

L'ARCHIVE PHOTOGRAPHIQUE AU SEIN D'UNE AGENCE DE PRESSE PHOTO

Nico GASTMANS

Business Development Manager, GermaineImage

Article rédigé suite à la conférence donnée par l'auteurs dans le cadre du Doc'Moment "L'archive photographique", le 20 novembre 2019 à Bruxelles.

Het artikel is opgesteld naar aanleiding van een conferentie gegeven door de auteur in het kader van een Doc'Moment "Het fotografisch archief" op 20 november 2019 te Brussel.

- Nous allons développer ce sujet en nous basant sur l'histoire de deux femmes qui vont s'imposer dans le monde de la presse en Belgique et leur descendance : d'une part Germaine Van Parys (1893–1983) et Odette Derèze (1932), les deux premières femmes photographes de presse en Belgique, et d'autre part Tom Gastmans (1964) et Nico Gastmans (1968) qui continuent à faire vire cette archive photographique.
- We behandelen dit onderwerp op basis van de geschiedenis van twee vrouwen die zich hebben doen gelden in de Belgische perswereld en hun opvolgers: enerzijds Germaine Van Parys (1893–1983) en Odette Derèze (1932), de eerste twee vrouwelijke persfotografen in België, en anderzijds Tom Gastmans (1964) en Nico Gastmans (1968), die het voortbestaan van dit fotografische archief verzekeren.

Germaine Van Parys débute sa carrière à la toute fin de la Première Guerre mondiale. Très déterminée et d'une rare persévérance, elle parvient à se faire engager rapidement après ses débuts dans le monde professionnel de la presse belge et à travailler pour des quotidiens tels La Meuse ou Le Soir. Travailler pour ces quotidiens lui ont permis d'obtenir la carte de presse, un sésame très important à l'époque et qui ouvrait quasiment toutes les portes.

Vers la fin des années 1920, enfin reconnue par le milieu des photographes de presse et sa carte de presse officielle en poche, elle se met à son compte.

Femme aussi très clairvoyante, elle a investi pendant les premières années de sa carrière dans l'achat des supports photographiques de l'époque... les clichés en verre. De ce fait, et très légalement toutes les photos réalisées pour les différents quotidiens lui appartenaient définitivement. Une manière ingénieuse



Fig. 1 : Photo de Germaine Van Parys

pour constituer son archive de base pour ses activités d'indépendante. Cette base, ainsi que son opiniâtreté, lui procure donc rapidement des rentrées financières confortables. Une femme photographe peu commune et une femme d'affaires sont sur le marché !

Début des années 1930, elle devient cofondatrice avec Victor Hennebert de l'Association belge des journalistes photographes. Une double première importante pour la profession ! D'une part, la naissance d'une Association reconnue qui va fédérer le métier et d'autre part la confirmation de Germaine comme égale de ses collègues masculins. Pour l'époque, un joli tour de force.

À l'époque, le métier de photographe de presse était très largement réservé à la gent masculine, et ce notamment à cause du poids et de l'encombrement du matériel de prise de vue. N'oublions pas non plus qu'à l'époque, les négatifs sont des clichés en verre qui pèsent un certain poids. Cela en plus évidemment des a priori classiques hommes/femmes dans le milieu du travail.

Germaine Van Parys ne passe pas inaperçue et elle se fait rapidement remarquer par les personnalités diverses et les clients, tous intrigués de voir une femme parmi "la meute" des photographes.

En effet, les photos et les reportages qu'elle réalise sont empreints d'une touche féminine, une marque de fabrique propre qui fera la différence avec ses concurrents masculins. Cette "touche féminine" va même convaincre un certain nombre de clients de

lui confier la réalisation de reportages ou de photos. Ainsi, elle tissera des liens privilégiés avec :

- le Théâtre Royal de la Monnaie,
- le Palais des Sports de Bruxelles et le Sportpaleis d'Anvers,
- les grands magasins Innovation,
- ViewMaster, la célèbre société éditant les premiers disques photo à visualiser pour le grand public

Ces commandes de reportages pour les clients précités lui assurent une bonne base de revenus réguliers et ceux-ci lui permettent alors de financer des reportages dits "de presse" où là, il n'y a pas l'assurance de vendre des photos aux clients (quotidiens, magazines ...). Sur ce marché-là, c'est le plus rapide et la meilleure photo qui l'emportent sur tout le reste.

Au cours de ces reportages, elle attire l'attention de la famille royale avec qui elle nouera des contacts fort étroits qui lui permettront de toujours avoir une bonne place lors des événements royaux. Événements que Germaine Van Parys couvrira tout au long de sa carrière et feront de ses archives une référence en matière d'archives royales. Ce travail sera d'ailleurs poursuivi par Odette Derèze qui reprendra ses affaires.

Germaine Van Parys est aussi une femme extravagante et définitivement extravertie. Sa maison devient au fil du temps un lieu de rencontre pour artistes de tout genre. Son attrait pour l'art, la culture et l'originalité la met aussi en contact avec Jeanne Walschot (femme collectionneuse d'art africain) et par ce biais, Germaine Van Parys fera son premier voyage vers le Congo en 1938.

La seconde guerre mondiale ne va pas entamer sa motivation, au contraire, elle continuera ses activités en tant que photographe, mais refusera de travailler pour l'occupant. Elle assurera les reportages photo du Secours d'hiver de manière officielle et travaillera pour la Résistance en même temps. Elle sera promue à la fin de la guerre commandant de l'armée de la Résistance par le Général Piron.



Fig. 2 : Photo d'Odette Derèze

Au fil des ans, une agence de presse se crée, se développe et prend racine dans le paysage de la photo de presse en Belgique.

En 1952, après deux ans de stages afin d'obtenir sa propre carte de presse, Odette Derèze vient rejoindre l'Agence Germaine Van Parys et c'est elle qui reprendra le flambeau dans les années 1960, lorsque Germaine Van Parys sera obligée d'arrêter ses activités pour raisons de santé.

Avec l'arrivée d'Odette Derèze, l'agence continue à se développer et devient l'Agence Van Parys. Puis un nouveau virage est pris lorsque l'Agence belge s'inscrit dans un réseau d'agences de presse internationales en s'associant avec la grande agence française: Reporters Associés (la première agence de presse photo française et qui s'étend au niveau mondial).

Du fait de cette alliance, l'Agence Van Parys va croître d'une part sur le marché national en pouvant offrir aux clients des photos ou des reportages venant de l'étranger (actualités, vedettes, reportages de fond, ...) et d'autre part sur le marché international en distribuant ses productions propres dans de nombreux pays, et ce au travers du réseau des Reporters Associés. Cette relation entre agences, basée sur l'échange de matériel photographique, va se poursuivre pendant de nombreuses années, jusqu'aux années 2000 et l'avènement de la digitalisation qui va bousculer les habitudes de distribution.

La croissance des différents marchés (national et international) va entraîner une croissance de la demande pour l'Agence Van Parys et par conséquent, ceci va augmenter au fur et à mesure le niveau de production de "photos belges", y compris des voyages à l'étranger pour couvrir des sujets typiquement belges.

Ainsi, différents photographes salariés et indépendants vont commencer à travailler pour et avec l'Agence.

En 1983, l'Agence change de nom et devient Van Parys Media et se transforme en même temps en une société anonyme.

À ce moment, cette petite entreprise occupe une quinzaine de salariés.

C'est aussi à ce moment que l'entreprise commence à s'informatiser... facturation, relevés des ventes vers les agents étrangers et photographes, archivages des photos déjà un petit pas vers le "tout digital".

Ayant été à bonne école, Odette Derèze développe deux axes dans son Agence.

D'une part, la production de photos relatives à des événements belges (en Belgique et/ou à l'étranger) et qui présente de l'intérêt pour le marché belge et international:

- CEE¹ (collaboration étroite avec le service de presse de la CEE et réalisation de commandes spéciales),
- OTAN (visite des chefs d'État ...)
- famille royale (y compris la couverture de tous les voyages à l'étranger de la famille royale)
- acteurs et actrices belges
- toute personnalité connue étrangère venant en Belgique

Et d'autre part la distribution de photos venant de fournisseurs étrangers :

- Grande Bretagne + international => Camera Press, Nunn Syndication, Retna UK,
- France : Imapress (production locale et internationale), Sygma (production locale et internationale), Presse-Sports / L'Équipe (production locale et internationale),
- États-Unis d'Amérique: Retna USA, Shooting Stars (vedettes, séries télévisées, films), Visages (portraits studio d'acteur ou de personnalités connues),

Pour ne nommer que les plus grandes ou les plus symboliques.

Cette activité de distribution deviendra d'ailleurs une "spécialité maison" qui fera la réputation de la société.

La distribution d'archives photo de tiers requiert d'une part de nombreux contacts internationaux et un solide carnet d'adresses, des déplacements et d'autre part l'accès aux clients sur le marché où ces représentations sont proposées.

Mais cela correspond aussi à la mise en place d'un réseau de distribution de la production propre vers l'étranger et une clientèle internationale bien souvent très intéressante au niveau pécuniaire.

En effet, le prix d'une photo à cette époque était déterminé par les éléments suivants :

- la rareté ou l'exclusivité de la photo,
- le cadre de la prise de vue, shooting studio ou prise de vue sur le vif d'un événement
- le tirage du support dans lequel est imprimée la photo,

De ce fait, les prix obtenus dans de grands marchés sont plus intéressants que ceux obtenus en Belgique francophone ou néerlandophone.

Ainsi, dans les années 1980, Van Parys Media dispose d'une distribution dans 45 pays.

Les archives de Van Parys Media (les propres et celles des différentes représentations étrangères) vont grandir très rapidement et même de manière quasi exponentielle au fil du temps. Et étant donné que nous sommes encore du temps de l'analogique, cela représente un volume très conséquent qui dépasse de loin les 100 m³.

Ajoutez les espaces de bureau, les tables lumineuses, les zones de sélection, les bureaux des commerciaux, de la comptabilité et de la direction et bien entendu un laboratoire complet pouvant traiter le noir et blanc et la couleur, un studio de prise de vue et vous aurez une idée de la surface nécessaire à cette activité un peu particulière...

Ces archives sont constituées des clichés de verres de l'époque et de certains tirages réalisés, des négatifs noirs et blancs, des tirages qui vont avec et de diapositives.

Juste avant l'avènement du digital, l'analogique fera un dernier soubresaut avec le négatif couleur et les tirages couleurs.

Voici quelques chiffres indicatifs qui permettent de se faire une idée du volume de l'archive analogique brute produite depuis 1918 :

- Clichés de verre – environ 35.000 unités
- Sheet film N/B – environ 7.000 unités
- Sheet film couleur – environ 5.000 unités
- Négatifs 24x36 mm N/B – environ 750.000 unités
- Positifs 24x36 mm couleur – environ 750.000 unités
- Négatifs 24x36 mm couleur environ – 30.000 unités

Soit un total d'approximativement 1.577.000 originaux. Selon nos différentes expériences, environ 10% de ce volume est en train de rejoindre l'archive digitale.

Odette Derèze mettra un terme à sa carrière de photographe professionnelle en 1993, année du décès du Roi Baudouin. Néanmoins, elle restera encore active quelques années afin d'aider et de transmettre les rênes de la société à Tom Gastmans (son fils aîné).

Ce dernier poursuivra les efforts de développement de la société auprès de la clientèle de presse, des maisons d'édition mais développera en plus un nouvel axe commercial en introduisant la représentation de photos dites de "stock" dans la distribution existante et en approchant un nouveau marché qui est celui de la communication et de la publicité.

Les photos de "stock" sont principalement destinées aux usages commerciaux purs et publicitaires, en comparaison avec le marché de la presse ou éditorial.

Cela correspond aussi à une demande du monde publicitaire de l'époque faire des campagnes en utilisant des personnalités connues. Ce sera aussi un tournant dans la communication produit.

Ces usages "commerciaux" vont ouvrir des perspectives énormes pour Van Parys Media, mais cela entraînera aussi une modification de la structure de vente.

En effet, pour les usages de types éditoriaux, il n'y a pas besoin d'obtenir les droits à l'image des personnes représentées. Par contre, dans les usages commerciaux il est nécessaire, sous peine de très lourdes sanctions financières, d'obtenir les autorisations de la personne photographiée (bien souvent au travers de son agent) et du photographe (en direct ou au travers de son agent, en fonction de sa réputation). Ceci demande une bonne organisation administrative et un suivi très détaillé des dossiers.

C'est aussi Tom Gastmans qui assurera la transition de la photo analogique vers la photo digitale, une période inconfortable où ces deux formats concurrents vont coexister pendant un certain nombre d'années. Chaque format trouvant un nombre équivalent de détracteurs, les débuts de la photo digitale furent périlleux et demandèrent de très gros investissements.

Nouveaux appareils photo, ordinateurs capables de gérer des photos, applications spécifiques, modes d'envoi des fichiers digitaux et ces investissements ne sont pas uniquement financiers, il y a aussi l'apprentissage des nouvelles techniques de prise de vue, la manipulation des différentes applications bref, un très gros investissement humain aussi.

Petite anecdote à propos de l'évolution de la prise de vue.

Avec un appareil analogique, le cadre du viseur couvre l'entièreté de ce qui est photographié, mais ce n'était pas pareil avec les appareils digitaux de l'époque. Les capteurs ne se saisissent que d'une partie du cadre à l'époque beaucoup de photographes, habitué aux anciens appareils ont raté de nombreuses photos, ou pire, un reportage entier.

La photo va devenir petit à petit un produit moins artistique, moins artisanal ! De grands groupes apparaissent sur le marché (Getty Images, Corbis, Jupiter media, ...) et rachètent les petites structures à tour de bras. C'est le début de la globalisation du "one stop selling point".

Mais au bout du compte et de nombreuses années plus tard, cela ne s'avère pas aussi efficace que cela.

La photo reste avant tout un acte de création, heureusement d'ailleurs.

La distribution des photos va aussi se transformer pas uniquement au niveau de l'envoi de fichiers digitaux, mais aussi les accords de distributions avec l'introduction de la distribution non exclusive (plusieurs distributeurs peuvent présenter le même contenu sur le marché). Cette particularité vient de l'apparition sur le marché d'un nouveau type de produit : les photos dites "libres de droits". Appellation trompeuse, car le client/utilisateur paye bien un droit d'auteur, mais celui-ci est unique, peu importe le nombre d'utilisations ou le support de l'usage. De ce fait, ce type de photo a engendré une vente de type unique et permet la multiplication des distributeurs au sein d'une même zone géographique.

Par analogie et appétit du gain, certains acteurs du métier vont appliquer ce type de distribution à des photos en droits gérés. Une erreur qui aura coûté de l'argent au photographe et une colossale perte de temps au niveau de l'administration des ventes. En effet, les clients ont vite compris que pour ne pas payer un usage, il suffisait de dire que la photo provenait du distributeur concurrent.

Actuellement, la majorité des collections en droits gérés ont retrouvé une distribution exclusive. Et c'est ce que nous avons toujours fait pour la collection GermaineImage.

Depuis 2017, Nico Gastmans a intégré la structure avec différentes missions dont celles liées à la digitalisation des archives et leurs commercialisations en Belgique et à l'étranger.

Depuis, nous nous efforçons de faire vivre cette archive photographique avec les moyens digitaux actuels, mais les difficultés structurelles liées au marché de la photo ainsi que les investissements importants qu'exige la digitalisation d'une telle archive nous obligent à proposer d'autres services complémentaires.

Ainsi, parmi ces services, bien évidemment tous liés à la photo, nous proposons :

- des solutions IT (site internet, back office, ...) liées à la commercialisation d'une base de données photo) ;
- le marketing et le développement d'un réseau de distribution ;
- la gestion de contenu photo (édition – digitalisation – retouches – stockage ...) ;
- la gestion de thésaurus ;

- et surtout la vérification de la conformité des licences pour les usages en ligne.

Nous venons de lancer RightsControl en France et bientôt la Belgique suivra.

Pour réaliser cette numérisation, nous avons mis sur pied un protocole relativement précis :

- editing des documents ou le choix dans le reportage des images qui seront digitalisées
- digitalisation et création d'un fichier au format TIF
- indexation des images selon les protocoles IPTC et XMP
- retouches iconographiques et colorimétriques
- mise au format commercial, à savoir un JPG de 5000 pixels dans sa plus grande longueur
- organisation des copies de sauvegardes (sur disques et serveurs). 3 copies sont organisées.

Par rapport aux documents analogiques, le format digital présente un énorme avantage. Celui de pouvoir intégrer les métadonnées relatives à la photo (date, lieu, légende, mots-clés...) dans la photo elle-même et sous le standard IPTC – International Press and Telecommunication Council. Avant, le classement des documents était complexe :

- les photos N/B ou couleur
- les dias positives

- les clichés en verre
- les sheet-films

Cela demandait la mise en place d'un énorme fichier papier afin de retrouver ce qu'il y avait.

La photo digitale a résolu cela en un tour de main toutes les photos sont indexées et les moteurs de recherches internes des bases de données retrouvent les documents très facilement et rapidement.

Voici donc brièvement et au travers de la vie de 3 générations de personnes comment s'organise la vie dans une agence de presse. Il y aurait encore d'autres éléments à mettre en lumière, celui de la conservation des documents originaux dans des espaces adéquats pour chaque type de format de support, la conservation des documents digitaux et l'apparition très crainte du phénomène de "bit rot"...

Nico Gastmans

GermaineImage SA
Place des Acacias 8
1040 Etterbeek
media@ipsisworks.com

mai 2020

Notes

1. NDLR : à cette époque c'est la CCE (Commission des Communautés Européennes)