

Nous avons reçu le 7 juin dernier votre courrier par lequel vous nous transmettez le rapport intermédiaire de la mission confiée à Madame Bertin et Monsieur Balluteau sur la situation du photojournalisme, et nous vous en remercions.

Le délai très court qui nous est laissé (15 jours jusqu'au 21 juin), qui plus est dans la période actuelle très chargée, ne nous permet pas de formuler des observations sur ce rapport intermédiaire. Nous souhaitons obtenir un délai supplémentaire pour contribuer utilement à la définition des sujets et pistes de solutions.

Par ailleurs, la date retenue pour une réunion de travail sur ce rapport (le 8 juillet prochain) nous semble mal choisie : elle tombe en plein milieu des Rencontres de la Photographie en Arles. Nombre de professionnels du secteur de la photographie risque de ne pas être disponible à cette date, ce qui est en l'occurrence mon cas.

Vous remerciant de bien vouloir prendre en considération ces contraintes, je vous prie d'agréer, madame la Directrice, l'expression de ma meilleure considération.



Olivier BRILLANCEAU
Directeur Général

COMMISSION SUPÉRIEURE DE LA CARTE D'IDENTITÉ DES JOURNALISTES PROFESSIONNELS

Le 24 juin 2010

Madame Laurence Franceschini
Directeur général des médias et des industries culturelles
Ministère de la Culture et de la Communication
182 rue Saint Honoré – 75001 Paris

Madame le Directeur général,

Vous avez bien voulu, par lettre du 3 juin 2010, reçue le 14 juin 2010, me communiquer le rapport intermédiaire de l'Inspection générale des affaires culturelles sur la situation du « photojournalisme » en France, et m'inviter à vous faire part d'éventuelles observations.

Il ne m'a pas été possible, dans le bref délai imparti, de procéder à une étude exhaustive du rapport. Je puis cependant indiquer que, si la Commission supérieure que je préside a rendu, entre le 23 novembre 2009 (première séance dans la composition issue du renouvellement du 13 novembre 2009) et le 14 juin 2010, 119 décisions, sur des recours formés contre des décisions de refus d'attribution ou de renouvellement de la carte de presse par la commission de la carte d'identité des journalistes professionnels, je n'ai dénombré que dix décisions concernant des photographes (dont l'une a été frappée d'un recours en annulation devant le tribunal administratif de Paris). Cela confirme sans doute la régression de cette catégorie de reporter photographe au profit de celle de journaliste reporter d'images, l'image fixe obtenue par un procédé photographique étant supplantée par le reportage vidéo ou le film dont une image peut aussi être extraite.

Je vous communique, pour votre information, les copies officielles de ces décisions (à l'exception de celle qui est déférée à la censure du tribunal administratif de Paris et que la sous-direction de la presse écrite détient déjà).

Elles font apparaître des situations parfois précaires (8 mars 2010, n° 111830), au point que la commission supérieure a assimilé la suspension d'activité d'un photographe à un congé parental pour lui accorder la carte de presse (14 décembre 2009, n° 108670).

Pour établir le caractère principal de l'activité journalistique, la Commission supérieure prend en compte les rémunérations versées par des entreprises étrangères de l'Union européenne à un journaliste travaillant et résidant en France. Elle a jugé que les dispositions du code du travail édictant le statut des journalistes professionnels sont impératives et constituent des lois de police d'application territoriale, au sens de l'article 3 du code civil, s'imposant à l'employeur européen comme à l'employeur français d'un reporter photographe résidant en France (23 décembre 2009, n° 84286 ; 1^{er} février 2010, n° 101863).

COMMISSION SUPÉRIEURE DE LA CARTE D'IDENTITÉ DES JOURNALISTES PROFESSIONNELS

La Commission supérieure a également pris en compte les sommes versées par une société coopérative de photographes qui n'était pas reconnue comme agence de presse, mais qui a été assimilée à une entreprise de presse (12 avril 2010, n° 89591).

Elle prend en compte, quand la question lui est posée, les sommes représentatives de droits d'auteur, en appliquant la présomption de salariat édictée par l'article L 7112- 1 du code du travail, conformément à la jurisprudence de la Cour de cassation et du Conseil d'État.

En revanche, la Commission supérieure a approuvé le refus d'attribution ou de renouvellement de la carte de presse dans un certain nombre de situations, dont les titulaires se trouvaient placés en dehors du champ d'application des dispositions des articles L 7111-3 à L 7111-5 du code du travail, relatives au statut professionnel des journalistes, qui réservent le bénéfice de la carte d'identité des journalistes professionnels aux salariés dont la situation est régie par ce code.

Ainsi le statut n'est pas applicable à la photographe gérante d'une société à responsabilité limitée (1^{er} février 2010, n° 85226), ni au « gérant-directeur » d'une société à responsabilité limitée (12 avril 2010, n° 112599).

Le statut n'est pas davantage applicable au journaliste photographe qui est inscrit aux répertoires SIREN et SIRET à la rubrique « création artistique relevant des arts plastiques », et qui déclare des revenus non commerciaux professionnels supérieurs à ses revenus salariaux incluant des droits d'auteur (14 juin 2010, n° 113188).

L'application du statut est encore refusée au photographe qui a adopté le régime d'auto-entrepreneur (14 juin 2010, n° 113482).

On peut évidemment douter de l'adéquation de ces solutions au contexte économique. L'extension du recours des photographes aux sociétés unipersonnelles à responsabilité limitée ou à l'auto-entreprise pourrait induire une modification de l'article L 7112-1, ou des articles L 7113-1 et L 7113-2 du code du travail, afin d'y adjoindre une dérogation ou une assimilation en faveur de ce mode de rémunération. Encore faudrait-il s'assurer de l'innocuité d'une telle adjonction sur le statut professionnel des journalistes salariés.

En sollicitant votre indulgence pour la brièveté de ces observations, et en exprimant l'espoir d'être convié à la réunion du 8 juillet, je vous prie d'agréer, Madame le Directeur général, l'expression de ma considération distinguée.

Le président

P. Guerder

PJ : 9

Contribution au rapport final de Madame Bertin et Monsieur Balluteau

Nous souhaitons intervenir sur deux points que vous avez mentionnés dans votre exposé vendredi dernier : le statut social des photographes et le prix de la photo.

1) Prix de la photo

Nous ne reviendrons pas sur le point déterminant de la baisse des prix pratiqués unilatéralement par les éditeurs de presse. Nous sommes certains que vous avez pris la mesure de ce problème structurant.

Mais nous nous permettons d'insister sur les entailles au CPI commises par certains éditeurs qui ne rémunèrent pas les photos qu'ils utilisent sur les supports électroniques, parmi lesquels aujourd'hui figurent les tablettes type iPad (cf. pièces jointes), mais souhaitent englober dans le prix papier l'ensemble des droits numériques.

2) Statut social du photographe

Cette question a été partiellement résolue par l'accord signé le 10 mai 2007 ; partiellement car il ne concerne que les photographes salariés.

Or, il existe des reporters photographes journalistes professionnels qui n'ont pas le statut de salarié, mais sont des auteurs. Pour autant, l'Agessa leur refuse l'affiliation au régime des auteurs, au motif qu'ils sont présumés salariés en vertu de la Loi Cressard.

Pourtant, le Conseil d'Etat a reconnu qu'un photographe qui justifiait des revenus en droits d'auteur pouvait se voir attribuer la carte professionnelle. Il n'y a donc pas d'incompatibilité entre des revenus en droits d'auteur et le statut de journaliste professionnel.

Nous avons bien compris que vous ne souhaitez pas revenir sur la loi Cressard qui instaure une présomption simple de salariat pour tout journaliste professionnel.

Le SAPHIR pense en effet qu'il ne faut pas revenir sur la loi Cressard. Pour autant, il existe bien un dysfonctionnement entre les textes et la pratique. L'Agessa, selon nous, méconnaît les textes et va au-delà de ses prérogatives, puisqu'elle applique la loi Cressard comme s'il s'agissait d'une présomption irréfragable, en application de la circulaire du 29 mai 1998, rendue caduque depuis celle du 25 novembre 2008. Pour rappel, cette dernière reconnaît que la présomption de salariat peut être détruite et qu'en conséquence, ces photographes ne sont pas couverts par l'accord du 10 mai 2007.

L'Agessa n'est pas le gendarme des lois sociales en France. Pour cela il y a les URSSAF.

Il nous paraît donc nécessaire que l'Agessa revoie sa doctrine en matière d'affiliation au régime des auteurs, pour une double raison :

- le respect de la loi tout d'abord, puisque la présomption de salariat est simple et donc la preuve du lien de subordination doit être apportée par les URSSAF pour justifier une éventuelle requalification en contrat de travail ;
- pour ne pas laisser les photographes auteurs sur le bord de la route en matière de protection sociale.

Aujourd'hui, comment une agence doit-elle rémunérer un photographe indépendant, journaliste professionnel, qui lui propose un contrat de mandat pour vendre ses photos à la presse ? Ces photos ont été réalisées à la seule initiative du photographe, avec ses propres moyens de production et à ses frais... La circulaire du 25 novembre 2008 précise d'ailleurs que le contrat de mandat ne peut exister qu'en dehors de tout lien de subordination

Normalement, c'est le droit d'auteur qui s'applique dans le cadre de la cession de droits : le photographe est un auteur et il ne démontre aucun lien de subordination avec l'agence de presse. Aujourd'hui, l'agence peut le rémunérer en droits d'auteur, sans pour autant être redressée par les URSSAF qui justement vérifient s'il y a ou non lien de subordination selon les critères issus de la jurisprudence de la Cour de Cassation ; mais le photographe ne sera pas affilié à l'Agessa car il sera considéré par cet organisme comme en présomption de salariat, l'Agessa faisant une application stricte, donc erronée de la loi Cressard.

Si l'agence le rémunère à la pige, donc en salaire, afin qu'il bénéficie de ses droits sociaux, celui-ci pourra être considéré en CDI (accord du 10 mai 2007) au-delà de trois feuilles de salaire dans l'année (qui équivalent à trois ventes) ! Cela veut dire que si l'agence ne vend plus ses sujets, le photographe pourra faire requalifier par les prud'hommes sa collaboration en CDI... Quelle insécurité juridique pour les agences de presse ! Et quel travestissement de la loi !

Aussi, un rapport sur le photojournalisme et ses difficultés, ne peut pas, selon nous, occulter ce problème. Cette question n'est pas nouvelle et dure depuis bientôt 20 ans !

La solution est pourtant simple : il suffit de définir pour les organismes leur limite d'intervention. L'Agessa doit accueillir les photographes y compris pour leurs revenus provenant d'une agence de presse. Quant aux URSSAF, elles sont là pour justement vérifier si un lien de subordination existe ou pas entre l'agence et le photographe.

C'est tout l'enjeu de la circulaire du ministère des Affaires sociales prise à la suite de l'accord du 10 mai 2007, mais qui dans les faits ne sert à rien, à cause de l'obstruction qui est faite par l'Agessa.

Christophe Mansier
Président

Florence Braka
Directrice adjointe

Reçu 15/07/2010

CONTRIBUTION DU SYNDICAT DE LA PRESSE MAGAZINE AU RAPPORT DE L'INSPECTION GENERALE DES AFFAIRES CULTURELLES « PHOTOJOURNALISME : ETAT DES LIEUX »

I/ INTRODUCTION

Le syndicat de la presse magazine est, par définition, particulièrement concerné par le sujet de la photographie et du photojournalisme, autour duquel il entretient depuis longtemps un haut niveau de veille et de réflexion, ne serait-ce qu'au-travers de l'Observatoire de l'Image dont il est l'un des principaux fondateurs, et dont il assure régulièrement la Présidence. Il a donc porté une attention toute particulière à l'initiative prise par le Ministre de la Culture d'un « Etat des lieux » du photo-journalisme, et tient à saluer la qualité du travail réalisé par les deux rapporteurs, Marie Bertin et Michel Balluteau, qui lui ont fait l'honneur de l'auditionner.

La situation que traversent les agences photographiques et les photographes, conséquence (non exclusive) de la crise que connaît la presse elle-même préoccupe tout particulièrement un média dont la recherche d'excellence éditoriale - et donc photographique - ainsi que le niveau d'innovation sont internationalement reconnus. De ce point de vue, les critiques formulées par certains participants à la réunion organisée le 9 juillet par le cabinet du Ministre de la Culture et de la Communication, évoquant un « effondrement » de la qualité du contenu photographique de la presse française, sont totalement dénuées de fondement.

Le marché hyper concurrentiel de la presse magazine s'articule autour de marques phares et de titres de niche, tous engagés dans l'affirmation de leur identité et de leur force distinctive. Tous néanmoins concernés par une remise en cause profonde de leurs modèles économiques, et contraints à des réductions drastiques de coût. Leur politique d'achat photo s'inscrit (et s'inscrira probablement durablement) autour de cette contradiction.

Dernière remarque préalable : la difficulté qu'ont eue les rapporteurs à définir le champ de l'étude, et partant, le champ des solutions est perceptible. Le marché du photojournalisme recouvre, comme le remarque justement le rapport Bertin/Balluteau, des réalités contrastées, du grand reportage présenté à Perpignan (et dont, selon Jean-François Leroy, seul 10 % est désormais publié en presse) à la couverture des sujets traités par la presse spécialisée et de proximité. De ce point de vue, on ne peut affirmer, comme le remarque le rapport, que « la photo ne fait plus vendre ».

En revanche, il est évident que la valeur de la photo se trouve violemment questionnée, dans un marché marqué par l'abondance des images - parfois gratuites-, l'hétérogénéité des sources d'approvisionnement, et l'hyper-offre.

D'emblée, - cette formulation a d'ailleurs été contestée par certains participants à la réunion de présentation du rapport organisée rue de Valois le 9 juillet - définir les

photojournalistes comme « *photographes professionnels dont le travail permet à la presse écrite que des photos soient publiées* » pose problème.

D'une part parce que ces photos sont utilisées par bien d'autres media - internet, les terminaux mobiles, l'audiovisuel... D'autre part, parce que la presse publie nombre de photos d'illustration, qui ne sont pas de nature journalistique, - au sens où elles n'ont pas vocation à informer par l'image.

Du fait de cette définition, le lecteur du rapport se trouve souvent perturbé, face aux diagnostics comme aux solutions proposées.

1.2 Indicateurs et tendances du marché de la presse magazine

Le marché de la presse magazine connaît des difficultés structurelles préoccupantes pour les éditeurs avec une tendance baissière de sa diffusion, de ses ventes au numéro et de ses recettes publicitaires depuis le début des années 2000, mais surtout une aggravation récente de ces baisses, notamment depuis 2007.

Publicité

Au sein de la presse, seul grand média dont les ressources ont diminué sur la période 2001-2009

(-23% pour l'ensemble de la presse), la presse magazine est la plus touchée avec une baisse de 30% sur la période, passant de 1 655 M€ à 1 161 M€ en recettes nettes (données IREP). Rappelons que la dépendance de la presse magazine à la publicité est d'environ 40 à 50% en moyenne, ce chiffre pouvant être très supérieur pour certains titres grands clients des agences photographiques.

Les magazines n'ont connu depuis 2001 aucune progression annuelle de leurs recettes publicitaires. De plus, la chute des investissements s'accélère depuis 2006, avec une chute brutale et inquiétante en 2009 de près de 20%. Cette situation est historique : « *Sur les 7 premiers mois de 2009 le marché publicitaire plurimedia est en recul en net de - 15, 5 %. C'est un cataclysme inédit depuis 1929* » Gérard Noel, UDA- Club parlementaire Publicité et société -20 oct. 2009).

En termes de niveau de recettes nettes, et même si un changement méthodologique en 1998 rend l'analyse longue complexe, la presse magazine est revenue quinze ans en arrière (niveau de 1995).

Pour les premiers mois de 2010, le marché publicitaire de la presse magazine semble repartir à la hausse : le premier trimestre a vu la publicité augmenter de près de 4.9%. Les mois de mai et juin ne confirment malheureusement pas cette tendance. Par ailleurs, les trois bons mois ne doivent pas masquer l'essentiel : la presse magazine se relève plus difficilement que le reste de la presse (1er trimestre 2010 versus 1er trimestre 2009 : +4.9% pour les magazines, +9% pour la moyenne presse, +14.5% pour la PQN, chiffres Yacast, exprimés en brut), elle même se relevant moins vite que les autres grands médias. En période d'attentisme, les annonceurs arbitrent le plus tard possible et se replient vers les medias chauds, et en ce qui concerne la presse les périodicités les plus courtes.

En part de marché publicitaire, toujours depuis 2001, la presse magazine a perdu 4 points, passant de 17.3 à 13.3 % en PDM, web exclu, données IREP. L'année 2009 a enregistré à elle seule une érosion de 1.2 point.

Diffusion

La presse magazine a connu une **baisse de 12.2% de diffusion France payée entre 2002 et 2009**. La situation empirant aussi récemment : - 2.5% en 2008 et -4.7% en 2009. Ainsi, entre 2005 et 2009, la baisse de la DFP des magazines atteint 9.2% et près de 7% sur les deux dernières années.

Par ailleurs, alors que les abonnements demeuraient un segment relativement stable de la diffusion des magazines, souvent au prix de politiques marketing et commerciales coûteuses pour les éditeurs, ceux-ci ont eux aussi une forte chute en 2009 : -3.9%.

Vente au numéro

En ce qui concerne la vente au numéro, Prestalis comme les MLP observent une **baisse constante depuis 2004/2005**. Ici aussi, la baisse s'aggrave depuis 2007.

Entre 2001 et 2009, les ventes au numéro en valeur ont chuté de 16.1% chez Presstalis, avec une chute de 8.3% depuis 2007. En termes de nombre d'exemplaires vendus, la baisse est encore plus brutale : **-30.4% depuis 2001 et -12.5% depuis 2007**.

De la même manière, chez les MLP, les résultats sont comparables avec une chute constante du chiffre d'affaires magazines depuis 2005 (-18.1%) et une aggravation sur les deux dernières années : - 15.1%.

Audience

A périmètre constant, et à indice 100 en 2001, l'audience générale de la presse magazine se situait encore en 2007 à 90.5. En 2008, elle tombait à 84.9, pour s'établir à 78.1 en 2009. L'audience de la presse magazine s'est donc plus fortement dégradée entre 2007 et 2009 qu'elle ne l'avait fait entre 2001 et 2007, période pendant laquelle elle avait déjà perdu 10% de son audience...

A périmètre constant, et à indice 100 en 2007, l'indice 2009 est de 87.9.

II/ ANALYSE DU RAPPORT : LA QUESTION SOCIALE

2.1 Les collaborateurs photographes journalistes

La presse magazine compte peu de journalistes photographes salariés. Elle travaille en revanche fréquemment avec des collaborateurs pigistes, ainsi que des photographes non journalistes rémunérés en droits d'auteur ou en honoraires.

S'agissant des journalistes, salariés ou non, le SPM est la seule organisation professionnelle à avoir ouvert une négociation sur les barèmes photos, en application de la loi HADOPI.

Par ailleurs, un point régulier est fait sur l'état d'avancement des négociations dans les entreprises membres sur cette même loi, dans son aspect gestion des droits.

Pour les photographes salariés le SPM souligne le **paradoxe qu'il y a à revendiquer les avantages d'un statut social protecteur tout en niant le droit qu'a l'entreprise de presse sur les fonds produits dans le contexte de cette collaboration subordonnée**. Certaines décisions judiciaires mettent le doigt sur les contradictions d'un régime qui mélange protection sociale du salarié et indépendance artistique et économique de l'auteur.

S'agissant de l'application de la loi Cressard, le SPM observe que les éditeurs se sont engagés il y a plusieurs années dans la négociation d'un « statut » du pigiste destiné à clarifier les conditions d'application des dispositions légales et conventionnelles attachées au statut du journaliste, à la catégorie particulière des pigistes. Ce travail, qui permet de déterminer l'applicabilité de certains avantages sociaux en fonction de la régularité de la collaboration et du niveau de sa rémunération, a débouché sur un accord signé par trois organisations syndicales et contesté en justice par les trois autres. Il a vocation bien entendu à s'appliquer aux photographes.

2.2 Les collaborateurs extérieurs non journalistes

Certains photographes, soit parce qu'ils ne collaborent pas majoritairement avec des organes de presse, soit parce que les photos qu'ils produisent pour la presse relèvent du domaine artistique, sont rémunérés en droit d'auteur, ou en honoraires lorsqu'ils ont le statut de travailleur indépendant (ou encore désormais auto-entrepreneur).

Cette situation n'est pas choquante, surtout si l'on retient le « principe de base idéologique » proposé par Francis Lacloche lors de la réunion du 9 juillet : « toute photo est une œuvre, toute œuvre a un auteur, tout auteur doit être respecté. » Ce principe ne saurait se confondre avec : toute photo est une œuvre, toute œuvre a un auteur, tout auteur est salarié.

S'agissant de professions artistiques, il serait tout aussi malhonnête d'affirmer que le statut d'indépendant est systématiquement subi, que de prétendre que certaines situations précaires sont bien vécues.

L'édition prête curieusement beaucoup moins le flan à la critique, alors que des armées entières de contributeurs réguliers, parfois même directeurs de collection, sont rémunérés en droit d'auteur, et que certains auteurs assurent la totalité de leurs rétributions auprès d'une seule maison d'édition.

De ce point de vue, la position exprimée par l'AGESSA dans le rapport précité est, sur le fond comme dans la forme, totalement inadmissible. En considérant que « *dans les magazines de mode par exemple la plupart des photographes sont dans une situation de subordination* » et que « *dans la mesure où il y a des photographes à foison, il est facile de leur imposer une rémunération en droit d'auteur, au risque de payer un redressement* », l'AGESSA quitte le terrain du constat objectif pour celui de l'accusation dénigrante et caricaturale.

2.3 La question de la carte de presse

Le paragraphe relatif à la définition du photojournaliste (p.5), contient une contradiction, puisqu'il transmet le regret des rédacteurs que les photographes « journalistes » ne bénéficient pas tous de la carte au motif qu'ils travaillent aussi « *pour la mode, le corporatif, l'édition de livre* » et en tirent le principal de leurs revenus, ce qui revient à dire qu'ils ne sont pas journalistes.

De toute évidence, ni les éditeurs de presse, ni les lecteurs, ni les journalistes eux-mêmes n'ont intérêt à ce que prospère une interprétation extensive et non contrôlée du journaliste, qu'il soit rédacteur ou photoreporter.

A l'heure où pouvoirs publics et professionnels s'interrogent sur l'opportunité d'un code de déontologie, cette proposition sous-entendue est paradoxale.

Intellectuellement, l'octroi de la carte de presse aux photographes auto-entrepreneurs qui travaillent majoritairement pour des organes de presse s'entend.

Mais la « désarticulation » de considérations relatives à la nature du métier (celui de photojournaliste) avec le cadre juridique des collaborations n'est pas possible en raison même de la loi Cressard. Car accorder à un professionnel le statut de journaliste pose d'emblée la question de la présomption de salariat, incompatible avec le statut de l'auto-entrepreneur. Or, comme le reconnaît le rapport Balluteau lui-même, le « réalisme impose à l'évidence de ne pas perdre de vue que la photographie de presse est une prestation de service et qu'il serait malencontreux d'aller contre le choix des éditeurs, seuls habilités à décider avec qui, quand et comment ils travaillent ».

III/ LE PRIX DE LA PHOTO

Le rapport fait état d'une forte pression du marché à la baisse sur le tarif des photos, les budgets ayant été « divisés par 4 ou 5 ».

Il est indéniable que la situation économique de la presse, décrite plus haut en ce qui concerne le cas spécifique des magazines, impose une réduction drastique de l'ensemble des lignes de coûts, qui n'épargne aucun poste budgétaire, celui de la photo compris.

Les éditeurs de presse sont les premiers à regretter cette situation, mais ils n'ont pas d'autre choix sauf à arrêter davantage de titres que ceux qui ont déjà disparu depuis le début de la crise. La nostalgie de l'âge d'or de la presse magazine ou le regret de la disparition de certains directeurs photo n'offrent pas de pistes constructives.

Dans ce contexte, le rapport Bertin / Balluteau interpelle directement les éditeurs sur une question dont il reconnaît qu'elle ne relève pas de la responsabilité de l'Etat, les invitant à « exprimer clairement leurs besoins en matière de photojournalisme » et les interrogeant sur leur participation « à la mise en œuvre d'un code de bonne conduite en la matière ».

En réponse, le syndicat de la presse magazine tient à préciser les points suivants :

- La relation des éditeurs avec les agences s'inscrit dans le cadre d'une relation commerciale, dans un marché concurrentiel, marqué par les règles classiques de l'offre et de la demande. De ce point de vue, l'organisation artificielle du marché par la détermination d'un seuil minimum d'achats ou d'un tarif minimum de la photo n'est ni envisageable, ni souhaitable pour les agences. Le cadre contractuel est le seul possible pour une négociation sur les tarifs et les volumes associés, sur la base des barèmes proposés par les agences. Le courrier de la FNAPPI reçu par le SPM le 12 juillet, et qui annonce, « après concertation au sein de (l')organisation, ainsi qu'avec (les) confrères du SAPHIR et du SNAPIG », une augmentation de 20% du « barème de référence périodiques ou (du) tarif papier, négocié de gré à gré avec les agences » pour tenir compte de la diffusion du contenu des magazines sur les supports numériques, constitue déjà un pas vers une organisation du marché peu compatible avec les règles de la concurrence.

- Les besoins des éditeurs sont ceux d'un marché diversifié, où les agences, filaires ou classiques, ont une place essentielle en raison de la régularité, de la qualité et du

volume de leur production, mais où doivent continuer de cohabiter des collaborateurs ponctuels rémunérés à la pige, pour répondre à des besoins plus spécifiques, ou des indépendants, « grandes plumes » de la photographie. Les magazines n'étant pas faits que de couvertures, de sujets d'ouverture ou de grands sujets photos, le recours à des photos d'illustration achetées pour un prix forfaitaire constitue une pratique courante, qu'il est illégitime et illusoire de condamner.

- Les photos de particuliers en revanche ne constituent pas une source réelle d'approvisionnement pour la presse payante, contrairement à ce que certains photographes peuvent penser, en dehors du cas très spécifique des événements exceptionnels où aucun photographe professionnel n'était présent. Le phénomène n'est d'ailleurs pas nouveau, même si les facilités offertes par le numérique l'ont amplifié (on se souvient des images de l'attentat de JF Kennedy ou de seul film tourné par les pompiers new-yorkais à l'intérieur du World Trade Center). Le colloque « Faut-il avoir peur des images d'amateur ? » organisé par L'Observatoire de l'image en avril 2007 a fait le constat du

décalage qui existe entre le fantasme et la réalité. Les albums de famille se sont toujours ouverts, avec plus ou moins de complaisance, pour la presse.

- Au vu de ces éléments :

- le SPM s'oppose formellement à ce que soit perçu, pour les photos fournies gratuitement par des particuliers, un droit sans fondement juridique qui serait géré par les sociétés de gestion collective et qui viendrait nourrir les irrépartissables.
- L'opportunité et la matérialité d'un « code de bonne conduite » n'apparaissent pas clairement, là où les pratiques des éditeurs ne sauraient être qualifiées de « mauvaise conduite ». Dans le même ordre d'idées, il est à noter que la demande de réaction à la proposition du SNADI de « *lutte contre la délinquance financière* » a vivement choqué le syndicat de la presse magazine, qui estime que la diffamation et les imprécations politiques ne feront pas avancer le débat.

III - LA QUESTION DU « DR »

Le SPM a eu l'occasion de s'exprimer sur ce sujet devant la mission parlementaire menée par Michel Herbillon et Jacqueline Irles, et d'échanger avec les rapporteurs. Sa position a d'ailleurs été reprise dans la rédaction du pré-rapport.

La distinction désormais communément admise entre les trois utilisations actuelles du « DR » conforte cette position, et établit l'inexistence d'une intention malhonnête des éditeurs.

Le SPM estime aujourd'hui que la polémique autour du « DR » a été artificiellement entretenue, et que le débat sur la crise que connaît le marché de la photo a été totalement dévoyé.

L'organisation professionnelle de la presse magazine a engagé au printemps auprès de ses membres une démarche de sensibilisation aux usages inappropriés de la mention « DR », et proposé aux éditeurs un outil de formalisation d'une exigence nouvelle de traçabilité auprès de leurs fournisseurs.

La mention expresse de la source a d'ores et déjà été recommandée aux éditeurs par le SPM pour le cas des photos fournies par les services de presse. Des formules appropriées à la situation de protection des sources dans le domaine du people sont en cours de discussion.

Ces clarifications opérées, il est à parier que le nouveau périmètre du « DR » (soit celui des œuvres orphelines), sera si marginal que la question de la gestion collective sera sans objet.

IV/ LA PRESERVATION DU PATRIMOINE

Les éditeurs de la presse magazine sont prêts à s'engager sur un travail de préservation du patrimoine photographique sont ils seraient dépositaires avec le soutien de l'Etat. Certains d'entre eux disposent en effet de fonds photographiques à valeur indéniablement patrimoniale.

Ils souhaitent néanmoins attirer l'attention des rapporteurs sur la nécessité de circonscrire strictement le champ des utilisations qui seront faites de ces fonds dans une optique d'accessibilité à des fins de recherche ou de pédagogie. S'agissant du seul exemple des expositions, aucune

utilisation commerciale associée, notamment relevant du domaine de l'édition, ne saurait être envisagée.

V / L'ENCOURAGEMENT A LA CREATION

Le SPM, qui se déplace tous les ans à Perpignan, a prouvé par ailleurs son attachement à la valorisation du talent et de la créativité des équipes qui produisent le contenu des magazines, comme en témoigne l'organisation depuis 8 ans de la compétition des Magazines de l'année.

Le prix du Magazine de l'année, très prisé des rédactions, bénéficie désormais d'une forte visibilité grand public, soit du fait de la promotion qu'en font les éditeurs eux-mêmes, soit du fait de l'organisation, par le SPM, d'opérations de promotion dans le réseau et en radio (opération Relay / Europe 1 en 2010)

La Semaine de la presse magazine, organisée tous les ans au mois d'avril, est aussi le cadre d'une réflexion des éditeurs sur les thèmes liés à la photo. Trois exemples de conférences/débats/ études :

- 2006 : « Les nouvelles frontières de la photo : l'influence du people, du numérique et de la production d'amateurs »
- 2007 : « Direction artistique des magazines : la France est-elle dans le coup ? »
- 2008 : « 12 tendances de la création photographique, sources d'inspiration pour la presse magazine »

Une valorisation spécifique de la créativité photographique peut être envisagée à l'intérieur du Prix des Magazines de l'année.

CONCLUSION

Les débats préalables à la mise en place de la mission de l'inspection générale des affaires culturelles sur le photojournalisme, et la réunion organisée le 9 juillet autour de la présentation des premières conclusions ont montré une cristallisation de l'inquiétude des photographes (et de certaines agences) autour des pratiques de la presse écrite, accusée de tous les maux, et une très nette détérioration du climat général. A même été avancé l'argument d'un « partage » des aides à la presse accordés par les Etats Généraux, sous une forme financière ou juridique. La Syndicat de la presse magazine tient à souligner que les aides à la presse se concentrent à 96 % sur la presse d'information générale et politique, les aides directes se concentrant, elles à 91 % sur la seule presse quotidienne d'information générale et politique. Enfin les investissements publicitaires attendus de l'Etat en application des conclusions des EGPE se sont concentrés, pour les 2/3, sur la presse quotidienne.

La pression exercée par les éditeurs sur leurs fournisseurs - agences photographiques comprises- n'est que le reflet de la pression que subissent les éditeurs eux-mêmes de la part de leurs annonceurs et des agences medias, dans le contexte d'un marché d'offre publicitaire en surcapacité et d'audiences de plus en plus fragmentées.

Compte tenu de la part de la publicité dans le chiffre d'affaires de la presse magazine et de la baisse corrélative des recettes de diffusion, le résultat opérationnel des entreprises de presse magazine a baissé de manière alarmante. *« Cette baisse (du marché publicitaire) est véritablement dramatique puisqu'elle se répercute sur le résultat opérationnel, l'ensemble de ces groupes de media étant en moyenne sur des structures de coûts fixes de l'ordre de 80 % »* (Sebastien Danet, Président de Zenithoptimedia, Club parlementaire Publicité et société 30 juin 09).

Aucun observateur sérieux ne conclut pour les media en général, et la presse magazine en particulier, à un retour des investissements publicitaires au niveau antérieur (phénomène de la courbe en racine carrée) : *Nous reviendrons à des périodes de croissance qui s'accompagneront d'investissements publicitaires. La situation sera cependant différente. La crise est telle qu'elle modifie les comportements des entreprises et des annonceurs. Leur approche des moyens de communication risque d'être modifiée.*» (Gerard Noël, UDA, Club parlementaire Publicité et société, juin 2009.)

Les relais de croissance constitués par les medias numériques sont insuffisants à compenser la baisse de chiffre d'affaires des supports classiques. Media déflationniste par excellence, Internet affiche un coût pour mille très inférieur au coût pour mille de la presse. Et la position dominante de Google sur le marché de la publicité en ligne impose un mode de commercialisation qui ne favorise en aucun cas le temps passé à la lecture de contenus de qualité et les audiences qualifiées de la presse en ligne. Enfin nul part au monde, la presse écrite n'a pu faire émerger de modèle économique basé (même partiellement) sur la vente de contenus.

Dans ce contexte de fermeture de titres, d'effondrement du résultat net et d'interrogation sur les modèles économiques d'avenir, les principaux atouts de la presse magazine résident dans la force de ses marques, son dynamisme et sa réactivité.

La fidélité du lecteur à ces marques dépend, bien entendu, de la qualité des contenus où la photographie (à l'opposé de « l'image au kilomètre ») a toute sa place. De ce point de vue, les magazines constitueront toujours un marché important de débouchés pour les agences et les photographes indépendants.

En revanche, aggraver les rigidités juridiques qui brident la presse, et adopter des mesures qui auraient pour résultat d'accroître les coûts de production des pages constitue un risque réel. Risque pour les titres eux-mêmes, dont certains sont en survie, et risque au-delà, bien entendu, pour les fournisseurs d'image, agences et photographes. Dans un marché ouvert et mondialisé, où coexistent agences historiques, photojournalistes, mais aussi méga bases de données, magazines étrangers et autres sources potentielles d'approvisionnement, la sécurisation du métier de photographe ne passe certainement pas par sa rigidification.

Reçu 15/07/2010

Photojournalistes : Etat des lieux

Analyse et propositions du SNJ-CGT

En préambule, il faut préciser que le SNJ-CGT a modifié et enrichi le présent document après la réunion qui s'est tenue au ministère de la culture et de la communication le vendredi 9 juillet dernier.

Les précisions apportées par M. Balluteau et la fixation du calendrier par M. Lacroche, d'une part, et les diverses interventions des participants, d'autre part, ont éclairé d'un jour nouveau les problématiques posées par le rapport des inspecteurs généraux des affaires culturelles. Elles ont surtout démontré la nécessité d'aller plus loin dans l'analyse de l'état des lieux.

Les causes de la crise peuvent être analysées différemment, les mesures pour y apporter des remèdes ne seront donc pas identiques.

INTRODUCTION

Un patrimoine perdu

Le SNJ-CGT partage pour une large part le constat dressé par les auteurs du rapport dans l'introduction. En effet, les journalistes reporters-photographes sont confrontés à une crise sans précédent et, notamment, ceux qui collaboraient avec les agences de presse photographiques.

La France a été le berceau du reportage photographique d'actualité après la création d'agences par les journalistes reporters-photographes eux-mêmes : on pense évidemment aux agences Gamma, Sygma et Sipa, mais d'autres, comme Magnum par exemple, ont autant contribué à l'essor de cette particularité française.

La prospérité de ces agences photographiques, reconnues mondialement, n'a été rendue possible que par la volonté éditoriale de la presse écrite, quotidienne et magazine, de publier leurs productions.

Toutes ces agences ont été (et sont encore) confrontées à des problèmes économiques, au point que certaines ont été entraînées dans la faillite. Leur disparition a eu des conséquences sociales désastreuses : les reporters-photographes ont été soit licenciés, soit soumis à des statuts hors du droit commun.

On notera d'ailleurs que les agences qui ont soumis les journalistes reporters-photographes à des statuts contraires au droit national (pour échapper aux cotisations sociales, aux droits d'auteurs, aux clauses du code du travail et de la convention collective) sont également en grande difficulté !

Les origines d'une crise

Aujourd'hui, cette volonté éditoriale s'est évaporée et rares sont les publications qui continuent à faire encore une place au reportage photographique.

Et ce n'est pas la prétendue crise de la presse qui peut, à elle seule, expliquer la crise du photojournalisme. On ne peut en aucun cas établir un parallèle entre crise de la presse et crise du photojournalisme. En revanche, on peut en établir un entre crise éditoriale de la presse et crise de la presse.

La priorité donnée à l'information sur les stars autoproclamées de l'actualité (l'information dite « people »), le recentrement sur les questions hexagonales (et l'abandon du grand reportage hors de nos frontières) et la priorité donnée à la communication au détriment de l'information complète, recoupée et mise en perspective ont entraîné une véritable crise de confiance entre le citoyen et sa presse écrite.

L'apparition des nouveaux médias informatiques n'a pas provoqué la crise de la presse, largement entamée avant la naissance d'Internet et autres supports.

La modification des choix éditoriaux, surtout sensible dans la presse magazine d'information générale et de divertissement (Entertainment), s'est traduite par le recours outrancier aux photographies d'illustration (par opposition aux photographies signifiantes, au fort contenu éditorial) et aux photographies gratuites, fournies par les entreprises, les chaînes de télévision, les industries culturelles et d'une façon générale à tous les services de communications.

Ces services de communication ont saisi cette formidable opportunité de valoriser ce qu'ils étaient chargés de promouvoir et la presse écrite y a trouvé une extraordinaire opportunité pour réduire à la fois les budgets rédactionnels et les effectifs.

On notera que le monde politique s'est largement inspiré des méthodes de communication ; on se rappellera que l'exemple a été donné au plus haut sommet de l'Etat quand le candidat à la présidence de la République, Nicolas Sarkozy, a fourni ses propres images aux chaînes de télévision.

On notera aussi que les modifications éditoriales ont été saisies par les employeurs pour supprimer des emplois dans de nombreuses rédactions ; les licenciements, les départs provoqués ou naturels et non remplacés ont touché toute la profession : en 2009, on a pu dénombrer 3000 suppression d'emplois de journalistes. Les reporters-photographes payant, en pourcentage, le plus lourd tribut ! Aujourd'hui, on estime que l'année 2010 sera aussi catastrophique pour la profession de journalistes.

On notera enfin le recours de plus en plus fréquent aux photographies « montées », dites « génériques » (la femme battue, la fausse agression, etc.) souvent trouvées dans des banques d'images ou demandées aux reporters-photographes permanents afin « d'illustrer » les articles. On ne compte plus les photographies montées pour les besoins de la cause (à Nice-Matin pour les ventes d'armes, à Paris-Match pour l'insécurité en banlieue ou les réfrigérateurs jetés par les fenêtres, etc. pour ne citer que les exemples les plus caricaturaux).

Le cas de la PQR

La presse quotidienne régionale (PQR), elle, tente de s'affranchir des services de l'AFP et la photographie lui a servi de banc d'essai.

Elle a organisé une banque d'échanges de photographies après 1995, en installant un serveur au siège de la Nouvelle République du Centre-Ouest à Tours, puis en confiant la gestion de cette « mise en commun » à une agence, Max PPP.

A l'origine, chaque titre adhérent à la banque devait fournir une photo ayant un intérêt commun aux autres titres. Depuis l'offre s'est largement étoffée ; les commandes se sont multipliées et les ventes à d'autres supports ont été institutionnalisées. Bref, la banque d'échanges est devenue une véritable agence, dont on mesure mal les effets sociaux, sinon en constatant que le nombre de reporters-photographes a diminué et que les reportages originaux, en dehors de la zone de diffusion, ont disparu.

Cette même PQR a toujours fait appel à des correspondants locaux de presse (CLP) qui lui fournissent informations locales et photos. Le matériel informatique a permis de développer les contributions de faux correspondants de presse, qui sont des collaborateurs à temps plein auxquels les entreprises de presse ne reconnaissent pas le statut de journaliste. Au contraire, le lobby de la PQR a réussi à faire voter par le Parlement une loi en 1993 entérinant le statut de travailleur indépendant, niant le lien de subordination.

Ces correspondants locaux de presse ont été souvent équipés par les entreprises de presse de matériel informatique (ordinateur portable) et d'appareils de prises de vues numériques pour les photos, organisant même de sessions de formation.

Les reporters-photographes pigistes de la PQR et les agences (souvent les plus petites) qui fournissaient des photos aux 33 titres ont disparu, emportés par cette vague de libéralisme ; les reporters-photographes permanents, eux, ont vu leurs effectifs fondre de façon importante. En outre, les patrons de la PQR tentent de les priver de leurs droits d'auteurs sous le prétexte de la mutualisation forcée entre les différents titres d'un même groupe.

La double peine des reporters-photographes

Parallèlement, les innovations technologiques ont largement abaissé le coût de production et de traitement des photographies dans la presse.

Hier, les entreprises de presse étaient quasiment toutes équipées de laboratoires pour le développement des films et le tirage des photos ; dans les autres cas, elles sous-traitaient le traitement de la photo à des laboratoires extérieurs.

Les agences et les entreprises de presse, quand elles faisaient appel à des pigistes, avaient des politiques différentes selon les cas : soit les frais dits techniques étaient supportés par l'employeur, soit ils étaient partagés. Parfois, le reporter-photographe supportait seul ces frais techniques, conservant ainsi la totalité de ses droits d'auteur.

On notera que tous les conflits récents ayant trouvé leur solution devant les tribunaux ont été provoqués par la question de la paternité de la propriété du fond.

Aujourd'hui, les entreprises, comme les agences, ont fait d'importantes économies grâce à la numérisation de la photographie, qui a entraîné la suppression du développement des films, des tirages (le tirage argentique était devenu très onéreux en raison de l'augmentation des supports et produits) et du traitement.

Ces économies n'ont jamais été rendues publiques par les agences et les entreprises, qui, au contraire, ont mis en avant les coûts de la numérisation des fonds iconographiques, pour obtenir d'ailleurs des aides gouvernementales.

Les reporters-photographes pigistes ont dû s'équiper de matériel informatique et d'appareils numériques à leurs frais, sans aucune participation des entreprises et, surtout, en voyant baisser le prix d'achat de leurs photos.

Il est aujourd'hui intolérable de mettre en avant le prix de revient de la photo dans la presse sans tenir compte de ces éléments.

Les agences photographiques ont également vu le prix de vente des photos contesté par les entreprises de presse (sauf pour les photos dites « people ») ; leurs marges ont subi des baisses drastiques et, par contrecoup, la rémunération des reporters-photographes calculée en pourcentage du prix de vente s'est donc effondrée.

Les reporters-photographes d'agences subissent ce qu'on peut appeler une « double peine » : ils ont moins de travail et le travail restant est moins bien rémunéré. Il n'est donc pas étonnant qu'ils cherchent d'autres sources de revenus pour survivre.

Contrairement à une idée diffuse, colportée par certains employeurs et certaines de leurs organisations professionnelles, ce n'est pas le statut du journaliste qui est la cause de la crise du photojournalisme, mais bien un modèle éditorial et une volonté de s'affranchir de toute règle sociale.

L'accord du 10 mai 2007

Néanmoins, toutes les organisations de journalistes, sans exception, ont fini par accepter de négocier un accord sur les revenus complémentaires des reporters-photographes du secteur des agences de presse au sens de l'ordonnance du 2 novembre 1945 et inscrites sur la liste établie par la CPPAP, conformément à l'article 22 de la loi du 27 janvier 1993.

L'accord a fait l'objet de contestations par le SAPHIR, l'une des composantes de la FFAP ; la première portait sur l'extension de l'accord par le ministère du travail et la seconde, sur le fond, devant le Conseil d'Etat. Ces deux contestations ont été vouées à l'échec et l'accord est aujourd'hui validé.

Il est important et il apporte une réponse aux exigences des agences de presse photographiques. En effet, les syndicats de journalistes ont accepté que soit considérée comme « revenus complémentaires » « toute rémunération due à un journaliste reporter-photographe au titre de l'exploitation d'une photographie ou d'un ensemble de photographies sur un même sujet ou un même thème réalisé dans le cadre de son contrat de travail à durée indéterminée avec l'agence de presse, lorsque cette nouvelle exploitation a lieu plus de 24 (vingt-quatre) mois après la date de la première publication, première facturation ou, à défaut, après la date de prise de vue. »

Les organisations ont pris leurs responsabilités en acceptant la notion de revenu complémentaire alors qu'ils considéraient à l'origine que toute nouvelle exploitation était un salaire différé.

L'accord du 10 mai 2007 permet de diminuer de façon considérable les cotisations sociales des agences de presse photographiques puisque ces revenus complémentaires sont assujettis au régime de sécurité sociale des auteurs.

En outre, il faut noter que la signature de l'accord a permis de mettre un terme à une série de contentieux. En effet, la circulaire de la direction de la sécurité sociale du 25 novembre 2008 précise que « pour tenir compte de la volonté du législateur de se reporter au contenu de l'accord professionnel relatif aux rémunérations complémentaires et afin de sécuriser les situations existantes, il convient de prendre toutes les dispositions nécessaires afin qu'il soit mis fin aux procédures de redressement en cours à l'encontre des agences de presse photographiques, dès lors que ces redressements ont pour objet les rémunérations versées aux journalistes professionnels reporters-photographes remplissant les conditions prévues par l'accord du 10 mai 2007. En outre, devront également être abandonnées les procédures pour lesquelles la présomption de salariat est détruite au regard des critères définis dans la présente circulaire ».

L'abandon des redressements portait sur des sommes considérables (plusieurs millions d'euros) et permet à certaines agences de poursuivre leurs activités.

L'état des lieux étant établi, il s'agit d'examiner si le secteur du photojournalisme appelle l'adoption de mesures nouvelles ou pas et, dans l'affirmative, qu'elles seraient ces mesures.

PROPOSITIONS

Un statut unique pour tous les journalistes

Compte tenu de ce qui précède, il apparaît clairement que ce n'est pas le statut social du reporter-photographe qui est la cause de la situation des agences de presse photographiques.

Et s'il y avait des mesures à prendre en ce qui concerne ce statut, elles l'ont été par l'accord professionnel du 10 mai 2007, qui permet de rémunérer en droit d'auteur la réutilisation des photographies après un délai de deux ans, accepté par la partie patronale signataire, la FNAPPI.

Il est utile de préciser que l'accord s'applique aux (rares) reporters-photographes permanents des agences photographiques et aux reporters-photographes rémunérés à la pige. En effet, l'instauration d'un bon de commande prévue par l'accord fait tomber toute contestation sur la présomption (ou non) du contrat de travail.

Les employeurs qui demandent que les reporters-photographes puissent être rémunérés entièrement en droits d'auteurs ne visent en fait qu'à s'exonérer de toute règle sociale et c'est bien l'abrogation de la loi du 4 juillet 1974 dite loi Cressard qui est souhaitée.

Le SNJ-CGT y est hostile pour deux raisons essentielles :

1 – La profession est régie par un statut unique et il est hors de question d'envisager un statut pour une catégorie ou pour une autre.

2 – Il est ridicule d'envisager la création d'un statut spécifique pour une population dont les deux rapports (celui de l'inspection générale et celui d'Ithaque) l'estiment à moins de 500 reporters-photographes.

Une fois encore, les reporters-photographes serviraient de cobayes à une remise en cause plus fondamentale du statut du journaliste, voté par le Parlement en 1935 et complété en 1974.

Le mauvais exemple de l'auto-entrepreneur

Aujourd'hui, d'autres voix plaident pour que le statut d'auto-entrepreneur puisse s'appliquer aux journalistes et puisse, de ce fait, permettre l'attribution de la carte d'identité des journalistes professionnels.

Si l'on en croit le site dédié à l'auto-entrepreneur par le gouvernement, « ce nouveau régime, créé par la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008, lève les barrières à l'entrée de l'entrepreneuriat et offre une nouvelle chance la possibilité à de nombreux salariés, étudiants, retraités et chômeurs, de compléter leurs revenus ».

« A qui s'adresse ce statut ? A tous les Français : aux retraités qui veulent bénéficier d'un supplément de revenu, aux jeunes qui ont besoin d'un peu d'argent pour financer leurs études ou encore aux chômeurs, pour qui ce dispositif constitue une vraie opportunité de rebondir. Sont également concernés les salariés et fonctionnaires qui ont le droit de devenir auto-entrepreneurs en dehors de leurs horaires de travail. A une seule condition : ne pas créer une activité qui conduit à démarcher les clients de son employeur sans son accord. »

Le journalisme ne répond pas à la définition du statut d'auto-entrepreneur et le gouvernement l'a confirmé ; en effet ce statut se heurte à l'article L.7112-1 du code du travail : « Toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure,

moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel est présumée être un contrat de travail. Cette présomption subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties. »

De même si le règlement de la carte d'identité de la carte de journaliste professionnel devait être révisé, il ne pourrait l'être que par la voie de négociation entre les organisations professionnelles et les syndicats de journalistes et non par voie législative.

La loi a fixé les conditions de reconnaissance du statut : l'activité du journaliste doit principale, régulière et rétribuée. La CCIJP a fixé un certain nombre de règles dans son règlement intérieur en conformité avec la convention collective nationale étendue ; celles-ci peuvent faire l'objet d'une procédure d'appel auprès de la commission supérieure puis devant le Conseil d'Etat.

Il est toujours préférable d'avoir recours à la négociation plutôt qu'à la loi ; l'exemple des revenus complémentaires en apporte la preuve.

Muscler l'Observatoire des métiers de la presse

La création d'un Observatoire du photojournalisme est sans doute nécessaire. En revanche, le SNJ-CGT n'opte pas pour un nouvel observatoire.

La législation sur la formation permanente a permis de créer des Observatoires des métiers. Il existe aujourd'hui un Observatoire des métiers de la presse qui a apporté la preuve de son efficience

Le SNJ-CGT propose de lui donner des moyens supplémentaires pour permettre une activité spécifique en direction du photojournalisme et de ses évolutions, largement entamées d'ailleurs.

Pour une gestion collective des droits

En revanche, la volonté exprimée de mettre en place un système de gestion collective des œuvres orphelines et des rémunérations pour les droits réservés reçoit un plein assentiment de la part du SNJ-CGT.

On assiste en effet à la prolifération des œuvres dites orphelines et leur réexploitation ne donne évidemment pas lieu à rémunération.

Le SNJ-CGT souhaite que les sociétés de perception et de répartition des droits d'auteurs couvrant le champ reçoivent l'habilitation pour percevoir les droits et les répartir.

Toute autre affectation (par exemple à la formation) ne saurait recevoir l'aval du SNJ-CGT.

Le problème des droits réservés est d'une autre nature. Les auteurs des photographies sont identifiés, mais, en général, ils ont cédé leurs droits aux prescripteurs contre une rémunération forfaitaire et sans commune mesure avec le nombre de réutilisations.

Outre que le procédé, on l'a vu, a largement contribué à affaiblir la situation des journalistes reporters-photographes, il a « uniformisé » l'information. Tous les supports utilisent les mêmes photos qui leur sont distribuées par les services de communication, le choix proposé étant volontairement très restreint et toujours destiné à faire l'éloge du produit industriel ou culturel, de l'entreprise ou de la personne. Ce qui pose un problème déontologique à la profession.

La lutte contre cette tendance forte dans la presse (et pas seulement) rejoint celle

pour la qualité de l'information et pour le pluralisme. Le journaliste qui est « interdit de séjour » dans les entreprises, sur les lieux de tournage, dans certains lieux publics et dans certaines manifestations, doit reconquérir ce droit. Mais ce problème ne concerne pas que les reporters-photographes ; il est une des conditions indispensables de l'exercice de la profession dans une démocratie moderne.

Cette question doit faire l'objet d'une réflexion globale sur l'exercice du droit d'informer. Le SNJ-CGT propose que la question fasse l'objet d'une mission au sein du ministère de la communication, en liaison avec le ministère de la justice. La question pourrait être élargie à l'accès aux sources, aux documents administratifs et à la protection des sources (qui a fait, jusque là l'objet d'une loi en retrait par rapport à la législation européenne).

Enfin, on est en droit d'espérer que, si l'utilisation d'œuvres orphelines et photographies en « droits réservés » sont soumises à des droits collectés par les sociétés de perception et de répartition, qu'elles subiront un coup d'arrêt, au profit des reporters-photographes.

Le prix du travail des reporters-photographes

La loi Hadopi a introduit une disposition concernant les rémunérations des journalistes pigistes. Cette disposition a été transcrite dans le code du travail à l'article L.7113-4 qui précise que « la négociation obligatoire visée aux articles L. 2241-1 et L. 2241-8 porte également sur les salaires versés aux journalistes professionnels qui contribuent, de manière permanente ou occasionnelle, à l'élaboration d'un titre de presse ». Cette disposition est déjà contenue dans la convention collective nationale des journalistes étendue.

De même, l'accord professionnel du 10 mai 2007 sur le traitement social des revenus complémentaires des journalistes reporters-photographes prévoit dans son article 5 : « Les parties s'entendent pour négocier au plus tard dans les six mois après la signature du présent accord un barème de rémunération à la pige qui s'imposerait dès lors que la rémunération ne serait pas proportionnelle. »

Le SNJ-CGT propose qu'une commission mixte paritaire soit installée dans les meilleurs délais pour l'ensemble du champ de la presse écrite afin d'établir un barème minimum de piges.

Cette démarche est préalable à l'établissement d'un prix de la photo. En effet, il serait curieux de fixer le montant du prix d'une photo (ou d'un reportage) et, ensuite, de fixer la rémunération d'un travail, donc du salaire du journaliste reporter-photographe.

En effet, c'est le prix du travail (et le prix de revient d'un produit) qui doit déterminer le prix de vente d'une photo (et d'un produit marchand) et non l'inverse.

Le 12 juillet 2010

Addenda

Le SNJ-CGT a jugé utile de joindre à cette note la pertinente intervention de Dominique Sagot-Duvaurox prononcée le 7 juin dernier à l'Ecole Louis Lumière sous le titre : Quels modèles économiques pour les marchés de la photographie à l'heure du numérique?

Quels modèles économiques pour les marchés de la photographie à l'heure du numérique?

Lundi 7 juin 2010, Par Dominique Sagot-Duvaouroux

S'il y a un marché qui a été complètement bouleversé par la révolution numérique, c'est bien celui de la photographie. Nouveaux acteurs, nouveaux modes de diffusion, nouveaux matériels, autant de changements qui ont transformé la profession des photographes et affecté leur revenu. Derrière le terme de révolution numérique se cachent cependant des réalités fort différentes. Le numérique, c'est d'abord une technique de production des images qui modifie le travail des photographes, leur offre de nouvelles possibilités de création et affecte leur position dans une filière de production en pleine restructuration. C'est aussi une technique qui facilite la mise à disposition des images et accélère leur circulation par l'intermédiaire de sites Internet qui permettent de visualiser, télécharger et acheter en ligne les images dont on a besoin. En abaissant notablement le coût de mise en circulation, le numérique offre aux amateurs la possibilité de partager leurs images sur des réseaux mondiaux puisqu'il n'y a pas d'obstacle de langue, et ces images valorisent les sites sur lesquels elles sont disponibles et plus globalement l'ensemble des entreprises qui prospèrent sur Internet (fournisseurs d'accès (FAI), fabricants de matériel (Apple...), moteurs de recherches (Google...) tout en menaçant les revenus des professionnels confrontés à cette nouvelle concurrence. Le numérique apparaît donc comme une opportunité fantastique mais en même temps une menace redoutable pour les acteurs de la filière photographique. Il y a tout lieu de penser que la valeur marchande et non marchande produite par les images n'a jamais été aussi forte mais pour paraphraser Yves Michaud, cette valeur est de plus en plus à l'état gazeux.

Tout se passe en effet comme s'il y avait un phénomène d'évaporation de la valeur des images. Évaporation hors de la filière photographique lorsque ce sont des sociétés comme Google ou Apple ou des fournisseurs d'accès à Internet qui aspirent, sous forme de capitalisation boursière notamment, une partie de la valeur générée par les images sans qu'en profitent, pour une juste part, les producteurs de ces images. Évaporation aussi le long de la filière de production photographique, de l'aval vers l'amont, le chiffre d'affaires réalisé par la vente d'images ayant de plus en plus de mal à remonter jusqu'aux photographes. Il en résulte une logique évaporation du revenu des photographes. Une étude que nous avons réalisée pour le ministère de la culture révèle l'érosion des rémunérations et la fragilité des dispositifs de droits d'auteur pour assurer une remontée juste des revenus jusqu'aux auteurs.

Dans ce contexte de profonds bouleversements, il est nécessaire de partir de la diversité des marchés et des modèles dominants de valorisation des images qui interdisent une analyse trop globalisante pour ensuite décrire les transformations économiques les plus visibles qui ont affecté la situation des photographes. Je conclurai par quelques remarques prospectives.

La diversité des marchés photographiques et des modèles économiques de valorisation des images

Les images photographiques s'échangent sur des marchés très variés: la presse, l'édition, la communication, l'art... Chacun de ces marchés est lui-même segmenté en sous-marchés. Le secteur de la publicité ne fonctionne pas de la même façon que celui du *Corporate*. La presse people a une demande d'images très différentes de celles de la presse d'information générale. La demande de tirages réalisés par des studios de photographes pour des usages domestiques (photo de mariage...) se distingue de celui des tirages photographiques vendus en galerie... Tous ces marchés n'ont évidemment pas traversé de la même façon la révolution numérique. Les agences dites télégraphiques (Reuters, AFP, AP) ont renforcé leurs positions et élargi leurs marchés. La concurrence des amateurs a affecté principalement les marchés sur lesquels les professionnels ne proposent pas des photographies très différentes des leurs ou bien encore sur des marchés où les utilisateurs n'attendent pas autre chose d'une photographie que d'illustrer de façon neutre un sujet. Parions que le photographe illustrateur peu connu souffre davantage que le photographe de publicité ou l'auteur reconnu dont on achète autant la signature que le sujet.

A cette diversité des marchés correspond une diversité des modèles économiques de valorisation des images.

Le premier correspond à ce qu'on peut qualifier de **modèle éditorial**. Apparu à la fin du XVIII^e siècle dans le domaine de l'édition de livres, celui-ci repose sur la vente d'une copie d'un original qui, lui, reste la propriété de l'auteur. De la carte postale à l'image reproduite dans les journaux, l'auteur vend un droit de reproduction à l'éditeur qui vend à son tour l'œuvre éditée. En principe, la rémunération est proportionnelle au prix de vente et prend la forme d'un droit d'auteur. Les coûts fixes de production sont censés s'amortir grâce à la vente d'un grand nombre de copies proposées à un prix faible. Logiquement, l'abaissement des coûts de diffusion des images tire les prix vers le bas. Ce modèle est celui qui est le plus remis en cause par la révolution numérique et notamment son mode de rémunération dominant, le droit d'auteur.

Un deuxième modèle, opposé au premier, consiste à **vendre l'original lui-même** à un acheteur qui en devient propriétaire. Deux variantes se distinguent: sur le modèle du **marché de l'art**, la photographie devient un objet de collection dont la rareté doit permettre d'atteindre un prix suffisant pour couvrir les coûts fixes de production. Le marché des tirages photographiques s'est construit ainsi et peut offrir des revenus substantiels aux photographes ayant réussi à séduire des collectionneurs confirmés. Galeries et Sociétés de ventes aux enchères en sont les principaux intermédiaires. Le **modèle prestataire** constitue une deuxième variante. Le photographe vend une prestation de service le plus souvent en réponse à une commande. Sa rémunération est ancrée sur le travail nécessaire à la réalisation de la demande qui lui est faite. Elle prend alors le plus souvent la forme d'une facture (studios de photographie) ou d'un salaire (presse, photographe d'entreprise). Sur le marché de la photographie de studio, la baisse de la demande de prise de vue est en partie compensée par la croissance de la demande de services nouveaux (albums par exemple).

Précisons néanmoins que ce n'est pas parce que le photographe vend l'original qu'il cède l'intégralité de ces droits d'auteur et notamment son droit moral, incessible.

Les modèles **bi-faces** forment un troisième cas de figure. Ils consistent à vendre simultanément plusieurs faces d'un même produit: l'objet ou le service support de l'œuvre, proposé au consommateur final (magazine, émission de télévision, diaporama sur Internet) d'une part, et l'attention des consommateurs vendue à un annonceur d'autre part. Le prix acquitté par chacune des faces dépend de contraintes techniques (par exemple, il n'est pas techniquement possible, à un coût raisonnable, de faire payer à l'utilisateur les services rendus par une station de radio), de l'élasticité de la demande par rapport aux prix sur les deux marchés (le prix supporté par le consommateur final sera d'autant plus élevé que l'élasticité de sa demande par rapport au prix est faible), de la tolérance de l'utilisateur à la publicité (plus le volume de publicité sera conséquent, moins le consommateur sera enclin à dépenser de l'argent pour ce service) de la qualité du service offert (l'attention d'une clientèle aisée sera davantage valorisée que celle d'une audience sans le sou) et des rapports de force. Cette relation triangulaire entre le diffuseur de contenu, le destinataire de ce contenu et l'annonceur induit des stratégies de tarification très variées allant du financement

exclusif par les annonceurs à un financement intégral par le consommateur en passant par de nombreux cas intermédiaires de financements mixtes.

Ce modèle est parfois utilisé directement par le photographe, le plus souvent de façon contrainte, lorsqu'en contrepartie d'une promesse de diffusion d'un sujet dans un magazine, il doit négocier lui-même auprès de compagnies aériennes ou d'entreprises de tourisme la prise en charge de ses frais de déplacements en contrepartie d'une «présence» de ces entreprises dans ses images sur le modèle de la publicité rédactionnelle.

A l'heure de la diffusion numérique des produits culturels qui font de ces derniers des biens collectifs, c'est-à-dire des biens qui dès lors qu'ils existent, sont disponibles partout dans le monde gratuitement, il est assez logique de voir ces modèles bi-face prospérer.

Le **financement public de la création** constitue une cinquième possibilité. Il peut être direct ou indirect: soutien direct lorsque les collectivités publiques versent des aides aux auteurs (aide à la création, résidence, commande publique) ou aux organisations impliquées dans la valorisation de la photographie (subventions aux musées, à des associations...); soutien indirect à travers de multiples mesures fiscales (TVA à taux réduit, soutien au mécénat...), les redevances et licences légales (droit pour copie privée, droit de reprographie...), les aides sociales (intermittence, Agessa...). Ce financement public constitue une alternative au financement par la publicité des œuvres qui ont les attributs d'un bien collectif. Il peut induire cependant un marché institutionnel sur lequel les différents types d'aides sont autant de guichets auxquels les photographes vont devoir s'adresser.

L'**économie contributive** enfin forme un dernier modèle. La valorisation, majoritairement non-marchande, de la création repose sur des échanges volontaires entre les auteurs et les destinataires de leur œuvre. Dans la lignée du modèle ancestral du chapeau ou de la manche, l'auteur offre un accès libre à ses œuvres, chaque destinataire donnant ce qu'il veut. Internet permet d'élargir cette fonction de contribution à la création même des œuvres à l'instar de l'encyclopédie Wikipedia élaborée grâce à la participation libre et gratuite de milliers de rédacteurs. L'œuvre devient collective, la notion d'auteur se dilue.

A ces modèles sont associés cinq principaux types de rémunérations : une rémunération de nature salariale censée en principe rémunérer un travail ; une rémunération fondée sur la vente d'un droit d'exploitation de l'œuvre, les droits d'auteur, qui dominent dans les industries culturelles; une rémunération assurée par la vente de l'œuvre elle-même sur le modèle du marché de l'art; une rémunération fondée sur la vente d'une prestation qui prend la forme d'une facture, une rémunération non-marchande enfin sous forme de notoriété et de lien social.

Ces modèles ne sont pas étanches entre eux, ils le sont même de moins en moins. Les photographes peuvent être conduits à vendre l'original d'une image, les droits de reproduction de celle-ci ou encore l'attention portée à son travail. Prévaut alors ce qu'on appelle un modèle à 360° sur lequel une œuvre se valorise sous différents supports et différents marchés à l'instar du secteur musical. Si cette diversification des marchés et des modèles est une chance, elle se heurte aujourd'hui au manque d'harmonisation des régimes sociaux associés à ces différents modèles (AGESSA, Régime général, régime des indépendants...) qui se traduit par une dilution des droits sociaux.

Le tableau 1 résume les caractéristiques de ces modèles:

	Ce qui est échangé	Mode de rémunération dominant des auteurs	Principaux financeurs	Principaux marchés
Modèle éditorial	Copie de l'original	Salaire technicien, Droit d'auteur	Consommateur final	Livre, presse, carte postale, posters...
Marché de l'art	original	% prix de vente	Collectionneurs ; institutions (musées, fonds d'acquisition...)	Marché des tirages photographiques
Modèle prestataire	Prestation de service; original	Salaire technicien; facture	Particuliers, Entreprises; Institutions sous forme de commande	Photographie domestique; commandes publiques ou privés
Modèle bi-face	copie de l'original; Attention des consommateurs (publicité)	Salaire technicien Droit d'auteur	Consommateur final; annonceurs; pouvoirs publics	Medias (presse, télévision, internet...)
Modèle contributif	Copie de l'original; lien social	Rémunération majoritairement non marchande (reconnaissance, notoriété, dons volontaires)	Auteurs et utilisateurs	Internet, réseaux sociaux

Des marchés en pleine transformation

La rémunération des photographes a subi la pression convergente de trois facteurs: la restructuration des marchés qui ont permis à de nouveaux acteurs d'accéder à une position de leader et d'imposer de nouvelles formes de tarification des images; un contexte macro-économique marqué par la domination des logiques financières de court terme au détriment de logiques industrielles de long terme ; une offre de photographies produite par des amateurs tirant vers le bas le prix des images. Le développement du marché des tirages photographiques a fort opportunément offert, dans la même période, de nouveaux débouchés.

Une nouvelle structure de marché: un oligopole à frange

La complète transformation du marché constitue l'aspect le plus visible des changements qui ont affecté la photographie depuis 20 ans et les technologies numériques y sont pour beaucoup. Les agences télégraphiques (AFP, Reuters notamment) ont pleinement bénéficié des facilités offertes par les nouvelles technologies. Sur le marché de l'information chaude sur lequel les barrières à l'entrée sont très élevées, leur position s'est renforcée. Elles ont développées parallèlement des services d'archives qui sont venues concurrencer les agences de reportage plus classiques. Parfois, elles ont même passé des accords avec des agences d'illustration pour valoriser leur fond à l'instar de la collaboration entre l'AFP et Getty.

Les agences d'illustration et de presse ont affronté très difficilement ces vingt dernières années. Les 3A (Sygma, Sipa et Gamma), dominantes au début des années quatre-vingt dix, ont vu leur leadership contesté par de nouveaux venus et notamment Getty images et Corbis. Une des raisons principales de cette évolution fut l'investissement massif et précoce de ces

sociétés dans la numérisation des images et dans la conception de logiciels d'indexation très aboutis. Une politique très active d'acquisition de fonds garantissant à leur client de trouver l'image souhaitée sans avoir à s'éparpiller dans les archives de nombreuses petites agences a renforcé cette suprématie.

La création de Pixpalace a été une réponse adaptée à ce nouvel oligopole. En réunissant un très grand nombre d'agences sous un même portail à partir duquel l'utilisateur peut, en une seule requête interroger les fonds de celles-ci, cette société propose une solution crédible aux diffuseurs. Cette initiative se heurte cependant aux stratégies d'abonnement mises au point par les grosses agences (Getty, AFP...), avantageuses pour le client si l'on regarde le prix payé par photographie diffusée mais qui l'incite très peu à aller rechercher d'autres images ailleurs.

La situation fragile de Corbis et le dépôt de bilan de Eyedea début 2010 montrent cependant que les entreprises de l'oligopole sont elles-mêmes menacées. Une des raisons, sans doute la principale, est l'apparition d'un marché « low-cost » où s'échangent des photographies dites « libres de droit ». Jupiter, aujourd'hui sous le contrôle de Getty ou Fotolia, en proposant des archives provenant souvent de fonds d'amateurs ont cassé les prix de la photographie d'illustration en proposant des images sur tout support, tout pays sans restriction d'utilisation dans le temps, pour moins de 1 €. Si l'accumulation de ces centimes d'Euros semble permettre à ces sociétés de dégager des profits, il apparaît quasiment impossible pour un photographe de vivre décemment des ventes de ces images sur ces sites. A 0,15€ l'image libre de droit, pour une rémunération mensuelle... faible... de 1500 €, correspondant peu ou prou, compte tenu des charges et des coûts de production, à un chiffre d'affaire mensuel de 4.500 €, il faudrait vendre chaque mois 30 000 images !!! C'est donc un modèle peut-être viable pour des intermédiaires mais certainement pas pour les photographes. On peut alors s'inquiéter des stratégies de différenciation des marchés développées par des agences comme Getty, qui vendent simultanément des photographies en droit géré, en libre de droit et en microstock sans doute profitables pour l'entreprise mais menaçantes pour les photographes professionnels.

Entre les grosses agences qui bénéficient d'un fort pouvoir de marché et de possibilités de réaliser des économies d'échelle et de synergie substantielles et les agences « low-cost » dont la compétitivité repose sur les prix, survivent encore aujourd'hui, même si leur nombre diminue, des structures qui occupent des niches de marchés relativement protégées des agences low-cost et sur lesquels les leaders ne peuvent pas ou n'ont pas intérêt à s'aventurer. Elles constituent la frange de l'oligopole. Il y a d'abord les agences de photographes et collectifs d'artistes à l'image de Magnum ou plus récemment de Tendance flou qui arrivent à vendre une signature plus qu'un sujet et ne subissent donc pas la concurrence frontale des agences low-cost. Ces entreprises se sont par ailleurs appropriées le modèle à 360° en étant présente à la fois sur le marché des droits et sur le marché des tirages. La fermeture de Gamma et le dépôt de bilan du collectif l'Oeil Public en décembre 2009 montre cependant la fragilité de ce modèle. Il y a ensuite des agences spécialisées sur un secteur particulier difficilement accessible aux amateurs comme la photographie de publicité, qui demande des investissements techniques importants ou encore la photographie d'entreprise (*corporate*) qui nécessite le plus souvent des autorisations d'accès (agence REA par exemple). Sur ce dernier marché cependant, le recours à des photographies prises en interne avec un matériel numérique censé être plus facile d'utilisation est de plus en plus fréquent.

Les technologies numériques ont accéléré la restructuration du secteur dont l'organisation est aujourd'hui comparable à celle des autres industries culturelles : un marché structuré autour de quelques grosses entreprises autour desquelles gravite une multitude de petites structures spécialisées sur des niches ou sur la création mais à l'existence fragile.

Un contexte de renforcement du pouvoir des actionnaires et de pression financière accrue

« Plus vite, moins cher, plus facile ». Ces restructurations se sont opérées dans un environnement marqué par le renforcement de la mondialisation des échanges et de la globalisation financière. Le pouvoir des actionnaires s'est accru, transformant le mode de gouvernance des économies occidentales d'un capitalisme managérial en un capitalisme patrimonial. Le dirigeant, qui disposait d'une relative autonomie pour arbitrer entre les intérêts des différentes parties prenantes de l'entreprise (salariés, actionnaires, banques...), est devenu, dans une large mesure, l'agent des actionnaires représentés notamment par des investisseurs institutionnels exigeant des taux de rentabilité toujours plus élevés. Fonds de pensions, compagnies d'assurances, fonds spéculatifs ont investi dans les entreprises du monde entier confrontées à un univers de plus en plus concurrentiel. Les agences de photographie et leurs clients, notamment la presse, n'ont pas échappé à cette évolution. Les fonds d'investissements ont pris le contrôle des principales sociétés du secteur. Ainsi, Getty est racheté en 2007 par le fonds Hellman and Freedman et Eyedea était contrôlée par Green Recovery avant son dépôt de bilan.

Cette pression financière s'exerce aussi sur les commanditaires d'images et notamment sur la presse. La fragilité économique de ces entreprises les contraint à mettre en place des plans d'économie qui passe par l'extériorisation des services de photographie ou la réduction drastique des effectifs de ces services. Les agences ont fait de même contraignant un nombre croissant de photographes au statut d'indépendant. Le nombre de salariés des entreprises de photographie est ainsi passé de 16.847 en 2004 à 9301 en 2009. Parallèlement, les directions financières font pression sur les acheteurs d'images pour réduire les budgets, ce qui contraint ces derniers à utiliser, faute de budget, des photographies libres de droits ou des microstocks.

Une confrontation nouvelle avec la photographie amateur

Les clubs photos sont désormais sur internet. Un des aspects les plus nouveaux de ces dernières années est la juxtaposition frontale d'une offre d'images fabriquées par des amateurs et par des professionnels, souvent sur le même site. Cette évolution a des aspects paradoxaux. D'un côté, les citoyens disposent de moyens démultipliés pour faire connaître leurs créations, pour partager leurs connaissances et leurs savoir-faire. De l'autre, l'offre amateur concurrence directement celle des professionnels, provoquant une forte baisse des prix et des revenus.

Les filières culturelles sont devenues des filières circulaires rendant caduque la notion de consommateur final. Le citoyen contributeur est créateur en proposant ses œuvres sur internet, il devient producteur quand il finance directement une proposition artistique sur un site spécialisé, il est prescripteur lorsqu'il donne son avis sur un réseau social. Il est diffuseur lorsqu'il fait circuler des images sur un réseau *peer to peer*. Des sites comme Flickr sont des réseaux sociaux sur lesquels des internautes proposent et indexent leurs images, discutent celles des autres, apportent des conseils. Grâce au partenariat construit avec Getty qui commercialise sur son site certaines images sélectionnées sur flickr sous forme de droits gérés ou de libre de droits sur le modèle de Fotolia, les photographes de Flickr peuvent désormais espérer vendre leurs images.

En quelques années, un marché de la photographie low-cost s'est ainsi imposé, largement alimenté par des photographies d'amateurs, créant des ravages dans les agences et surtout dans les revenus des photographes qui se résignent de plus en plus souvent à vendre à leur tour leurs images à des prix ridiculement bas, contraints par la concurrence.

Un nouveau marché: le marché des tirages

Si le marché des droits photographiques est en crise et précarise les photographes, heureusement, on a vu exploser, à la fin des années quatre-vingt dix, un nouveau marché des tirages photographiques de collection. Celui-ci n'est certes pas apparu par hasard. Il résulte d'une lente construction dont on voit les prémises dans les années 1960-1970 durant lesquelles quelques acteurs pionniers (historiens, collectionneurs, galeristes) comme André Jammes, Harry Luhn, Agathe Gaillard, ont bâti les règles sur lesquelles repose aujourd'hui la valeur des œuvres. L'achat massif par le musée Getty de tirages vintage au milieu des années quatre-vingt fut à la fois un puissant soutien à la demande et un signal rassurant pour les collectionneurs. A la fin des années quatre-vingt-dix, la création de la foire Paris Photo et la vente de la collection Jammes chez Sotheby's consacrèrent ce segment de marché.

Celui-ci est apparu alors comme une opportunité de différenciation pour les photographes auteur dont les revenus se trouvaient directement menacés par les évolutions citées plus haut. Les agences comme Magnum, les collectifs comme Tendances flou, positionnés principalement sur le marché du reportage, ont développé une activité de ventes de tirages, encouragé leurs membres à se faire représenter en galerie, voire même créer leur propre galerie.

A l'instar du marché des droits photographiques, le marché des tirages a développé ces dernières années un segment low-cost sur lequel il est possible d'acquiescer des tirages bon marché à l'image du site Yellow Korner sur lequel on peut trouver des photographies de grands noms comme Jean Dieuzaide en édition limitée pour moins de 100 €.

Ce marché reste cependant marginal dans le revenu des photographes mis à part quelques-uns d'entre eux qui ont su se faire une place auprès des grands collectionneurs de la planète. En 2009, selon Art Price, les photographies ne représentaient que 1,55% du chiffre d'affaires total des sociétés de ventes aux enchères dans le monde.

Quelques réflexions conclusives

L'érosion du revenu des photographes et la fermeture d'agences prestigieuses interrogent sur l'avenir de la photographie professionnelle. Par rapport à une photographie amateur abondante, de qualité et gratuite, quel espace reste-t-il pour une photographie professionnelle?

Depuis le début des années 2000, on assiste à une différenciation verticale accélérée des marchés de la photographie, que ce soit sur le marché des droits ou sur le marché des tirages. Les leaders du marché ont cherché à contrôler cette évolution⁹. Fondée en 1995 par Mark Getty et Jonathan Klein, Getty Images est devenue rapidement le leader du marché grâce à l'acquisition de banques de données prestigieuses et une numérisation rapide des images. Dès 2004, elle acquiert une banque d'images libres de droits, Digital Vision. Elle renforce sa position sur ce marché en 2008 en prenant le contrôle de Jupiter, alors n° 1 dans ce secteur. Elle a un partenariat avec l'AFP pour les images d'archives de celle-ci. Plus récemment, Getty a développé un accord original avec le principal site de partage de photographie amateur Flickr, propriété de Yahoo. Il s'agit de permettre à des photographes de Flickr, repérés par les éditeurs de Getty, de vendre leurs images soit en droits gérés, soit en libres de droits. Getty propose donc sur son site l'ensemble des segments du marché de la photographie.

La question qui se pose face à cette stratégie est de savoir comment Getty, et les autres acteurs, peuvent éviter la vampirisation du segment de marché des droits gérés par ses segments low-cost ou libres de droits. Le processus de création destructrice en cours, très classique lorsque des révolutions technologiques apparaissent, impose en tout cas aux photographes et aux agences une réflexion approfondie sur leur positionnement stratégique face à de nouvelles formes de concurrence qui tirent leurs revenus vers le bas.

L'hypothèse de la longue traîne

En octobre 2004, Chris Anderson, rédacteur en chef de la revue Wired, publiait un article intitulé « la Longue Traîne » dans lequel il développait l'idée que grâce à internet, il existe un marché pour un très grand nombre de titres musicaux qui n'auraient pas été rentables dans l'économie traditionnelle¹⁰. Devant l'abondance des réactions à cet article, l'auteur développe son intuition initiale dans un livre¹¹ où il présente les trois principaux arguments en faveur de la diversité des marchés culturels:

- Le goulot d'étranglement de la distribution physique serait remis en cause par la disponibilité des titres sur internet. Ainsi, seulement la moitié des titres vendus sur le site d'Amazon serait disponible dans les magasins de la chaîne Barnes et Noble.
- L'E-marketing et le partage des opinions sur internet faciliteraient le choix des internautes et diversifieraient les sources d'information sur la qualité des œuvres.
- La diminution des coûts de distribution réduirait le point mort de rentabilisation d'un titre et permettrait de discriminer les prix de façon à attirer les consommateurs vers le bas de la traîne.

Peut-on transposer cette analyse à la photographie ? Potentiellement un beaucoup plus grand nombre d'images est accessible sur Internet grâce à la numérisation et l'indexation des images professionnelles et grâce aux sites de partage de photographies amateurs. Mais en même temps, la concentration des banques d'images dans les mêmes sociétés ne favorise pas la vie des fonds ainsi agglomérés. Et surtout, si une plus grande diversité d'images est susceptible d'être diffusée et vendue de façon à rentabiliser les sites qui les distribuent, tout porte à croire que les photographes n'en retireront pas profit.

Retour sur la valeur gazeuse des photographies

En introduction, nous évoquions l'évaporation de la valeur produite par les images hors de la filière photographique. Mais qu'est ce que la valeur d'une photographie ? Et quelle part doit revenir au photographe dans cette valeur ?

Il y a plusieurs façons d'aborder la question de la valeur. La première consiste à l'apprécier par le coût de production, comme le faisaient les économistes classiques comme Adam Smith, David Ricardo ou Karl Marx. De quoi est fait le coût d'une image ? Au temps de travail du photographe s'ajoute l'amortissement du matériel, les coûts de diffusion de l'image (tirage, numérisation pour les agences, indexation, promotion...). Les prix pratiqués sur le marché permettent-ils alors de couvrir ces coûts ?

L'approche par le marché constitue une deuxième manière d'apprécier la valeur d'une image. Les images ont de la valeur parce qu'elles sont fortement demandées. Pour les utilisations professionnelles, elles sont demandées parce qu'elles apportent des lecteurs et de l'argent. Conformément à la doctrine du droit d'auteur, ne doit-on pas alors rémunérer les auteurs de ces images à hauteur de ce que leurs images rapportent ? Méthodologiquement, ce n'est pas forcément simple à calculer mais ce n'est pas impossible.

Dans les deux cas, si l'on veut que les images soient rémunérées à leur juste valeur, ne serait-il pas souhaitable d'imposer, notamment dans la presse et l'édition, un prix minimum pour la diffusion d'une image en fonction du format et du tirage, prix minimum qui reconnaîtrait que la fabrication d'une image a un coût et que sa diffusion a une valeur. La concurrence entre photographie de professionnels et d'amateurs ne porterait alors pas tant sur le prix que sur la qualité.

Enfin, concernant la valeur gazeuse de la photographie, les économistes diront que la filière photographique génère des externalités positives, ce qui est un cas reconnu de défaillance des marchés. Le libre jeu du marché ne parvient pas à une situation optimale car des agences ou des photographes qui pourraient survivre si ils pouvaient capter cette valeur vaporeuse, sont contraints à l'arrêt d'activité faute de cette ressource évaporée. Depuis les travaux de l'économiste américain Samuelson

dans les années cinquante, la solution à ce problème est connue. Les pouvoirs publics doivent intervenir pour qu'une partie de cette valeur externalisée retourne vers la filière photographique. Dans le cas qui nous intéresse, l'intervention publique pourrait prendre la forme d'une licence légale sur les entreprises dont la valeur est affectée positivement par la présence d'images sur Internet mais qui n'en assurent pas actuellement le financement. Si l'on admet que l'accès aux images constitue une des raisons de s'abonner à Internet, d'acheter un iPad ou d'aller sur Google, alors il est juste que les sociétés qui rendent ces services contribuent au financement de la filière.

Par Dominique Sagot-Duvaurox, professeur à l'université d'Angers, directeur du Granem. Intervention dans le cadre du colloque "Nouvelles perspectives pour les photographes professionnels", Ecole Louis-Lumière.



Ministère de la culture et de la communication
Direction générale des médias et des industries
culturelles
Sous direction de la presse écrite et des métiers de
l'information

Madame le sous-directeur Sylvie Clément-Cuzin

Immeuble des Bons enfants
182, rue Saint Honoré
75033 PARIS Cedex 01

Paris, le 19 janvier 2010

J. L. L.

Madame,

Comme convenu, je vous adresse ci-après la position de la FNPS relative au projet de rapport sur le photojournalisme.

La Fédération Nationale de la Presse d'information Spécialisée (FNPS) regroupe environ 1400 publications. Nos adhérents ont peu recours à des photojournalistes. Toutefois, dans la mesure où les préconisations des rapporteurs vont au-delà de la simple notion de photojournalistes pour se consacrer aux exploitations des photographies en général, notre organisation tient à vous faire part des observations exposées ci-après.

Statut social des photojournalistes notamment pigistes

Les journalistes professionnels, qu'ils soient photographes ou non, bénéficient d'une présomption de salariat depuis 1974, date d'entrée en vigueur de la loi dite Cressard.

S'il n'apparaît pas opportun de revenir sur ce principe, il convient cependant de rappeler que le statut de journaliste professionnel est exorbitant du droit commun. A ce titre, il est normal que le prétendant à ce statut remplisse les conditions strictes posées par la loi.

Nous considérons donc que revoir à la baisse le pourcentage des revenus professionnels tirés de l'activité journalistique reviendrait à galvauder la profession. De plus, permettre qu'un journaliste tire le principal de ses revenus d'une activité autre, telle que notamment la communication, la promotion ou la publicité, ne ferait que participer à la défiance des citoyens.

Création d'un observatoire du photojournalisme

Les rapporteurs proposent la création d'un observatoire du photojournalisme. Nous tenons à rappeler que la profession s'est dotée depuis quelques années d'un Observatoire prospectif des métiers et des qualifications. D'ailleurs c'est auprès de ce dernier que les rapporteurs et le cabinet Ithaque ont recueilli les éléments statistiques. Dans ces conditions, il nous semble plus judicieux de conserver le rôle de cet

Observatoire qui réunit les partenaires sociaux, plutôt que de créer un organisme supplémentaire. D'ailleurs, à l'occasion des états généraux de la presse, l'idée d'une centralisation des données a été soutenue.

Mention « droits réservés » ou « DR »

Le service conseil de la FNPS rappelle à ses adhérents, depuis plusieurs années, que lorsqu'elle est identifiable, la source de la photographie, et autant que possible son auteur, doivent être mentionnés.

Notre organisation est favorable à la mise en place d'un dispositif de gestion collective pour les œuvres orphelines qui sont à l'origine de la création de la mention « DR ». Toutefois, il ne nous apparaît pas nécessaire de créer une société de gestion collective supplémentaire. L'agrément du Ministère pourrait être donné à l'une de ces sociétés déjà existantes. Il est à noter que l'avis de la commission spécialisée du CSPLA sur les œuvres orphelines, adopté le 10 avril 2008, réunit l'écrit et l'image fixe, par opposition au secteur de la musique, au cinéma et l'audiovisuel.

Par ailleurs, au cours de la réunion de présentation de projet de rapport, il a été évoqué la possibilité de faire payer par les éditeurs une somme forfaitaire au titre des photographies données à titre gracieux par des particuliers, cette somme étant destinée à être reversée à la société de gestion collective qui gèrera les œuvres orphelines. Un tel procédé nous paraît contradictoire avec la notion même de témoignage. Car c'est bien de témoignage photographique qu'il s'agit, il ne viendrait à l'idée de personne de faire payer les témoignages qui sont, rappelons le, l'un des procédés de traitement de l'information.

Barème de pige photographique

La FNPS a débuté des négociations relatives à la pige rédactionnelle avec les syndicats de journalistes. De ces discussions découlera nécessairement la problématique des piges photographiques qui feront sans nul doute l'objet d'une négociation spécifique.

Dans l'attente de notre prochaine rencontre, et en espérant que nos observations retiendront votre attention, nous vous prions de croire, Madame le sous-directeur, en l'expression de nos salutations respectueuses.



Jean-Michel HUAN
Directeur général

Snadi

Syndicat
national
des auteurs
et diffuseurs d'images

www.snadi.org

Madame Marie Bertin

3, rue de Valois

75033 Paris Cedex 01

Paris, juillet 2010

Madame

Nous avons eu le privilège, le 2 février 2010, d'être invités rue de Valois, au ministère de la Culture par monsieur Francis Laclache, conjointement aux Présidents et représentants de l'UPC, (Union des Photographes Créateurs), de la SAIF (Société de l'Image Fixe) et de Free Lens. Ces derniers ont déposé un livre blanc paru en 2007 intitulé « livre blanc pour la relance de la politique culturelle » ainsi qu'une proposition de modification du CPI d'une teneur à peu près similaire.

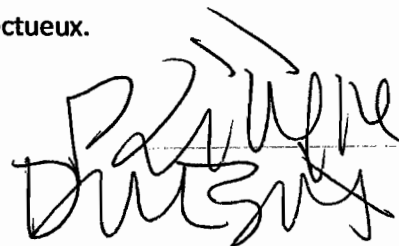
Au cours de la session ordinaire de 2009-2010, a été enregistrée à la Présidence du Sénat, le 12 mai 2010, sous le N°441, une proposition de loi « relative aux œuvres orphelines et modifiant le code de la propriété intellectuelle »

Le SNADI, conscient du problème soulevé par la récente demande de numérisation massive de documents, et extrêmement soucieux de ne pas laisser s'installer dans certains esprits, une regrettable confusion qu'induirait l'introduction dans la loi d'une définition, par trop peu explicite, du statut de l'œuvre orpheline, vous propose d'analyser dans le document ci-joint, les motivations de son opposition formelle à cette proposition.

Le SNADI vous souhaite une bonne lecture et reste à votre disposition pour analyser, avec vos services, les points qui pourraient vous sembler nécessiter quelque éclaircissement.

Veuillez croire, Madame, à l'expression de nos sentiments les plus respectueux.

Le Président du SNADI, Philippe Dubois



55/57, rue de vaugirard – 75006 paris
contact : 06 10 19 28 18 – 06 61 80 10 55

Introduction

Deux rappels nous paraissent tout d'abord ici opportuns :

Attirons d'abord l'attention sur le fait que le caractère intolérable de la généralisation du recours à la mention DR, en lieu et place du nom de l'auteur des photographies, dans la presse et dans l'édition, a été dénoncé antérieurement à la création de la SAIF (Société des Auteurs de l'Image Fixe).

Et que, sous l'impulsion de Philippe Dubois, alors vice-président de l'UPC, une déclaration d'intention commune visant à mettre fin à ces usages tout à fait abusifs de l'utilisation de cette mention "DR" avait été cosignée par les associations et syndicats suivants (cf.: annexe 1, voir document)

- AFPI Association des Photographes Professionnels Indépendants
- FNAPPI Fédération Nationale des Agences de Presse Photo et Information
- SAPHIR Syndicat des Agences Photographiques d'Information et de Reportage
- SNAPIG Syndicat National des Agences Photographiques d'Illustrations Générales
- UPC Union des Photographes Créateurs

Insistons ici, dès à présent, sur le fait que nous avons la conviction que le consensus d'hier doit nous inciter aujourd'hui à poursuivre collégalement avec ces organisations (et d'éventuelles autres), la recherche des solutions des plus appropriées pour revenir à des pratiques en la matière, plus respectueuses du droit des auteurs et, le cas échéant, de leurs agences ou autres ayants droit.

Le fait que certaines agences aient parfois une part de responsabilité dans le phénomène dénoncé, ne doit pas, en effet, nous faire oublier que, bien souvent, elles en sont aussi les victimes.

Rappelons ensuite que la Société des Auteurs des Arts Visuels et de l'Image Fixe (SAIF) a été créée en 1999, parce qu'une société d'auteur était indispensable,

- d'une part pour participer aux négociations relatives à la fixation des paramètres visant à collecter le montant de «Droits Nouveaux» dévolus aux auteurs d'images et définis comme «Droits Colectifs»,
- d'autre part, pour répartir au sein des auteurs constituant, selon la terminologie consacrée, le répertoire de cette Société, le montant de ces droits nouveaux, droits préalablement collectés par un organisme ad hoc, distinct,

et, qui plus est, parce que les fondateurs de cette Société d'Auteurs refusaient l'idée que ces fonctions puissent être dévolues à l'une des sociétés d'auteurs déjà existantes.

Chapitre I

Sur le rapport de la Commission sur les œuvres orphelines

Avant tous autres commentaires sur les propositions d'ordre législatif concernant la photographie contenues dans le « *Livre blanc pour la relance de la politique culturelle* », paru en 2007, nous pensons prudent, pour obvier à toute mauvaise interprétation de notre propos, de prendre position sur le rapport de la « *Commission sur les œuvres orphelines* » du 19 Mars 2008.

Nous tenons, d'abord à saluer ici, et le CSPLA pour son initiative, et la Commission pour le travail accompli. Nous tenons tout particulièrement à exprimer notre gratitude à son Président Maître Jean Martin, à son rapporteur Madame Sophie-Justine Lieber, ainsi qu'à Bernard Lang pour sa contribution indépendante du 17 mars 2008.

I.1 • Un accueil favorable

Nous tenons ensuite à déclarer sans ambages :

- a) La mission confiée par le CSPLA à la Commission présidée par Maître Jean Martin avait, bien évidemment, à nos yeux toute sa raison d'être.
- b) Globalement,
 - la pertinence du propos,
 - la finesse des analyses,
 - les indications d'absence d'unanimité au sein de la Commission sur tel ou tel point, la très grande prudence dans les préconisations,
 - le souci d'attirer l'attention, chaque fois que jugé opportun, sur les risques « *d'effet d'éviction* » de tel ou tel mécanisme,

nous font affirmer ici, que nous avons accueilli très favorablement ce rapport qui constitue, à nos yeux, un précieux garde-fou dans le contexte des revendications irréfléchies qui courent.

Le SNADI tient cependant à formuler une critique et une réserve.

I.4 • Constat du SNADI quant aux images publiées dans la presse sans indication du nom de l'auteur.

Au cours de notre étude « *DR, pour que cessent le piratage et les atteintes permanentes aux droits patrimoniaux des auteurs d'images* », le Snadi a eu confirmation de ce qu'il savait déjà sur la question. Dans la presse, la très large majorité, (probablement près de 90%) des photos publiées sans le nom de leur auteur, et pour certaines d'entre elles créditées DR, peut être répartie dans quatre grandes familles.

1.4.1 – Les images relatives à des productions audiovisuelles

(cinéma, téléfilms, autres émissions télé, etc.), qu'il s'agisse de photographies dites « de plateau », de portraits ou groupes de comédiens ou animateurs réalisés dans un autre cadre.

Images communiquées aux rubriques des journaux, dans le cadre de l'annonce de la programmation de ces productions audiovisuelles, par les circuits de distribution cinéma ou les chaînes de télévision.

Famille d'images qui comprend également les photographies des représentations théâtrales et les portraits de leurs acteurs et metteurs en scène, et qui relèvent du même schéma de communication à la presse.

1.4.2 – Les photographies d'œuvres d'art

(œuvres picturales, sculptures, installations)

Photographies généralement communiquées aux publications par les galeries représentant les artistes, auteurs des dites œuvres, ou par les artistes eux-mêmes, ceci dans le cadre de l'annonce de leur exposition. (Dans l'édition de livres d'art, il est d'usage courant d'ignorer le nom du photographe des œuvres représentées).

1.4.3 – Les photographies représentant des produits industriels ou d'artisanat d'art

(joaillerie, automobile, art de la table, par exemple), communiquées par les services de presse des entreprises qui fabriquent ou commercialisent ces objets.

Qu'il s'agisse de services internes aux entreprises ou d'attachés de presse extérieurs, sous contrat.

1.4.4 – Les photographies de mode, communiquées par le service de presse des maisons de couture.

Il apparaît que la plupart des images de ces quatre « *familles* » ne peuvent en aucun cas être assimilées à des œuvres orphelines, en ce sens que des « *recherches avérées et sérieuses* », pour reprendre les termes de la définition proposée par la commission présidée par Maître Jean Martin, permettraient, dans la quasi-totalité des cas d'en identifier les auteurs et autres ayants droit.

Nous revenons sur ce point au chapitre II.

II.2 • L'approche du Snadi :

Elle repose sur deux convictions, en totale contradiction avec le postulat (a) sans intérêt pour les auteurs et avec l'objectif (b), de la SAIF, l'UPP et Free Lens :

- La plupart des photos créditées DR dans la presse ne sauraient être qualifiées d'œuvres orphelines.
- L'objectif louable à atteindre est que le plus grand nombre de photos publiées dans la presse et l'édition soient créditées du nom de leur auteur et autres éventuels ayants droit, conformément aux droits moraux imprescriptibles conférés par le CPI.

La disparition de la mention DR, si celle-ci n'est pas remplacée par le nom de l'auteur de l'œuvre et de son ou ses éventuels ayants droit, ne constitue aucunement un objectif à atteindre dans l'intérêt des auteurs.

III.2 • Le projet proposé contrevient au principe de séparation des rôles

Si une société d'auteurs, SAIF ou autre, existante ou à créer, se voyait autorisée à se saisir – *ad libitum* – des images publiées dans la presse et l'édition, sans nom d'auteur avec ou sans la mention « DR », et après leur avoir conféré le statut d'« *œuvres orphelines* » en se fondant sur le postulat dénoncé (cf. II 2.1),- autorisée à percevoir pour chacune d'elles une somme quelconque, qu'il s'agisse d'un montant pour solde de tout compte ou d'une éventuelle provision dans le cadre de l'exercice d'une tutelle sur l'œuvre en question, peu importe ici, cette société d'auteurs se trouverait, *ipso facto*, en position de juge et partie.

Situation qui nous paraît tout à fait discutable car potentiellement dangereuse.

III.3 • Le projet proposé est totalement déconnecté des mécanismes économiques les plus élémentaires

Il témoigne d'une vision statique des réalités sur lesquelles il prétend intervenir.

Deux cas de figure doivent être distingués ici :

- Celui des œuvres effectivement susceptibles d'être des « *œuvres orphelines* ». Ce sont, en gros, celles qui sont à l'origine de la réflexion de la Commission sur les œuvres orphelines (cf. III.1).
- Celui des œuvres pour lesquelles il est manifeste qu'il existe, a priori, une très grande probabilité que l'on puisse, sans grandes difficultés, retrouver auteur et (ou) ayants droit. Ce sont, pour l'essentiel, les images publiées dans la presse et qui concernent :
 - les productions cinéma, télévision, théâtre,
 - les photographies d'œuvres d'art communiquées à la presse par les galeries ou les artistes,
 - les photographies de produits industriels et d'artisanat d'art,
 - les photographies de mode.

C'est-à-dire, les quatre grandes « familles » évoquées en I.4.1, I.4.2, I.4.3, I.4.4

III.3.1- Cas des œuvres visées par la Commission sur les œuvres orphelines, tel que défini en III.1 a

La SAIF entend, si l'on se réfère à des propos tenus publiquement par l'un de ses représentants, percevoir pour chaque photographie publiée sous la mention "DR", un montant très inférieur à celui indiqué par le "*Barème UPC*".

Nous nous référons ici à la déclaration faite le 17 mars 2007 par Madame Agnès Defaux, juriste salariée de la SAIF, au cours d'une réunion publique tenue à CONFLUENCE, 190, Bd de Charonne, Paris XXe. Réunion convoquée sur Internet par François-Marie Lambun, Photographie.com.

Pour ce type d'images,

- considérant, d'une part, que la mention DR ne répond à aucune obligation légale et qu'elle ne résulte, par conséquent, que du choix de l'éditeur, lorsque celui-ci ne s'estime pas en mesure de faire figurer le nom de l'auteur ou de son/ses ayants droit,
- considérant, d'autre part, comme nous venons de l'indiquer en III.3.2c), que de telles images s'avèrent (sauf très rares exceptions) d'usage gratuit (du moins pour l'usage strict pour lequel elles ont été communiquées aux publications),

il apparaît alors clairement que tout dispositif, permettant, à une ou plusieurs sociétés d'auteurs, d'exiger des diffuseurs en pareilles situations le versement d'une quelconque somme, transformerait ces "**photographies gratuites**" en "**photographies payantes**", ceci du seul fait qu'elles sont accompagnées de la mention DR en lieu et place du nom de leur auteur ou ayants droit.

Ainsi, la mise en place d'un tel dispositif imaginé par la SAIF, l'UPP et Free Lens, pour ce qui concerne ces photographies communiquées par les services de presse des entreprises, et très fréquemment créditées DR, aurait bien pour effet la très rapide – et quasi totale – disparition de la mention DR.

Mais cette suppression de la mention DR ne s'accompagnerait pas pour autant de son remplacement par le nom des auteurs ou ayants droit. Seul objectif louable à nos yeux (cf. II.2).

C'est pourquoi, en ce qui concerne ces flux de photographies communiquées à la presse, il nous semble qu'il convient d'explorer d'autres voies, de chercher d'autres solutions que celle du projet d'amendement au CPI, proposé par les organismes signataires du Livre Blanc ou celles contenues dans le document remis au Ministère de la culture et de la communication, le 2 février 2010.

III.4 • Le projet fait abstraction de l'extrême diversité des préjudices qui peuvent résulter pour un auteur de la publication non-autorisée d'une de ses œuvres

Sans que les cas de figure, tels que celui évoqué ici, soient bien sûr les seuls, nous pensons que les préjudices les plus graves qui peuvent être causés à un auteur photographe, dont une des œuvres a été publiée sans son consentement, sont ceux qui ont pour origine des revendications de personnes photographiées, sur le fondement de leur **droit à l'image**.

Ce n'est pas, en effet, parce que l'éditeur, et bien sûr l'énorme majorité du lectorat de la publication, ignorent l'identité de l'auteur d'une image publiée, que la personne qui figure sur cette image :

- n'apprendra pas que son portrait, pris dans telle ou telle circonstance, figure dans tel titre de la presse ou de l'édition, voire sur du matériel de campagne électorale,
- ignore qui est l'auteur de l'image et où il se trouve.

Dans bien des cas, la personne photographiée connaît l'identité du photographe.

Un exemple concret tiré de l'expérience de quelques membres de notre Syndicat, il y a environ une dizaine d'années, au sein de la « *Commission Litiges de l'UPC* », nous vient à l'esprit.

III.5 • Le projet ne traite pas de la question des responsabilités

Le projet proposé reste muet sur la question de la responsabilité de la (ou des) société d'auteurs habilitée à conclure « *toutes conventions avec les utilisateurs d'œuvres orphelines exploitées aux fins d'autoriser leur représentation ou reproduction et de percevoir les rémunérations correspondantes* », vis-à-vis de l'auteur ou de ses ayants droit, des dites « *œuvres orphelines* », que ce soit au plan civil ou pénal.

Au SNADI, nous avons réfléchi sur le constat formulé par la commission sur les œuvres orphelines (en II-3-3 (pages 14), d'une « *intégration très fréquente d'images dans les ouvrages* ».

La commission précisant :

« Les œuvres composites sont fréquemment la somme d'œuvres orphelines, ou du moins partiellement orphelines »,

l'on comprend que, sans exclure le cas d'œuvre exclusivement du domaine de l'écrit et à auteurs multiples, la commission évoque ici des livres comportant textes et images.

Est-il pertinent, dans ces conditions, d'aspirer à ce que, pour une même « *œuvre composite* », pour reprendre les termes de la commission, une SPRD se consacre à sa partie « images » (dessin, gravure, photo...) une autre à sa partie écrite ?

Nous ne le pensons pas !

Bien au contraire, au SNADI, nous estimons que c'est précisément l'appréhension, dans leur globalité, des ouvrages composites concernés qui peut être le meilleur fil conducteur pour retrouver les auteurs et (ou) ayants droit des images reproduites, et qui plus est, - et c'est essentiel selon nous-, de définir au mieux les limites du champ des exploitations à autoriser. (cf. V)

Quelques points, en effet, nous paraissent à prendre en considération.

Les ouvrages composites, textes et images, constituant les fonds d'archives entrant dans le champ de la mission de la commission sur les œuvres orphelines, peuvent, certes, comporter des gravures, dessins, photographies, ayant été reproduits sans l'autorisation de leur auteur ou des ayants droit de celui-ci (voire en omettant simplement de « créditer » ces images). Mais cette hypothèse ne doit pas conduire à oublier que, dans bien des cas, ces reproductions ont été faites en plein accord avec l'auteur de ces gravures, dessins, photographies ni à négliger le fait que, pour certains de ces ouvrages composites, l'auteur du texte a pu travailler en collaboration plus ou moins étroite avec l'auteur des images.

On ne peut pas omettre non plus, dans certains cas de figure, l'hypothèse selon laquelle ces dessins, gravures ou photographies aient pu être réalisés par l'auteur de l'écrit lui-même.

Ces diverses possibilités plaident en faveur d'une approche globale des ouvrages et non d'un « *sauçissonnage* », avec les textes d'un côté et les images de l'autre.

Considérant notre rejet d'une structure unique ayant à la fois pour fonction de décider de ce qui est « *œuvre orpheline* » et de ce qui ne l'est pas, et de percevoir des flux financiers pour ce qui est « *orphelin* », ne nous paraît par conséquent envisageable l'existence d'une SPRD vouée à l'écrit et d'une SPRD vouée à l'image fixe qu'à la condition que ces SPRD ne se voient pas confier la mission de statuer sur la preuve de « *recherches avérées et sérieuses* » de la part du demandeur.

cf. au chapitre III2 : « Le projet proposé contrevient au principe de séparation des rôles ».

Ce rôle étant conféré à une autre instance, **indépendante** des SPRD et compétente, à la fois pour l'écrit et pour l'image fixe. Instance à créer ou instance existante et dont le champ de compétence pourrait être élargi. (cf. VI.1)

Les dirigeants d'une société d'auteurs créée à l'initiative de photographes, et deux associations regroupant des auteurs photographes, réclament à présent au gouvernement, une loi qui affirmerait en substance que le résultat de prises de vues photographiques d'œuvres d'art, n'est pas – contrairement à celui de prises de vue de tous autres sujets –, des « *photographies* », mais des « *reproductions* ».

Sur quels fondements les dirigeants de la SAIF, de l'UPP et de Free Lens peuvent-ils bien s'accorder pour estimer que, par exemple, des prises de vues de cahiers d'écoliers et de boîtes de petits pois réalisées pour une enseigne de la grande distribution constituent des photographies de ces boîtes et cahiers, et estimer que les prises de vues de toiles de Van Gogh et de bronzes de Giacometti réalisées pour un éditeur ne sont que des « reproductions » de ces œuvres ?

Le SNADI est résolu, si les dirigeants de ces sociétés d'auteurs et associations persistaient auprès du Ministère de tutelle dans une telle revendication d'ordre législatif, à porter le débat sur la place publique. Le ridicule d'une telle revendication, de la part d'associations d'auteurs photographes, peut être exprimée encore plus crûment.

Comment peut-on soutenir qu'un photographe qui réalise pour le catalogue "Sanitaire pour collectivités" de Jacob Delafon, une prise de vue d'un urinoir, produit une PHOTOGRAPHIE, alors que son confrère, voire le même photographe, à quelque temps d'intervalle, lorsqu'il réalise la prise de vue d'un autre urinoir, ne produit qu'une REPRODUCTION, dès lors que l'image réalisée est destinée à un livre sur... Marcel DUCHAMPS ?

Troisième question :

A supposer des réponses favorables aux deux premières questions : le dispositif envisagé ne risque-t-il pas d'induire des conséquences plus graves que les maux auxquels on espère avoir remédiés?

Le remède ne serait-il pas pire que le mal ?

Le SNADI considère que tel est malheureusement le cas.

Nous avons attiré l'attention sur la vulnérabilité spécifique des auteurs d'images fixes, confrontés à des reproductions de leurs œuvres ou des représentations de leurs œuvres, en dehors de leur volonté. Nous évoquons ici la question des revendications de personnes représentées sur les œuvres sur le fondement du droit à l'image.

Attirons encore ici l'attention, si besoin en est, sur le fait que, contrairement à l'écrivain, le photographe qui réalise un portrait, le dessinateur qui produit un « *croquis d'audience* », etc., ne peut pas se retrancher derrière une mention telle que « *toute ressemblance du, ou des, personnage(s) figurant sur cette image, avec une, ou plusieurs, personne(s) existant, ou ayant existé, ne pourrait que relever du hasard et serait donc tout à fait indépendante de la volonté de l'auteur* ».

C'est pourquoi, nous paraît inacceptable tout dispositif qui priverait l'auteur d'images fixes de son droit d'ester en justice, en réparation des préjudices qu'il pourrait subir à cause d'utilisations de ses œuvres indépendamment de sa volonté, du seul fait de la **création** d'une « **redevance** » (1) autorisée par la loi – perçue par une société agréée – pour de telles exploitations non-autorisées par l'auteur. (cf. III.4 et III.5).

Solutions inefficaces à un faux problème, on vient de le rappeler, les propositions législatives contenues dans le Livre Blanc de la CRPC et dans le document de la SAIF, l'UPP et Free Lens de février 2010, entièrement centrées sur « *la chasse aux DR* », constitueraient à nos yeux un remède pire que le mal en remettant en cause les fondements mêmes du droit d'auteur, sans pour autant réduire dans la presse le nombre d'images publiées sans le nom de leur auteur.

Dans ces conditions, faut-il ne rien faire ?

Les quelques lignes qui suivent précisent l'approche du SNADI.

1) Nous reprenons le mot employé page 4 dans le texte introductif de la proposition de loi émise par la SAIF, l'UPP et Free Lens en février 2010

ne doivent en aucun cas être confondues. Chacune d'elles appelle des réponses bien spécifiques. Nous pensons que ceux qui prétendent avoir trouvé une solution unique, sorte de panacée, aux deux problèmes, n'ont à proposer qu'un dispositif inefficace aux effets pervers.

Nous appréhendons ici successivement ces deux sphères.

1- La sphère des œuvres potentiellement orphelines

(objet de la dite Commission)

C'est-à-dire des œuvres qu'une bibliothèque, un autre fond public d'archives ou encore une entreprise privée, après avoir conduit des recherches sérieuses, vérifiables et demeurées infructueuses, pour en retrouver auteur(s) et (ou) ayants droit, persiste à vouloir exploiter en dépit de l'insuccès de ses recherches.

2- La sphère des images fixes, publiées essentiellement dans la presse, avec la mention DR en lieu et place du nom de leur auteur

On notera que le phénomène des œuvres publiées dans la presse avec la mention DR ne concerne pratiquement pas les œuvres de l'écrit.

VI.1 • Les recommandations du SNADI concernant une future loi sur les œuvres orphelines

- Une instance unique compétente pour les œuvres du domaine de l'écrit comme pour celles du domaine de l'image fixe, chargée de statuer sur les demandes de classification des œuvres sous le vocable générique d'œuvres orphelines, totalement indépendante de la ou des structures susceptibles d'exercer la tutelle sur les œuvres classées.

(Nous employons l'expression «exercice de la tutelle» et rejetons l'expression «perception de redevance» employée par la SAIF, l'UPP et Free Lens.

VI.1.1 • A propos de la définition de l'œuvre orpheline

Le SNADI s'interroge sur le fait de savoir si, plutôt que de vouloir définir «*l'œuvre orpheline*» il ne serait pas préférable de chercher à élaborer une définition pour l'expression «*œuvre reconnue orpheline*».

Ou bien une expression très voisine. Le SNADI n'est pas attaché au mot «*reconnue*» qui pourrait très bien être remplacé par un autre mot plus ou moins synonyme. C'est ici l'architecture de la définition qui nous importe.

Nous suggérons la tournure suivante (encore une fois il ne s'agit que d'une ébauche de définition) :

«Est nommée «*œuvre reconnue orpheline*» une œuvre dont l'auteur, les co-auteurs, l'ayant ou les ayants droit n'ont pas pu être retrouvés en dépit de recherches sérieuses, à propos de laquelle l'entrepreneur de ces recherches a saisi l'instance habilitée en vue d'obtenir le classement de cette œuvre en tant qu'«*œuvre reconnue orpheline*», et après que cette instance a ainsi qualifié la dite œuvre, consécutivement à une appréciation positive quant à la qualité des recherches alléguées par le demandeur à l'appui de sa requête.

Dans l'hypothèse où la législation n'exclurait pas, par principe, la responsabilité de l'instance ayant autorisé l'exploitation d'une œuvre orpheline lorsque cette exploitation génère des revendications de tiers fondées notamment sur le droit à l'image, il vaudrait mieux, à notre sens, que la loi prévoie l'affectation de ces rémunérations non-réparties, à un fond de garantie destiné à indemniser les éventuelles personnes atteintes dans leur droit à l'image.

- Cette instance, chargée de statuer sur la demande de classification, ne serait pas exclusivement composée de représentants des auteurs émanant des associations, syndicats et autres sociétés d'auteurs, mais comprendrait des personnalités qualifiées telles que bibliothécaires, archivistes, historiens, spécialisées sur la période récente.

On nous reprochera sans doute, ici ou là, un goût pour la provocation ; mais le caractère, selon nous, tout à fait irréflecti des propositions législatives que nous critiquons ici, nous incite à paraphraser Georges Clémenceau : « *Les œuvres orphelines sont un sujet bien trop important pour être confié aux auteurs* ». Nuançons notre propos ; nous voulons dire ici : pour être confié aux SEULS représentants des auteurs.

VI.2 • Préconisations du SNADI à propos des flux d'images fixes, publiées essentiellement dans la presse, sans nom d'auteur, avec ou sans mention DR.

Indépendamment du fait que, comme nous l'avons exposé, la prétendue solution au problème, proposée par la SAIF, l'UPP et Free Lens, nous apparaît tout à fait illusoire et particulièrement pernicieuse ; et, quand bien même nous lui aurions reconnu - ce qui n'est pas le cas -, quelques mérites, le SNADI n'imagine pas que le gouvernement puisse se déclarer favorable à la proposition évoquée, sans avoir au préalable suscité un dialogue entre les différents acteurs concernés, écouté le point de vue de chacun et exploré les chances d'un consensus permettant de revenir en la matière à des pratiques plus respectueuses du droit des auteurs, ceci par une plus grande autodiscipline des uns et des autres.

Comme nous l'indiquions dès notre introduction, nous pensons qu'avant d'envisager quelque mesure coercitive que ce soit destinée à contribuer à une meilleure application de la loi telle qu'elle est aujourd'hui (nous évoquons ici les attributs d'ordre moral du droit des auteurs sur leur œuvre), il est impératif d'explorer par le dialogue entre les différents acteurs concernés, les voies permettant d'aboutir à un tel résultat par une meilleure auto discipline de chacun.

Il n'est pas besoin d'étude très poussée pour découvrir que dans l'énorme majorité des cas d'images publiées - dans la presse particulièrement - sans nom d'auteur, avec ou sans mention DR, ces images proviennent d'entreprises qui les ont fournies aux publications en tant que « prière d'insérer » (cf. I.4 et III.3.2). Et que la cause première de la publication de ces images sans la mention du nom de leur auteur tient tout simplement au fait que les dites entreprises n'ont pas communiqué le nom de ces auteurs lorsqu'elles ont transmis ces images.

AFPI - Association des Photographes Professionnels Indépendants

FNAPPI - Fédération Nationale des Agences de Presse Photo et Information

SAPHIR - Syndicat des Agences Photographiques d'Information et de Reportage

SNAPIG - Syndicat National des Agences Photographiques d'Illustration Générale
"Copyright"

UPC - Union des photographes Créateurs

UNE IMAGE = UN AUTEUR = UNE SIGNATURE

Devant la dérive de l'utilisation de la formule "D.R." dans un grand nombre de publications, l'ensemble des professionnels de l'image, auteurs, agences de presse, agences photographiques d'illustration générale souhaitent par cette lettre ouverte, attirer l'attention de tous leurs partenaires, sur cette pratique dangereuse et illégale.

Son utilisation était tolérée, à l'origine, lorsque l'éditeur ayant épuisé toutes les recherches et démarches, ne pouvant réussir à joindre l'auteur ou ses ayants droit, préservait ainsi son dû en provisionnant un compte d'attente. Ce procédé, qui doit rester l'exception, ne protège d'ailleurs pas l'éditeur, et ne constitue pas à lui seul une preuve de bonne foi, car toute reproduction sans l'accord écrit de l'auteur ou de son mandataire demeure illicite. Son droit moral n'est pas respecté au regard du droit de divulgation, de repentir et du respect de son nom reconnu par le Code de la Propriété Intellectuelle.

Or, depuis quelque temps on peut constater que ce procédé tend à devenir courant, et il nous apparaît que, hors la demande spécifique de l'auteur ou de son mandataire, la volonté de ne pas révéler la source en la dissimulant sous la mention "D.R." est assimilable à une contrefaçon, et ouvre la porte à la reproduction anonyme et au pillage des images.

Nous demandons à tous les utilisateurs de photographies de mettre un terme à cette pratique qui, si elle ne cessait pas, nous contraindrait à charger une société d'auteurs de la perception des droits de toutes les parutions en "D.R." Nous sommes prêts à utiliser tous les moyens à notre disposition pour faire respecter le droit. CAR IL N'Y A PAS D'IMAGE SANS AUTEUR !

SNAPIG
la Présidente

Caroline Guilford

FNAPPI

le Président

Yves Guillemin

SAPHIR

le Président

Serge Challe

UPC

le vice Président

Rémy Buisson

AFPI

le Président

Yves Guillemin

Le Nouvel Observateur

A l'attention de M. Yan Gilbert

Directeur vente numérique

10,12 Place de la Bourse

75002 PARIS

Paris, le 9 juillet 2010

Objet : Reprise des photographies sur différents supports numériques

Monsieur le directeur,

Nous vous remercions de votre visite le 10 juin dernier, grâce à laquelle nous avons pu échanger en toute liberté sur vos projets numériques et sur la façon dont les producteurs d'images pouvaient être rémunérés pour la réutilisation de leurs photographies pour la version « fac similé » du journal sur l'iPad et autres tablettes.

Nous avons bien compris que le modèle économique n'existe pas encore et que tous les journaux, comme les éditeurs de livres d'ailleurs, tâtonnent en ce moment.

Après concertation au sein de notre syndicat ainsi qu'avec nos confrères de la FNAPPI et du SNAPIG, nous considérons que la version « fac similé » du journal représente un nouveau support de diffusion. Aussi, nous proposons, comme nous l'avons fait avec le Syndicat National de l'Edition, d'appliquer un pourcentage de 20% supplémentaires par rapport au tarif papier négocié avec les agences, pour l'exploitation du « fac similé » sur différents supports numériques, tels que tablettes, smartphones, et autres supports types e-paper ou e-book.

Conscients de l'évolution rapide de ces nouveaux modèles, nous vous proposons d'appliquer ce tarif pendant un an, soit jusqu'au mois de juin 2011, en attendant une meilleure visibilité du marché et des usages.

Dans l'espoir que notre proposition vous agrée et dans l'attente de vous revoir prochainement pour établir un bilan de cette première année d'exploitation numérique du Nouvel Observateur, nous vous prions d'agréer, Monsieur le directeur, l'expression de nos salutations les plus cordiales.

Christophe Mansier
Président du SAPHIR

Florence Braka
Directrice adjointe du SAPHIR

Observateur

LETRE-ACCORD

Objet : Lettre-accord

**Reprise des photographies publiées dans les magazines du groupe
Nouvel Observateur sur différents supports numériques.**

Madame, Monsieur,

Comme nous vous l'avons indiqué, nous sommes amenés à titre expérimental dans un premier temps, à procéder à la diffusion de nos magazines dans des versions numériques du type « fac-similé » reprenant soit le magazine à l'identique, soit une version adaptée du magazine papier. Si la structure du magazine reste la même, certaines images pourront être enlevées au profit de vidéos, des sons pourront être ajoutés et des publicités pourront être substituées à d'autres, notamment.

Cette diffusion pourra s'effectuer par reproduction et représentation sur tous types de terminaux fixes ou mobiles, tels qu'ordinateurs, portables ou fixes, smartphones, téléphones portables, tablettes, notamment iPad, ou autres supports de type e-paper ou e-book.

Il est convenu entre nous qu'à compter de la réception de votre accord sur les termes de la présente lettre, l'ensemble des achats de droits photos effectués auprès de votre agence comprendront, sans supplément de prix, non seulement les droits de reproduction sur les supports papier du magazine, mais également les droits de reproduction et représentation sur leurs adaptations numériques, évoquées ci-dessus, pour lesquelles vous nous garantisiez être régulièrement titulaires des droits pour de telles exploitations.

Cet accord s'appliquera pour toutes les commandes passées et par dérogation à toute autre clause contraire éventuelle figurant notamment dans les conditions générales ou particulières des documents contractuels (commandes, factures, ou autres...) entre notre groupe et votre agence.

Nous convenons de cette extension de droits pour toutes les commandes passées jusqu'au 31 décembre 2010.

Ensuite, notre accord se prolongera par tacite reconduction d'année en année par périodes d'un an correspondant à l'année civile et vous aurez la possibilité de mettre fin à votre accord sur cette extension de droits au 31 décembre de chaque année un mois avant le terme de chaque période.

Cette facilité, liée aux relations contractuelles habituelles entre nos deux sociétés n'engendre naturellement de la part du groupe Nouvel Observateur aucun engagement d'un quelconque volume d'achat.

Nous vous remercions de bien vouloir nous retourner un double du présent courrier revêtu de votre cachet, daté et signé par vous, et accompagné de la mention « bon pour accord ».

Veillez croire, Madame, Monsieur, en l'assurance de nos meilleurs sentiments.

Date :

Mr / Mme :

Titre :

Cachet de la société

Signature, « bon pour accord »

Annexe 7

Patrimoine photographique

**Intervention du Ministre de la Culture,
et dossier de presse**

Arles, 4 juillet 2010

Discours



Contact presse

Département de l'information et de
la communication

01 40 15 80 11
service-presse@culture.fr

SEUL LE PRONONCE FAIT FOI

www.culture.gouv.fr

Discours de Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication, prononcé à l'occasion de la conférence de presse de présentation des travaux de la mission de la photographie et du rapport de la commission de réflexion

Arles, le 4 juillet 2010

Monsieur le Président du Conseil régional, Monsieur le Député, Monsieur le Ministre (Michel VAUZELLE),
Monsieur le Vice-Président du Conseil général des Bouches-du-Rhône, délégué à la culture (Michel PEZET),
Monsieur le Maire d'Arles, Vice-président du Conseil Général des Bouches-du-Rhône (Hervé SCHIAVETTI),
Monsieur le Président des Rencontres d'Arles, Monsieur le Ministre (Jean-Noël JEANNENEY),
Monsieur le Directeur des Rencontres (François HEBEL),
Chers amis de la Fondation LUMA, chère Maja HOFFMANN,
Mesdames et Messieurs,
Chers amis,

Je le rappelais hier soir, lors de l'inauguration des 41^e Rencontres : j'ai choisi de faire de la photographie un chantier essentiel de mon action à la tête du ministère de la Culture et de la Communication.

Parce qu'elle est au cœur de la révolution numérique qui constitue l'un des grands enjeux d'aujourd'hui et de demain, et l'une de mes priorités, parce qu'elle accompagne chacun d'entre nous au quotidien, et qu'elle est ainsi emblématique de cette « culture pour chacun » dont j'ai fait mon idéal et l'axe structurant de ma politique, la photographie doit avoir également toute sa place dans la structure de ce ministère qui la concerne à tous égards, puisqu'il a en charge le patrimoine, la création et les industries culturelles.

Il n'y a pas d'amour sans preuve d'amour, dit-on : même s'il est toujours difficile d'évaluer précisément le montant des crédits que le ministère consacre à un secteur, en raison du grand nombre d'institutions qui l'ont en partage – parmi lesquels, les plus grands, dont la BNF et le Centre Pompidou – je puis affirmer qu'au moins 10 millions d'euros sont affectés annuellement à la photographie. Cela reste peu, j'en conviens, mais ce n'est nullement négligeable, de surcroît dans le contexte de crise et de nécessaire sobriété budgétaire que nous connaissons, un contexte bien plus difficile que je ne pouvais l'escompter en arrivant. Toutefois, je suis convaincu qu'en mobilisant plus efficacement les ressources dont nous disposons, nous pouvons faire beaucoup.

C'est précisément pour donner à notre politique photographique tout l'élan qu'elle mérite, que j'ai mis en place, en mars dernier, au moment du lancement anticipé de ces Rencontres d'Arles 2010, une Mission de la photographie, dirigée par Daniel BARROY et Manuel BAMBERGER et placée sous l'autorité de l'un de mes proches collaborateurs, Francis LACLOCHE. Cette mission a pour but de créer un interlocuteur unique, identifié de tous, permettant de remédier à l'éparpillement des structures, au manque de visibilité et de lisibilité, et à l'insuffisance du dialogue entre les différentes composantes du ministère d'une part, et les acteurs publics et privés de la profession.

Cette mission s'est mise au travail sans tarder. Pour faire un état des lieux précis et avancer des propositions, elle a organisé une commission de réflexion qui a réuni près de 80 professionnels de la photographie, que je remercie d'avoir bien voulu consacrer de leur temps précieux à cet enjeu collectif. Pas moins de 12 séances ont déjà été menées tambour battant.

Cette commission s'est répartie en quatre groupes de travail, dont les présidents sont tous présents aujourd'hui : Daniel BARROY, chef de la Mission de la photographie, Sylvie AUBENAS, directrice du Département de la photographie et des estampes à la Bibliothèque nationale de France, Valérie THÉVENAUD-VIOLETTE, directrice de la syndication du *Figaro*, Jacques HÉMON, président de l'Observatoire de l'image, et enfin Patrick TALBOT, qui a dirigé avec grand talent, jusqu'il y a quelques semaines, l'École nationale supérieure de la photographie d'Arles.

Ensemble, ils ont accompli un travail remarquable qui a pu aboutir, le 18 juin, à des premières propositions pragmatiques et concrètes.

Ces propositions, que je vais vous présenter, nous allons commencer à les mettre en œuvre. Chaque direction ou établissement concerné de mon ministère prendra sa part de responsabilité. La Mission de la photographie coordonnera l'ensemble et en suivra la bonne réalisation, et les professionnels seront régulièrement informés de l'avancement des travaux. Car je suis convaincu que la réussite sera collective ou ne sera pas.

De cet ensemble de propositions, je retiens d'ores et déjà plusieurs orientations.

1/ PREMIER AXE : LA PRÉSERVATION ET L'ENRICHISSEMENT DES FONDS.

Nous devons répondre à cette préoccupation d'un grand nombre de photographes aujourd'hui : comment assurer demain la préservation et la transmission de leurs œuvres, *a fortiori* dans le contexte de crise que connaissent les agences ? Il est de notre devoir de préserver et de faire connaître les fonds historiques, véritable « grenier » de notre mémoire collective.

Nous organiserons donc le repérage de ces fonds, faciliterons toutes les fois où cela sera nécessaire l'organisation de dépôts et, dans le prolongement du travail effectué depuis deux ans sur les donations photographiques reçues par l'État, nous allons créer une Commission des dons et legs photographiques.

Je voudrais revenir en particulier sur la question de la gestion par l'État des fonds dont il a la charge, qui constitue aussi un sujet de préoccupation, régulièrement évoqué d'ailleurs lors de ces Rencontres. Je crois pouvoir dire que nous sommes engagés dans une dynamique positive. La polémique née au début des années 2000 sur cette question avait créé un malaise. La suppression en 2004, de l'association « Patrimoine photographique » qui gérant 14 donations pour le compte de l'État, avait ouvert quatre années de conflits, jusqu'à ce qu'un accord soit enfin trouvé avec de nouveaux engagements de l'État.

Ma position est ici sans ambiguïté : j'ai donné la priorité à la traduction des engagements pris.

La donation LARTIGUE tout d'abord : les moyens ont été dégagés, malgré le contexte budgétaire, pour créer un magnifique espace d'exposition et de rencontres. Je souhaite remercier ici Maryse CORDESSE et Martine D'ASTIER qui se sont mobilisées sans compter aux côtés du ministère pour faire aboutir ce projet, et je tiens à les assurer de mon soutien.

Les 14 fonds qui étaient gérés autrefois par « Patrimoine photographique » aujourd'hui conservés au fort de Saint-Cyr rejoindront également, comme nous nous y sommes engagés, celui de Charenton-le-Pont, à la même date. Mais, des mesures ont été prises sans attendre, conformément aux engagements pris : avec des recrutements supplémentaires et des priorités affichées, la Médiathèque de

l'architecture et du patrimoine a réalisé, en deux ans à peine, l'essentiel du travail d'inventaire qui n'avait pas été accompli au cours des quinze années antérieures ; les conditions de conservation du fort de Saint-Cyr ont été améliorées ; des présentations sur Internet de ces fonds sont désormais proposées ; la politique de prêts a été développée, pour assurer la diffusion de ces œuvres au sein d'expositions plus modestes, à côté des grandes expositions réalisées par le Jeu de Paume. Enfin, la diffusion commerciale, réalisée désormais par l'agence photographique de la Réunion des musées nationaux (RMN), donne de bons résultats.

Les autres institutions et établissements relevant du ministère ne sont pas en reste : je tiens à saluer le travail remarquable effectué par exemple par le Centre Georges Pompidou, auquel Mme HERVÉ, veuve de Lucien HERVÉ, vient de consentir une donation photographique exceptionnelle. La Bibliothèque nationale de France a présenté à l'hiver dernier une remarquable exposition sur l'œuvre de Michael KENNA.

Nous devons aussi imaginer demain de nouveaux modes de collaboration fructueuse entre secteur public et secteur privé, notamment pour la valorisation des œuvres. Je me félicite que dans le cas de l'œuvre de Willy RONIS – dont la disparition nous a tous bouleversés – cette valorisation ait pu se poursuivre en dépit des opérations d'inventaire successoral en cours, et surtout qu'elle ait pu donner lieu tout à la fois à cette superbe exposition réalisée par le Jeu de Paume à la Monnaie de Paris, mais aussi à la poursuite d'une collaboration avec l'agence Rapho : les nombreuses petites expositions, et les opérations réalisées avec la presse ont bénéficié ainsi du savoir-faire des équipes en place.

Je ne voudrais pas terminer ce premier point concernant la préservation et l'enrichissement des fonds, sans vous exprimer mes interrogations, qui, je le sais, sont aussi les vôtres, concernant l'absence d'une salle dédiée aux expositions de photographies historiques depuis la fermeture de la salle de l'hôtel de Sully. Il s'agit là d'un réel problème. Les services de mon ministère poursuivent leur recherche d'une salle adaptée, et l'apport du mécénat serait évidemment, ici aussi, le bienvenu.

2/ Le 2^e axe concerne la valorisation des patrimoines photographiques.

Les professionnels ont souvent souligné la nécessité d'une meilleure circulation des expositions, d'une plus grande impulsion donnée à la recherche, ainsi que le besoin d'un accès plus lisible aux fonds photographiques détenus par les institutions publiques, mais aussi privées.

C'est précisément à cet effet que je mettrai prochainement en place un portail de la photographie : adossé à l'Agence photographique de la RMN, qui dispose à présent d'un outil formidable et d'un personnel qualifié, ce portail offrira, pour les professionnels, des informations sur les institutions qui conservent les fonds, notamment sur les conditions dans lesquelles des œuvres peuvent être prêtées ou utilisées. Il permettra aussi à tous et à chacun de découvrir dans les meilleures conditions cet art à la fois magistral et populaire.

Pour mieux faire circuler les expositions, nous mettrons en place avec vous un repérage des lieux et nous organiserons des rencontres annuelles pour faire émerger de nouvelles idées et de fécondes synergies de moyens.

Dans ce domaine de la valorisation, je souhaite ici rendre hommage à l'excellent travail réalisé par Marta GILI à la tête du Jeu de Paume : cette institution a, d'ores et déjà, rempli son objectif – si je puis dire en parlant de photographie...– , celui d'assurer une programmation qui reflète toute la gamme de la photographie, de ses premiers balbutiements aux avancées contemporaines les plus en pointe.

Suite à la perte de la salle de l'hôtel de Sully pour les expositions historiques, elle a conclu un partenariat avec le Château de Tours, qui ne permet pas d'exposer les tirages d'origine, mais rend possible la poursuite de sa mission. Sur le site de la Concorde, les « grandes expositions » se voient associées au travers de la programmation « satellite », à une logique de découverte audacieuse à la mesure de l'ambition de l'établissement. Elle y accueillera également la grande exposition consacrée à l'œuvre d'André KERTÉSZ, fruit d'un travail de trois ans de préparation de Michel FRIZOT.

3/ Le 3^e axe concerne les nouveaux modes de production et de diffusion, et la nécessaire adaptation de nos politiques de soutien.

Les nouveaux supports offerts par le numérique ne sont pas simplement de nouveaux moyens de diffusion, mais une ouverture à un nouveau langage photographique, dont les créateurs savent se saisir.

Les modes d'intervention de l'État aux profondes mutations actuellement à l'œuvre doivent eux aussi s'adapter à cette nouvelle langue et ces nouvelles pratiques créatrices, notamment à destination des nouveaux médias.

C'est pourquoi je compte relancer la politique de commande, et vous trouverez dans le dossier qui vous est remis, une présentation des principales commandes lancées cette année. Je veux relancer aussi les aides à la production, en augmentant sensiblement, dans la mesure de nos contraintes, les montants qui y seront affectés.

Simultanément j'examinerai avec mes collègues du gouvernement comment favoriser un accès des agences aux avances remboursables du « grand emprunt » en faveur de la numérisation : c'est un enjeu essentiel, à la fois en termes de sauvegarde du patrimoine et de soutien économique pour ce secteur qui doit trouver toute sa place dans la « société de la connaissance ».

4^E AXE : LA FORMATION ET L'EDUCATION ARTISTIQUE

Cet enjeu capital exige que soient renforcées les conditions de la formation initiale et continue des professionnels.

L'École nationale supérieure de la photographie, seul établissement consacré exclusivement à cet art, a d'ores et déjà su trouver sa place dans le paysage grâce à l'impulsion que lui a donné Patrick TALBOT. Mais elle doit pouvoir demain, avec Rémy FENZY, disposer des moyens de sa nouvelle ambition, en s'intégrant pleinement dans l'enseignement supérieur, c'est-à-dire en fonctionnant en partenariat avec les universités et avec les grands établissements de formation comme l'Institut National d'Histoire de l'Art (INHA) ou l'Institut national du Patrimoine (INP). Elle devra aussi développer son inscription dans les réseaux internationaux d'échanges, tirant là tout le fruit de sa proximité nouvelle avec la fondation LUMA.

L'Ecole apportera ainsi sa contribution à la mise en œuvre, en Arles, du pôle d'excellence culturelle, scientifique et de traitement de l'image que nous appelons tous de nos vœux et qui répond aux grands enjeux contemporains de visibilité internationale en matière de culture, de recherche et d'enseignement supérieur, c'est-à-dire sinon d'unité, du moins de communication des savoirs et des arts.

Son déploiement sur le site des anciens ateliers SNCF doit pouvoir être étudié, dans une configuration qui permettra également d'y associer le centre d'archives sur la photographie dont j'ai évoqué l'année dernière ici même la nécessité.

De nouveaux locaux sont en effet indispensables pour mettre en place cette ambition, et je tiens à remercier Maja HOFFMANN pour sa générosité, sa passion et son efficacité dans ce chantier. Ce projet ne pourra prendre corps qu'à la faveur d'un financement conjoint de l'État et des collectivités territoriales. Pour ce qui concerne le ministère, je lancerai prochainement une étude à la fois sur le projet pédagogique et sur les conditions de la future implantation, de telle sorte qu'avec nos partenaires nous puissions examiner la faisabilité de cette opération. Ce projet intégrera le centre d'archives, dont la très belle exposition présentée cette année à l'initiative du ministère constitue en quelque sorte une préfiguration.

Ce centre d'archives sera conçu comme un site pilote pour la conservation et le traitement des fonds de photographes ou d'archives relatives à la photographie. Il disposera, à proximité, d'un espace d'exposition et donc de valorisation. Ce centre pourra accueillir, à des fins de traitement, des fonds appartenant à l'État, aux collectivités ou encore à des structures privées, notamment des grandes agences qui ont marqué l'histoire de la photographie au cours du XX^{ème} siècle, il sera particulièrement ouvert aux représentations des régions méditerranéennes.

Simultanément, nous développerons, avec toutes les institutions impliquées dans la sensibilisation des jeunes publics, un travail de soutien et de mise en réseau qui fait jusqu'à présent défaut.

En effet, je voudrais, à l'instar de la commission de réflexion sur la photographie, insister sur l'importance de l'éducation à l'image et au regard.

Comme toujours, et fort heureusement, les acteurs n'ont pas attendu l'État pour prendre des initiatives ! Le Centre Photographique d'Ile de France à Pontault-Combault, le Centre de photographie de Lectoure ou le musée Nicéphore Niepce à Châlons-sur-Saône, ont ainsi été précurseurs; en septembre prochain, le BAL ouvrira ses portes à Paris, permettant de concrétiser physiquement le travail pluridisciplinaire réalisé d'ores et déjà, pour de nombreux publics, par la « Fabrique du regard ».

Pour le ministère, le programme des « Écritures de lumière » qui connaît depuis 2008 un succès considérable, continuera à développer, sur tout le territoire, des partenariats avec les structures et les artistes qui le souhaitent.

Ce travail conjoint avec les professionnels se poursuivra sur bien d'autres sujets essentiels à la vitalité de notre photographie. Vous connaissez notamment l'importance que j'attache au photojournalisme.

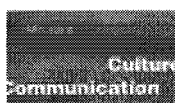
Le rapport que j'ai commandé sur cette question m'a été remis il y a quelques semaines et a été adressé aux organisations professionnelles. Nous allons travailler avec elles sans tarder, et nous déterminerons ensemble les sujets sur lesquels nous pouvons avancer. Une nouvelle concertation sera ouverte à la rentrée. Je compte me rendre à Perpignan, à « Visa pour l'image » le 30 août. Ce doit être pour moi l'occasion de traiter en profondeur les grands enjeux du photojournalisme qui me tient à cœur.

L'essentiel est donc là : l'État se redonne les moyens d'une politique ambitieuse en concertation avec vous.

La photographie, tant par sa capacité de séduction qui en fait un pilier de la « culture pour chacun », par les effets de la « révolution numérique » sur les pratiques et sur la diffusion que par son dynamisme propre qui l'amène à prendre sa place dans une politique de pôles internationaux, est à un tournant de son histoire et doit donc devenir un chantier essentiel de notre politique culturelle.

www.culture.gouv.fr

**Communiqué
de presse**



Contacts presse

Département de l'information et de
la communication
01 40 15 80 11
service-presse@culture.gouv.fr

www.culture.gouv.fr

A l'occasion de la 41^e édition des Rencontres d'Arles, Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication a présenté les travaux de la mission de la photographie, lancée le 25 mars dernier et confiée à Daniel Barroy chef de la mission secondée par Manuel Bamberger directeur de projet, ainsi que le rapport de la commission de réflexion qui a été réunie.

Pendant deux mois, près de 80 professionnels, représentant un très large éventail de métiers dans le secteur public comme dans le secteur privé, ont pu débattre entre eux de façon prospective et concrète. La réflexion s'est organisée au sein de 4 groupes de travail consacrés respectivement à la préservation des œuvres, à leur diffusion, aux dispositifs de formation et de recherche, enfin aux nouveaux modes de production, de diffusion et d'échange dans un environnement en plein bouleversement technique. La commission a établi un rapport remis au Ministre le 18 juin dernier.

Les quatre grandes thématiques qui ressortent de ces travaux sont les suivantes :

La sauvegarde des fonds photographiques, en :

- organisant le repérage des fonds ;
- améliorant les conditions de conservation des fonds, tant à l'égard des supports anciens que pour les fichiers numériques ;
- veillant à la réalisation de leurs inventaires ;
- mettant en place un cadre plus efficace et mieux adapté à l'accueil de nouvelles donations ;
- organisant de nouvelles possibilités de dépôts ;
- numérisant largement les fonds.

La valorisation de la photographie par :

- la création d'un portail de la photographie destiné aux usages professionnels et au grand public ;
- un meilleur repérage et une identification des lieux d'exposition ;
- l'organisation plus régulière d'expositions publiques de « référence », tant « historiques », que présentant des œuvres d'auteurs en activité ;
- une meilleure circulation des expositions en France et à l'étranger.

L'adaptation ou le renforcement des politiques de soutien, en :

- clarifiant les interventions de l'État en faveur de la création, de la diffusion, de l'édition et de la recherche ;
- renforçant les moyens du soutien à la production et à la création ;
- les adaptant au nouvel environnement induit par les supports numériques récents et leurs incidences tant en matière de diffusion que de nouveaux usages et de création.

L'amélioration des volets éducatifs, de formation et de recherche, en :

- consolidant nos liens avec l'Éducation Nationale et en soutenant les initiatives d'éducation à l'image ;
- renforçant l'enseignement et la formation à la photographie, initiale comme continue, ainsi que celles liées à la conservation et à la restauration du patrimoine photographique, et en suscitant une meilleure coordination, voire un renforcement des collaborations entre institutions de formation ;
- renforçant et coordonnant mieux entre eux les différents dispositifs de recherche.

Ces propositions immédiatement instruites par le ministère de la Culture et de la Communication permettront un plan d'action et des mesures concrètes.

Arles, le 4 juillet 2010

Présentation générale

LA PHOTOGRAPHIE : UNE NOUVELLE IMPULSION

La photographie est un enjeu majeur au confluent de nos défis culturels : valorisation et transmission de la mémoire, création sans cesse renouvelée, défis économiques et techniques qu'elle doit prendre en compte depuis son origine à échéances régulières et singulièrement aujourd'hui.

Elle doit être durablement l'une des priorités de ce ministère, qui dispose d'une véritable capacité d'agir, et de jouer un rôle référent ; on attend de lui action de soutien, de conservation, de valorisation, de formation et de régulation.

Malheureusement, riche de ses collections et de ses compétences humaines et techniques, ainsi que de ses institutions qui jouent un rôle majeur en matière de photographie, le ministère ne s'est pas donné jusqu'à présent les moyens d'une politique globale de ce secteur.

Dorénavant, la mission de la photographie assure cette impulsion et cette transversalité en lien étroit avec toutes les grandes directions et les établissements opérateurs du ministère (fiche n°1).

En lançant ce nouveau chantier, le ministre a donné deux orientations :

1/ solder les problèmes du passé.

Depuis le début de la décennie, la gestion des donations photographiques faites à l'État s'était considérablement affaiblie, provoquant une inquiétude quant à la capacité du ministère à faire face à cet enjeu, majeur pour le monde la photographie. La remise à niveau est en cours avec des objectifs et des moyens ; les résultats sont déjà visibles sur le terrain en dépit du temps nécessaire à l'adaptation juridique des actes antérieurs (fiche n°4)

2/ en second lieu, changer la méthode de travail en associant durablement les professionnels et les services du ministère.

Cette nouvelle étape a été mise en route très vite, puisque la mission a été créée le 25 mars et qu'une commission de réflexion composée d'environ 80 personnes, experts du secteur public comme du secteur privé, s'est mise en place le 9 avril pour déboucher le 18 juin sur une analyse et des propositions concrètes (fiche n°2); cette démarche se traduit d'ores et déjà par un premier plan d'action (fiche n°3); elle sera suivie d'autres étapes.

Cette nouvelle approche s'inscrira dans la durée :

- En étant plus efficace, et plus rapide, sachant mieux tirer parti des remarquables ressources dont dispose d'ores et déjà ce ministère ;
- En étant plus accessible pour maintenir un dialogue constant avec les professionnels, tout à la fois pour veiller à la bonne application des mesures prises, mais aussi pour irriguer le ministère des évolutions constantes des techniques, des équilibres économiques, et des usages, auxquels les photographe sont confrontés.

FICHE N°1 : LA MISSION DE LA PHOTOGRAPHIE

1. LES RAISONS D'UNE NOUVELLE APPROCHE MINISTERIELLE

Notre pays a vu au milieu du XIXème siècle, la naissance de la photographie. Il compte aujourd'hui un nombre considérable de fonds que l'on peut caractériser de trois manières :

- ceux qui ont été progressivement constitués, en général – mais pas exclusivement – sous l'impulsion des pouvoirs publics ou d'organismes de recherche, et qui constituent des fonds documentaires irremplaçables sur l'évolution de notre patrimoine, qu'il s'agisse de bâtiments, d'objets, de paysages, de mode ou de pratiques sociales, etc...
- ceux qui proviennent du travail des agences de presse et de photo-journalisme, mais parfois aussi de la collecte de témoins occasionnels ou d'artisans spécialisés, avec des images qui sont ainsi le témoignage de notre passé, et qui parfois ont, au cours de l'histoire, profondément marqué notre mémoire collective ;
- ceux enfin, qui résultent du travail des très nombreux photographes et artistes, qui se sont saisis de cet outil pour conduire des parcours créatifs, parfois majeurs dans l'histoire de l'art depuis le milieu du XIXème siècle.

Certains de ces fonds peuvent relever simultanément de ces trois domaines, et le regard que l'on porte sur eux évolue avec le temps.

Ces fonds sont, par leur nature et leur histoire, éparpillés ; ils relèvent de situations juridiques et patrimoniales diverses. Leurs conditions de conservation sont, elles aussi, diverses, parfois médiocres, il en résulte une lente dégradation, mais surtout une méconnaissance et donc, une diffusion insuffisante.

Au cours du temps, le ministère a su développer progressivement des outils performants au service de la photographie en matière de formation, de soutien à la création et à la diffusion, et de conservation notamment. Son action fait référence dans de nombreux domaines .

Malgré cela, son action souffre de carences dues à :

- un manque de lisibilité et de cohérence, lié à des approches peu stabilisées au sein des services, et trop souvent cloisonnées ;
- une absence de réponse organisée aux besoins actuels urgents de sauvegarde des fonds que la disparition des structures détentrices peut mettre en péril ;
- une difficulté à prendre en compte les conséquences des changements techniques et économiques qui touchent le secteur.

L' État doit désormais conduire une approche globale et cohérente de ce secteur, notamment à une époque où il se trouve profondément affecté par les évolutions technologiques qui touchent les processus de production comme ceux de diffusion.

2. LA MISSION DE LA PHOTOGRAPHIE

C'est pour remédier à cette situation d'éclatement et rendre cette approche globale possible, que Frédéric Mitterrand a décidé de créer, au sein du ministère de la Culture et de la Communication, une « mission de la photographie ».

Structure légère d'impulsion et de coordination, cette mission est aujourd'hui constituée de Daniel Barroy, Manuel Bamberger, Anne de Mondenard et Hélène Dussauchoy. Elle travaille en liaison étroite avec les différents services du ministère, notamment les trois directions générales qui sont, à des titres divers, concernées par ce sujet et dont il convient de veiller à la cohérence des approches. Mais aussi avec les directions régionales des affaires culturelles (DRAC) et les services à compétence nationale ainsi que les établissements publics qui gèrent déjà des fonds photographiques pour le compte de l'État.

Cette mission a par ailleurs vocation à suivre les contacts nécessaires avec les collectivités locales ou les acteurs privés, propriétaires de fonds, ainsi qu'avec l'ensemble des professionnels concernés par le devenir de la photographie.

3. LE LANCEMENT D'UNE PREMIERE CONCERTATION : UNE APPROCHE PRAGMATIQUE ET CONCRETE

Dès le mois d'avril 2010, elle a mis en place et animé quatre groupes de travail réunissant des professionnels issus tant des secteurs publics que privés. Par leur composition même, ces groupes ont permis d'ouvrir un dialogue fructueux et d'aborder l'ensemble des problèmes que rencontre aujourd'hui la photographie : de la conservation à la création, de l'édition à la diffusion ou à la valorisation, de la formation à la situation du photo-journalisme...

Cette première approche a permis d'identifier un certain nombre de chantiers qui seront conduits dans les prochains mois. Ils concernent :

- le repérage des fonds et leur connaissance
- la conservation et la numérisation de ces fonds
- l'enrichissement des collections publiques
- la place de la photographie dans les politiques d'éducation artistique et culturelle mais aussi comme vecteur d'appropriation du développement de la « culture pour chacun ».

La mission en lancera la traduction concrète dès la rentrée.

Au regard de l'avenir du photo-journalisme et les évolutions qui touchent les différents métiers du secteur de la photographie, la première version, provisoire, du rapport de l'Inspection générale été diffusée aux organisations professionnelles concernées et une première réunion se tiendra en juillet afin de fixer les sujets qui doivent faire l'objet d'approches concertées entre les différents partenaires.

FICHE N°2 : LA COMMISSION DE REFLEXION SUR LA PHOTOGRAPHIE

Parce que la photographie est tout à la fois une question de patrimoine, de création, et une activité économique en mutation, il fallait qu'elle puisse enfin être traitée dans sa globalité au ministère de la Culture et de la Communication, et pouvoir aussi se nourrir d'un nouveau dialogue avec la profession.

C'est pourquoi le ministre a demandé avant toute chose, en annonçant la création de la mission de la photographie le 25 mars 2010, qu'une réflexion intervienne au plus vite avec les professionnels pour envisager avec eux un premier train de mesures.

Dès le 9 avril 2010, une concertation était organisée, réunissant près de 80 professionnels répartis au sein de quatre groupes de travail. Le 18 juin 2010, la commission a établi un rapport adressé au ministre, établissant un constat de la situation actuelle, relevant le rôle qui doit être celui de l'État dans ce contexte et préconisant des interventions concrètes dès à présent.

★

★ ★

1. LE CONSTAT

Une situation paradoxale de très grande appétence du public et de vitalité de la création, jointe à de grandes difficultés économiques en raison de la mutation rapide du secteur.

Dans cette période, de passage d'un ancien à un nouveau modèle, la commission relève quatre risques :

- la dispersion des fonds photographiques eux mêmes, faute de solution pérenne pour leur transmission, leur conservation et leur valorisation, qu'il s'agisse de fonds historiques à découvrir, des fonds d'auteurs (de nombreux photographes étant à la recherche d'une solution) ;
- la perte de savoir-faire, par les disparitions d'entreprises et de la dispersion des compétences qui sont présentes ;
- la dévalorisation même du contenu de la photographie par la dissolution de la frontière entre professionnel et amateur ;
- l'effondrement des rémunérations pour les photographes.

2 LE ROLE DE L'ETAT

Dans cette période de transition, la commission met l'accent sur le rôle de stabilisation et de régulation de l'État : favoriser et diffuser les bonnes pratiques, organiser les conditions d'une sauvegarde des fonds, accompagner des nouvelles formes de création, valoriser le travail des institutions publiques et privées, veiller à la qualité de la formation des professionnels mais aussi de l'éducation artistique des plus jeunes, réorganiser les dispositifs de soutien à la production et à la circulation des expositions dans un monde en mutation.

3. LES PROPOSITIONS DE LA COMMISSION

Les quatre grandes thématiques qui ressortent des travaux sont les suivantes :

- La sauvegarde des fonds photographiques, en :

- organisant le repérage des fonds ;
- améliorant les conditions de conservation des fonds, tant à l'égard des supports anciens que pour les fichiers numériques ;
- veillant à la réalisation de leurs inventaires ;
- mettant en place un cadre plus efficace et mieux adapté à l'accueil de nouvelles donations ;
- organisant de nouvelles possibilités de dépôts ;
- numérisant largement les fonds.

- La valorisation de la photographie par :

- la création d'un portail de la photographie destiné aux usages professionnels et au grand public ;
- un meilleur repérage et une identification des lieux d'exposition ;
- l'organisation plus régulière d'expositions publiques de « référence », tant « historiques », que présentant des œuvres d'auteurs en activité ;
- une meilleure circulation des expositions en France et à l'étranger.

- L'adaptation ou le renforcement des politiques de soutien, en :

- clarifiant les interventions de l'État en faveur de la création, de la diffusion, de l'édition et de la recherche ;
- renforçant les moyens du soutien à la production et à la création ;
- les adaptant au nouvel environnement induit par les supports numériques récents et leurs incidences tant en matière de diffusion que de nouveaux usages et de création.

- L'amélioration des volets éducatifs, de formation et de recherche, en :

- consolidant nos liens avec l'Éducation Nationale et en soutenant les initiatives d'éducation à l'image ;
- renforçant l'enseignement et la formation à la photographie, initiale comme continue, ainsi que les formations liées à la conservation et à la restauration du patrimoine photographique, et en suscitant une meilleure coordination, voire un renforcement des collaborations entre institutions de formation ;
- renforçant et coordonnant mieux entre eux les différents dispositifs de recherche.

FICHE N°3 : LES PREMIERES MESURES : AUTOMNE 2010

Les propositions de la commission ont été immédiatement instruites par le ministère pour déboucher sur un premier plan d'actions et de mesures concrètes qui seront mises en œuvre par la mobilisation des services concernés du ministère sous l'impulsion de la mission de la photographie, qui assurera la poursuite du dialogue ainsi engagé ; des réunions d'information des groupes de travail constitués dans le cadre de la commission photo interviendront avant leur mise en œuvre.

1. LA SAUVEGARDE DES FONDS

1- Repérer les fonds

- un cadre d'analyse sera établi et diffusé qui permettra d'organiser un repérage systématique des fonds : localisation, nature et contenu, statut juridique, état sanitaire, conditions de valorisation et numérisation éventuelle ;
- un travail systématique d'identification des diverses structures qui, en région, assument un travail de collecte et de traitement de fonds photographiques sera lancé ; le ministère s'appuiera sur les initiatives déjà prises : celle de la documentation française (base Iconos) jusqu'à 2008 et surtout la base Bora, d'ores et déjà développée par les Archives de France ;
- la publication de ces données sera effectuée en lien avec le service compétent sur le site du ministère.

2- Diffuser les bonnes pratiques de conservation

- à partir des documents professionnels existants, un projet de note synthétique et simple sera proposé ;
- après validation, cette note fera l'objet d'une large diffusion à destination de tous les gestionnaires de fonds.

3- Numériser les fonds

- la numérisation des fonds d'agence constitue un enjeu majeur en terme de préservation comme en terme de soutien économique : les procédures d'accès au « grand emprunt » des fonds constitués seront élaborées, notamment au regard des conditions de valorisation de ces fonds, et ce quels qu'en soient les détenteurs ;
- les normes techniques de numérisation et de conservation des fichiers numériques seront arrêtées pour aboutir à une approche cohérente, en liaison avec les gestionnaires de grandes collections publiques.

4-Accueillir , sauvegarder, valoriser les fonds

Une commission nationale des dons et des legs sera mise en place : elle donnera un avis sur les différents projets de donation, et leur conduite, en s'articulant avec les procédures en place, et s'appuyant sur les institutions les plus qualifiées en fonction de la nature du fonds, pour la préservation et la valorisation :

- un nouveau cadre de contrat sera établi pour traiter des différents aspects relatifs à une donation, et traitant notamment des questions relatives au traitement des fonds et à leur valorisation;
- une réflexion spécifique sera engagée portant sur l'organisation et la gestion des « dépôts » de fonds par leurs propriétaires ou leurs ayants droits.

2. LA VALORISATION DES FONDS

1- Un grand portail de la photographie accessible au grand public et aux professionnels

- après confirmation de son rôle, la Réunion des musées nationaux (RMN) devra lancer le chantier de développement opérationnel de ce portail ;
établi d'abord à partir des ressources publiques qu'il s'agit de mieux faire connaître, il sera accessible aux partenaires privés qui souhaiteront participer à ce travail commun de valorisation de la photographie pour tous ;
- dans le même temps le pilotage éditorial de ce portail sera organisé : mise en place d'un comité, choix des premiers fonds et des premières informations rendues accessibles.

2- Améliorer les conditions d'exposition de la photographie

- une meilleure mise en réseau : une réflexion sera lancée avec les gestionnaires de fonds sur une grille de qualification des lieux d'exposition, visant à faciliter ainsi coproductions et tournées ;
- les échanges entre professionnels sur les projets existants seront améliorés.

3. L'AMELIORATION DES VOLETS EDUCATIFS, DE FORMATION ET DE RECHERCHE

1 - Une nouvelle ambition pour l'école de la photographie d'Arles

Cette perspective doit être concrétisée ce qui suppose au préalable :

- d'organiser d'ici l'hiver prochain l'approbation du projet pédagogique et de recherche de l'école, en y ajoutant le volet relatif au projet culturel du centre d'archives ;
- de lancer dans le courant 2011, en étroite collaboration avec les collectivités locales, l'étude de programmation architecturale nécessaire à l'évaluation des différentes options d'implantations sur le site des ateliers.

2- Le lancement avec l'école de la photographie d'Arles d'un programme de recherche sur le parcours et l'œuvre des grands photographes vivants:

Dans le courant de l'année :

- la liste des auteurs concernés sera définie;
- un opérateur pour la captation audiovisuelle des interviews sera identifié.

3- « La culture pour chacun » : renforcement des actions conduites, dans le domaine de la photographie

- organiser le repérage des actions conduites dans les cadres de l'éducation artistique et culturelle (institutions parisiennes référentes, Directions régionales des affaires culturelles (DRAC)) ;
- organiser l'information sur les « bonnes pratiques » en la matière ;
- mobiliser les DRAC sur la place que doit tenir la photographie dans l'enseignement artistique et culturel.

4. L'ADAPTATION ET LE RENFORCEMENT DES POLITIQUES DE SOUTIEN ET DE REGULATION

1- Améliorer les procédures d'aides et de soutien à la création et à la diffusion auxquelles la photographie peut avoir accès

- commande à l'inspection de la création artistique d'une évaluation et d'un bilan des dispositifs existants auxquels la photographie à accès, avec un rendu prévu pour la fin de l'année ;
- lancement de nouvelles commandes dès la fin 2010.

2- Une concertation à la suite des rapports de l'Inspection Générale des Affaires Culturelles (IGAC), dans le secteur du photo-journalisme

- définir les thèmes à aborder avec les professionnels, en liaison avec les organisations professionnelles, et les services compétents du ministère (Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) et IGAC) ;
- accompagner les travaux des organisations professionnelles mobilisées ;
- organiser « l'observation » des évolutions socio-économiques du secteur.
- Restitution prévue fin août à Perpignan.

FICHE N°4 : LES DONATIONS PHOTOGRAPHIQUES : UN NOUVEAU DÉPART

La politique de l'État en faveur des donations photographiques, lancée dans les années 80 s'était progressivement affaiblie. En 2004, l'association « Patrimoine photographique » qui était chargée de conserver et valoriser les fonds de 14 donations photographiques, a été dissoute et l'État s'est trouvé interpellé pour répondre aux inquiétudes légitimes des donateurs. Les quatre années suivantes ont été marquées par un climat d'incertitude. Depuis 2009, un nouvel élan est intervenu. Un accord a été conclu sur un nouveau dispositif. L'État y réitérait ses engagements en matière de conservation et valorisation, mais se donnait surtout de nouveaux moyens pour agir, les accords étant formalisés dans de nouvelles conventions. Ce processus juridique est engagé mais s'avère long pour des raisons juridiques en grande partie indépendantes du ministère et cela suscite d'inévitables impatiences.

C'est pourquoi sans attendre celui-ci a commencé, sur le terrain, à mettre en œuvre ses nouveaux engagements. Que ce soit en terme de conservation, de valorisation ou de diffusion commerciale, les résultats sont probants et témoignent en très peu de temps d'une remise à niveau qui était attendue. Simultanément, l'engagement pris d'une salle spécifiquement consacrée à l'œuvre du photographe Jacques-Henri Lartigue conformément aux clauses de la donation, sera concrétisé d'ici la fin de l'année, place de la Bastille à Paris (angle rue de Lyon / Boulevard de la Bastille).

Il subsiste certes des attentes dont le ministère a conscience et qu'il entend combler :

- la mise en place du conseil scientifique de la Médiathèque de l'architecture et du patrimoine qui conserve les fonds des donations concernées, attendue depuis plusieurs mois, sera effective au 4ème trimestre de cette année.
- la recherche toujours en cours d'une solution de remplacement à la fermeture de la salle de Sully consacrée aux expositions de photographies patrimoniales.

Mais les résultats concrets du travail amorcé sont dès à présent visibles. Ils témoignent de la volonté concrète du ministère de se positionner comme exemplaire au titre des donations qu'il a reçues, et préparer, avec le monde de la photographie, les conditions d'une sauvegarde du patrimoine pour le futur.

1. LES CONDITIONS DE CONSERVATION

Critiqué au début des années 2000 pour ses conditions de conservation, le fort de Saint-Cyr, où sont conservées les donations, a fait l'objet de travaux importants, avec le concours des experts recommandés par le comité de suivi des conditions de conservation auquel participe un représentant des donateurs. Dernièrement, l'isolation vers l'extérieur a été renforcée et une nouvelle chambre froide mise en service. Le comité s'est réuni en 2009 et le sera à nouveau à l'automne 2010, notamment pour évoquer les conditions d'installation du site de la Médiathèque de l'architecture et du patrimoine à Charenton-le-Pont.

En 2012, les fonds seront en effet transférés sur ce nouveau site, ils y bénéficieront, comme les autres types d'archives du site, d'installations et de conditions de conservation optimales.

2. LES INVENTAIRES

Ceux-ci n'avaient pas été effectués au cours de la période antérieure, nuisant aux possibilités de valorisation et de recherche.

Grâce aux recrutements effectués, et à la priorité donnée dans le cadre du plan de charge de la Médiathèque de l'architecture et du patrimoine, le retard aura été comblé en grande partie en seulement deux ans ; les inventaires des fonds Amélie Galup, Daniel Boudinet, Marcel Bovis, Michael Kenna, François Kollar, Thérèse Le Prat, sont achevés ; ceux de Bruno Réquillart, René-Jacques, Sam Lévin, Roger Corbeau, Denise Colomb, André Kertész et Roger Parry, sont très avancés.

3. LA VALORISATION :

- Les visites virtuelles

Des visites virtuelles sur la plupart de ces fonds sont progressivement présentées sur le site de la Médiathèque de l'architecture et du patrimoine et permettent d'accéder aux images numérisées mises en ligne.

www.mediathèque-patrimoine.culture.gouv.fr

- Les expositions

Le partenariat avec le Jeu de Paume s'est traduit par des expositions importantes accompagnées de publications : d'abord avec l'exposition Denise Colomb venue après celle de Roger Parry et des auteurs présents dans l'exposition « Résonances », puis avec l'exposition Willy Ronis à la Mornaie de Paris et au Centre Atlantique de la Photographie de Brest. Par ailleurs, le Jeu de Paume a inauguré avec la présentation de l'exposition « Nadar, la norme et le caprice » à Tours, un nouveau type de partenariat « décentralisé ». Suivra la grande exposition Kertész qui se tiendra en septembre sur le site de la Concorde.

A la Bibliothèque nationale de France, une très importante exposition a été consacrée à l'œuvre de Michael Kenna.

Mais au delà de ce travail de référence, c'est l'augmentation des partenariats et des prêts qui reflète ce mouvement de valorisation, plus régulier, que le tout nouveau département de la photographie au sein de la Médiathèque de l'architecture et du patrimoine conduit désormais.

On citera notamment les expositions :

- de Séoul réalisée avec la RMN, qui a accueilli 60 000 visiteurs de septembre à décembre 2009 autour des œuvres de Bruno Réquillart, René-Jacques, François Kollar, André Kertész, Harcourt, Roger Corbeau, Raymond Voinquel, René Bovis, Denise Colomb ;
- avec la société Cofiroute, sur l'aire de Gourville, près d'Orléans, plus de 300 000 visiteurs ont parcouru l'exposition intitulée « Des clics sur la France d'hier », autour d'œuvres de Kollar et René-Jacques, organisée pour la célébration du cinquantième anniversaire du ministère de la Culture ;
- à la Maison Européenne de la photographie, exposition « On the Road » avec des tirages de Daniel Boudinet, Marcel Bovis, Bruno Réquillart, Noël Le Boyer, René-Jacques, François Kollar, Willy Ronis ;
- à la Cité nationale de l'histoire de l'immigration, exposition : « Générations : un siècle d'histoire culturelle des Maghrébins en France », avec des tirages d'André Kertész, Marcel Bovis, Nadar, et du Fonds Guerre ;
- au musée du Touquet avec des photographies et archives Harcourt, de Sam Lévin, Denise Collomb....
- à l'Espace Landowsky à Boulogne-Billancourt, l'exposition « Brigitte Bardot, les années d'insouciance » avec notamment des tirages de Sam Lévin.
- Enfin, les Rencontres Internationales de la Photographie 2010 sont l'occasion d'une exposition sur les fonds photographiques conservés par l'État. Ce type de partenariat aura vocation à se renouveler régulièrement avec les Rencontres.

- La valorisation commerciale

Les ayant-droits des donations ont en 2009 donné mandat à la Réunion des musées nationaux pour diffuser les fonds et plus de 85 000 euros de chiffre d'affaires ont ainsi été générés ; les premiers résultats 2010 laissent présager une tendance supérieure.

Le cas de la donation Willy Ronis :

Willy Ronis est décédé en septembre 2009. Les opérations de succession sont en cours, inévitablement longues pour une œuvre de cette importance. L'inventaire successoral va prochainement débiter confié à deux experts.

Pour autant, le travail de valorisation a été maintenu à un niveau élevé, mêlant les initiatives publiques (les expositions précitées) et le maintien d'un partenariat avec l'agence Rapho.

4. L'ENGAGEMENT PRIS D'UNE SALLE DEDIEE A L'ŒUVRE DE JACQUES HENRI LARTIGUE ENFIN HONORE

La mise à disposition d'une telle salle constituait un engagement de l'État lors de la donation, qui n'était plus rempli. Ce sera chose faite à la fin de l'année. Le Ministère installe en effet cette salle d'exposition place de la Bastille à Paris. Le lieu ouvrira au quatrième trimestre et 550 000 euros auront été consacrés à cette installation.

FICHE N°5 : UNE NOUVELLE AMBITION POUR L'ECOLE NATIONALE SUPÉRIEURE D'ARLES

Les évolutions techniques et économiques que connaît le monde de la photographie entraînent des mutations profondes dans l'exercice des différents métiers. Ces mutations concernent tant les photographes eux mêmes, que les conservateurs, les restaurateurs, les iconographes... Tous se voient aujourd'hui amenés à maîtriser des compétences plus diverses tout au long de la chaîne qui relie le document photographique à son « lecteur ».

Par ailleurs, les écoles d'art, comme l'ensemble des institutions d'enseignement supérieur placées sous la tutelle du ministère de la Culture et de la Communication, s'inscrivent aujourd'hui, dans le processus européen du LMD (Licence, master, doctorat). Cette évolution a, pour les étudiants, plusieurs avantages, notamment : la reconnaissance européenne des diplômes leur permettant de conduire leur projet personnel sur des marchés de plus en plus « ouverts », une articulation progressive et qualifiante avec la recherche, la possibilité de construire des parcours de formation diversifiés, tout au long de la vie, et ce tout en conservant une adaptation forte aux exigences professionnelles en terme de maîtrise des techniques et de langages.

L'ENSP d'Arles doit pouvoir pleinement s'inscrire dans cette double évolution. Le ministère de la Culture et de la Communication entend résolument confirmer le rôle de cette école, tant au niveau national, qu'en en renforçant le rayonnement international. Son évaluation par l'Agence d'évaluation de la recherche et de l'enseignement supérieur (AERES) est en cours, mais par delà cette reconnaissance, il convient qu'elle puisse inscrire le projet de son développement dans la durée et répondre aux besoins de formation des professionnels.

Cela suppose clairement :

- la renforcement du projet pédagogique de l'école, notamment en matière de recherche, mais aussi en terme de contenu par un élargissement des approches proposées (histoire de l'art, approches interdisciplinaires, maîtrise d'outils de traitement et de restauration des divers documents-soutiens auxquels un professionnel peut être confronté, iconographie et gestion de fonds d'images, etc....) ;
- le développement de ses liens avec d'autres institutions de formation, qu'il s'agisse des universités, comme de grands établissements de formation comme l'Institut national de l'histoire de l'art (INHA) ou l'Institut national du patrimoine (INP), en créant des meilleures possibilités de parcours coordonnés ;
- l'affirmation de sa capacité à s'inscrire dans les réseaux internationaux d'échanges d'étudiants et de chercheurs, et de ce point de vue la proximité du projet LUMA constitue une réelle chance pour l'école et devra être pleinement saisie.

Installée depuis 1982 dans ses actuels locaux en centre ville, l'ENSP est évidemment trop à l'étroit pour y construire son développement et y intégrer de nouvelles formations demandant de nouveaux moyens techniques. C'est pourquoi le Ministre de la Culture et de la Communication souhaite qu'en soit étudié l'installation sur le site des anciens ateliers SNCF, à proximité du projet LUMA. Cette démarche suppose la mise en œuvre de plusieurs étapes qui devront être conduites au cours des prochains mois :

- la rédaction du projet pédagogique et de recherche par la direction de l'école et sa validation par la direction générale de la création ;
- la réalisation, sur cette base, par un cabinet spécialisé en lien avec l'Établissement public de maîtrise d'ouvrage des travaux culturels (EMOC) du projet architectural permettant et son approbation ;
- l'organisation d'un concours d'architecture, permettant de disposer d'une maîtrise d'oeuvre de qualité nécessaire à la réalisation d'un tel projet.

C'est ce processus, qu'il convient dès aujourd'hui de lancer pour garantir une conduite optimale des travaux.

Cela suppose que soient assurées :

- la réalisation du projet de «centre d'archives photographiques », et d'un éventuel lieu d'exposition, qui se trouvera ainsi à proximité immédiate de l'école ;
- l'étroite coopération des collectivités concernées par l'aménagement du site des ateliers SNCF, et notamment, de la ville ;
- la coordination avec les « porteurs » du projet LUMA, et les milieux socio-économiques locaux, afin de développer sur Arles un pôle d'excellence culturel, scientifique, et économique dans les domaines de la photographie et plus largement des traitements de l'image.

FICHE N°6 : L'ENSEIGNEMENT ARTISTIQUE ET CULTUREL

Priorité affichée du président de la République dès 2007, la relance de l'enseignement artistique et culturel s'est traduite par le caractère désormais obligatoire de l'enseignement de l'histoire des arts, dès la rentrée 2008 dans l'enseignement primaire, puis dans le secondaire – les collèges –, à compter de la rentrée 2009.

Dès son arrivée, Frédéric Mitterrand a indiqué vouloir faire de la culture pour chacun un axe majeur de son intervention. Le ministère de la Culture et de la Communication a ainsi mis en place en 2009 un site intitulé « Histoire des Arts », indiquant toutes les ressources artistiques produites par les établissements sous sa tutelle ; puis plus récemment, à l'automne 2009, un pointage des établissements régionaux (Centres dramatiques nationaux (CDN), Musées en région ...) afin de faciliter l'identification des réseaux et des lieux de création et de rencontres artistiques.

Dans le domaine de la photographie, cette orientation bénéficie déjà d'un certain nombre d'initiatives. Les travaux de la commission de réflexion sur la photographie ont été l'occasion d'en rappeler l'enjeu, et l'intérêt d'un plus grand repérage et d'une mise en réseau plus systématique.

Des lieux tels le C.P.I.F – Centre Photographique d'Ile de France à Pontault-Combault, le Centre de photographie de Lecture ou le musée Nicéphore Niepce à Châlon sur Saône ont largement ouvert la voie et les initiatives se multiplient :

- depuis 2008, le programme des « Écritures de lumière », du ministère de la culture et de la communication développe les pratiques culturelles et artistiques en rapport avec la photographie, en milieu scolaire et dans les structures d'accueil des enfants et des jeunes en dehors du temps scolaire ; il mobilise de nombreuses associations et artistes à travers tout le territoire, métropolitain et outre mer (tels Marc Pataud en Nord-Pas de Calais, Béatrix Von Conta à l'espace Lux de Valence ou Charles Rousseau et Agnès Dahan en Guadeloupe).
- des résidences photographiques se sont fortement développées et sont valorisées via les sites du Centre régional de documentation pédagogique (CRDP).
- à Paris, l'ouverture en septembre 2010, de l'espace « le Bal » verra la concrétisation physique d'un ensemble multidisciplinaire qui, à travers « la fabrique du regard » anime des ateliers pédagogiques à destination de nombreux publics scolaires. Ce programme défini par ses auteurs comme « une fenêtre pour chacun » dans un monde de « tout image », contribue à faire de tous et de chacun ce que Diane Dufour et Raymond Depardon appellent « des regards conscients ».

Le Bal, impasse de la défense, 75018 Paris

Ces actions bénéficient de la mobilisation des divers réseaux culturels déployés sur notre territoire, qu'il s'agisse des FRAC et des centres d'art, conservatoires ou pôles de l'image existant en région, des médiathèques, des artothèques et même certaines scènes nationales.

En outre, des initiatives associatives, existent qui tentent de regrouper des professionnels actifs dans ce secteur depuis des années : ainsi le réseau national Diagonal s'est-il mis en place l'année dernière, soucieux de faire dialoguer des structures photographiques qui diffusent ou produisent de la création contemporaine et qui mènent des actions pédagogiques. (parmi les membres fondateurs, on trouve entre autres Le carré Amelot à La Rochelle, le GRAPh à Carcassonne, Via Off en Arles ou Stimultania à Strasbourg, sans compter des structures citées plus haut).

