

ICONOS, LES COUTEAUX SUISSES

*Un œil, une bonne culture de l'image, une solide formation juridique...
L'iconographe est un homme-orchestre. A l'heure où les institutions
et le secteur privé prennent la place de la presse, l'avenir du métier se joue dans
le numérique. Ça vous tente? Conseil de pro: diversifiez-vous!*

par **Madeleine Launay**



Quand on demande à Laurence Goupille de définir son métier, elle évoque le symbole de la poupée russe. « Derrière une image, il y a un sujet, un sens, un photographe, des droits... Et il faut veiller à tout combiner. » L'iconographe supervise depuis treize ans, au sein de l'établissement public Paris Musées, le choix des clichés utilisés et reproduits lors des expositions organisées par les musées de la Ville de Paris, et la question des droits qui leur sont attachés. Culture affûtée, grande mémoire visuelle, goût de la narration, maîtrise des cadres juridiques: un bon « icono » est un couteau suisse, bien aiguisé au gré d'expériences professionnelles nombreuses et variées. « Parfois, on se transforme aussi en détective », ajoute en souriant la diplômée d'anglais passée par l'École du Louvre, un peu nostalgique de l'époque où le métier consistait surtout à aller découvrir des fonds méconnus et à fouiller cartons et archives pour débusquer des pépites... Un temps révolu: la révolution numérique est passée par là, transformant de manière

CLAUDIA ZELS, 51 ans
« **Management** »

- **1993** Maîtrise de traduction français / anglais / allemand (université Humboldt, Berlin)
- **1993-95** Traductrice indépendante
- **1995-97** Iconographe free-lance pour la version allemande du magazine « Gala »
- **1998-2002** Iconographe free-lance pour la presse informatique
- **Depuis 2011** Photo chief editor du mensuel économique « Management »
- **Depuis 2014** Présidente de l'Association nationale des iconographes (ANI)

JEAN-BAPTISTE HENIMANN, 30 ans
Agence **VU'**

- **2008** Master Média, langage et communication, spécialité sémiologie et analyse des images médiatiques, à l'Institut français de presse
- **2008** Stage au service archives de l'agence VU'
- **Depuis 2008** Iconographe au sein de l'agence VU'



significative le rapport des iconographes à leurs sources, qu'ils évoluent dans les institutions culturelles ou dans la presse. Ainsi Raphaëlle Brui-Boccaccio, salariée du journal « Les Echos » depuis 2014, n'a-t-elle jamais vécu l'attente fébrile du développement des ektachromes. Pour la jeune rédactrice photo bimédia, formée à l'École des métiers de l'information (EMI-CFD) en 2011 après plusieurs années de vaches maigres en tant que photographe indépendante et assistante de production, le principal défi consiste à jongler entre les temporalités et les besoins des deux principaux supports

dont elle a la charge. Sans cesse, il faut illustrer l'actualité « chaude » traitée sur le site Internet, sans négliger les pages de l'édition papier sur lesquelles elle intervient aussi. « Pour le Web, le choix d'une photo se fait en moins de dix minutes, via les agences filaires comme l'AFP ou Reuters. Pour le papier, la démarche est différente: on contacte les agences, on organise des productions, on peut échanger et négocier directement avec les photographes. » De la découverte de ce métier – à la confluence du journalisme, de la production, de la documentation et de la vocation artistique – qui lui confère

une carte de presse et lui assure environ 2 600 euros bruts de revenus mensuels, elle parle comme d'« une révélation ». Mais la réalité n'est pas toujours rose... Conséquence de la crise traversée par les médias, mais aussi de la révolution numérique ayant mis une profusion d'images à portée de clic sur le Net, les budgets dévolus à la photographie continuent de baisser dans les rédactions.

« A mes débuts à « Management », je disposais chaque mois d'un budget photo de 18 000 euros, raconte Claudia Zels, qui préside également l'Association nationale des iconographes (ANI). Aujourd'hui, il est tombé à 13 000 euros, et cela reste beaucoup par rapport à d'autres titres. » Dans ces conditions, l'ex-traductrice, formée « sur le tas » à force de stages, de formation continue et de moocs (cours en ligne), a su s'adapter. « Pour certaines photos, par exemple un arrière-plan de ciel bleu, je n'ai pas de scrupules à piocher dans des banques d'images low cost, type Fotolia. Sinon, j'achète prioritairement dans les quelques agences professionnelles avec lesquelles le groupe Prisma a négocié des tarifs. »

Dans les agences, interfaces essentielles entre photographes et acheteurs, la compétition accrue a renforcé certaines missions des iconographes. « L'indexation est primordiale, estime Jean-Baptiste Henimann, de l'agence VU'. Il faut >>

RAPHAËLLE BRUI-BOCCACCIO, 35 ans
« **Les Echos** »

- **1999** Assistante photo
- **2001** Photographe indépendante et assistante de production pour le cinéma et le spectacle vivant
- **2005** Master pro en arts et sciences de l'enregistrement (Paris-Est Marne-la-Vallée)
- **2010** Formation d'iconographe de presse bimédia (EMI-CFD)
- **Depuis 2014** Iconographe bimédia pour « Les Echos » et Lesechos.fr



Ajouter des cordes à son arc, c'est multiplier ses chances



© Bruno Quentin / Paris Musées

>> que les images soient correctement renseignées pour être trouvables rapidement : nous avons de moins en moins d'homologues dans les rédactions pour réaliser les recherches, qui se font désormais essentiellement via des plateformes numériques. Plus on est précis et rigoureux, mieux on valorise le travail de nos photographes. » C'est un diplôme universitaire en sémiologie à l'Institut français de presse qui a conduit le trentenaire à intégrer la prestigieuse agence française il y a huit ans.

Si beaucoup de parcours mènent in fine au métier de rédacteur-éditeur photo, peu de cursus préparent pleinement aux exigences mouvantes de la profession. L'ANI recommande néanmoins la formation initiale et continue dispensée par l'EMI-CFD et trois licences professionnelles spécialisées (Ressources documentaires et bases de données spécialité documentation audiovisuelle, au Cnam/INTD à Paris ; Gestion et traitement documentaire des fonds iconogra-

LAURENCE GOUPILLE, 45 ans Paris Musées

- **1993** Maîtrise d'anglais
- **1998** Diplôme de l'École du Louvre. Stage de quelques mois à « Beaux Arts Magazine »
- **1999-2002** Documentaliste au service photo et cinéma du Muséum d'histoire naturelle
- **Depuis 2003** Iconographe à l'établissement public Paris Musées

phiques, à l'IUT de Nancy-Charlemagne ; Gestion et édition de fonds photographiques et audiovisuels, à Lille-3).

Plus réactifs, plus efficaces, les iconographes millésime 2016 (ils étaient près de 800 en activité en 2013, selon l'estimation de l'ANI), se doivent aussi d'être plus pragmatiques que leurs prédécesseurs.

Ajouter des cordes à son arc, c'est multiplier les chances de s'en sortir, dans un secteur où l'on évolue de plus en plus souvent en free-lance. « A l'heure où les entreprises de presse tendent à fusionner les métiers, il peut s'avérer utile d'avoir des compétences de maquettiste ou de documentaliste, remarque Claudia Zels. Toutefois la presse, qui offrait il y a dix ans les débouchés les plus importants, embauche beaucoup moins. Depuis deux ans, on voit passer de plus en plus d'offres de postes émanant d'entreprises privées, comme EDF ou Danone, qui disposent de fonds photographiques propres et s'en servent pour développer leurs campagnes de communication. »

Ces dernières années, Fabrice Héron a mené plusieurs projets pour de grands noms du luxe, comme Chanel ou Rolex, soucieux de valoriser leur patrimoine audiovisuel. Indépendant par choix, il est à 37 ans le paragon de l'iconographe multicarte. Recherche de matériau pour des productions audiovisuelles, gestion des droits d'auteur dans le cadre d'expositions, conduite de projets pour l'édition, mise au point de scénographies... Rien ne semble effrayer cet ancien étudiant en histoire devenu « chercheur » après ses formations à l'INA et au Cnam. Egalement créateur du collectif d'icônes free-lance DocPix, il se dit « aussi à l'aise avec les images fixes qu'avec celles animées ».

Il y a mille manières de vivre et de réinventer ce métier, y compris d'en faire une démarche artistique. En témoigne le parcours d'Olivier Hilaire, plasticien iconographe nommé cette année avec Isabelle Blanc au prix Elysée pour leur projet « The True Truth's Stories », recueil de nouvelles photographiques explorant la limite entre réel et fiction. « Très tôt, je me suis intéressé à la représentation de l'Histoire dans la photographie d'archives, notamment à travers le destin particulier de mon grand-père, réfugié espagnol qui a été prisonnier au camp d'Argelès. » Le diplômé des Beaux-Arts de Marseille s'est frotté à la photo de presse le temps d'un stage à « Libération », mais tout son travail porte, depuis, sur le sens des images, « aujourd'hui de plus en plus vouées à l'illustration ». « Il me paraît essentiel de prendre du recul afin de comprendre ce que nous disent vraiment les photographies. » Pourvoyeur de sens, une juste définition du métier d'iconographe. ● **M.L.**