

Le compte Instagram professionnel : le cas des photographes de mode



Mémoire de recherche - Agathe Mornet-Favreau

Sous la direction de Jacques-François Marchandise

Master Culture et Métiers du Web - U.F.R Sciences Humaines et Sociales

Année Universitaire 2023-2024

Mornet-Favreau Agathe

Master 1 Culture et Métiers du Web



**Le compte Instagram professionnel :
le cas des photographes de mode**

Université Gustave Eiffel

U.F.R Sciences Humaines et Sociales

Session Juin 2024

Sous la direction de Jacques-François Marchandise

Remerciements

Tout d'abord, je remercie chaleureusement mon directeur de mémoire, M. Jacques-François Marchandise, pour ses conseils avisés et son expertise précieuse. Ses remarques constructives et ses encouragements ont été d'une grande aide tout au long de ce projet.

Je tiens aussi à exprimer ma sincère gratitude aux personnes qui m'ont accordé une interview dans le cadre de mon enquête. Leur temps, leur disponibilité et leurs réponses honnêtes ont été essentiels pour la richesse et la pertinence de cette recherche.

Je souhaite également exprimer ma reconnaissance envers l'ensemble des enseignants et le personnel administratif du Master Culture et Métiers du Web à l'Université Gustave Eiffel. J'ai en particulier une pensée pour M. Philippe Chochois, dont le décès prématuré nous a profondément touchés. J'adresse une pensée émue à sa famille et à ses proches, en reconnaissance de son influence marquante et de son soutien durant mes études.

Pour finir, je suis également très reconnaissante envers mes amis et ma famille pour leur soutien et leur précieuses recommandations. Leur confiance en mes capacités et leurs encouragements m'ont permis de surmonter les moments de doute et de persévérer jusqu'à la fin.

Sommaire

Remerciements.....	4
Sommaire.....	5
Lexique.....	6
Introduction.....	7
I. Instagram : Carte de visite du photographe.....	16
A. L'origine de l'utilisation professionnelle d'Instagram.....	16
B. L'importance du tissu relationnel dans les milieux artistiques.....	24
C. Une histoire de réputation.....	31
II. L'utilisation d'Instagram par les photographes de mode.....	36
A. Les codes : apprentissage technique et conventions.....	37
B. Nouveau modèle de recrutement.....	46
C. La persévérance des canaux historiques de reconnaissance.....	51
III. Limites dans l'utilisation d'Instagram.....	57
A. Instagram et l'injonction à la visibilité.....	57
B. L'atteinte à la liberté artistique sur Instagram.....	63
C. Compétition entre professionnels.....	71
Bibliographie.....	80
Table des Annexes.....	87
Table des Matières.....	213

Lexique

Compte Instagram professionnel : Se dit d'un compte Instagram qui met en place une stratégie de communication axée sur la promotion d'une activité. Terme qui désigne également une version commerciale d'un compte Instagram, utilisée par les entreprises, les marques ou les professionnels pour promouvoir leurs produits, services ou activités. Il offre des fonctionnalités supplémentaires telles que des statistiques d'audience, des boutons d'action, et la possibilité de créer des publicités directement depuis la plateforme.

Feed : Également appelé grille ou galerie, il s'agit de l'ensemble des publications photo et vidéo associées à un compte utilisateur.

Timeline : Également appelé « fil d'actualité », fil personnalisé à chaque utilisateur en fonction de ses abonnements et de ses recommandations algorithmiques.

Post : Publication Instagram, peut être sous forme de photographie, de carrousels (plusieurs médias), de vidéo courte (*reel*). Il peut également s'agir d'une re-publication auquel cas on parlera de *repost*.

Story : Forme de publication éphémère, disparaît au bout de 24 heures. Les *stories* s'inscrivent dans un fil d'actualité parallèle.

Followers/Followings : Abonnés/Abonnements ou Suivi(e)s soit respectivement les comptes qui nous suivent et que l'on suit.

Reach : Portée que va prendre la publication, littéralement nombre de comptes atteints.

Like : Fonction *j'aime*, forme positive d'interaction avec une publication.

Introduction

En France, dans les milieux professionnels créatifs, la figure du travailleur indépendant s'est imposée dans le modèle organisationnel du travail. C'est notamment le cas dans la photographie de mode, une des branches de la photographie publicitaire où l'organisation privilégie l'emploi de travailleurs indépendants. Ainsi ce ne fut pas étonnant lorsque Médiapart révéla en janvier 2022 que le studio photo de Louis Vuitton ne comptait que trois salariés alors même qu'une quarantaine de micro-entrepreneurs y travaillaient quotidiennement¹. Depuis l'apparition de ce type de photographie qui vient remplacer les gravures d'une presse de mode en plein essor dans les années 1920², les photographes exercent à leur compte. C'est même de cette catégorie professionnelle aux côtés des journalistes qu'émane le terme de *freelance* dans sa signification contemporaine³. Économie de commande, la photographie de mode est un milieu qui, par bien des aspects, ressemble au fonctionnement des milieux artistiques. De fait, l'entrée dans cette profession n'est pas systématiquement déterminée par une formation et les niveaux de rémunération ne sont pas corrélés au diplôme. L'organisation du travail, avec des missions facturées à la journée, établit la nécessité pour le travailleur de développer un réseau de contacts solide à même de lui fournir des missions récurrentes. La prospection de travail est traditionnellement effectuée par l'agent du photographe, un des maillons d'une chaîne d'intermédiation complexe capable de faire le lien entre les intérêts du créatif et les besoins marketings du client. Cette recherche d'emploi constante dans un milieu caractérisé par sa compétitivité est sûrement une des plus grandes difficultés du métier. En effet, grâce au progrès technique endogène à la technologie photographique, la compétence technique n'est plus un critère déterminant comme elle a pu l'être avec la fonction de laborantin du temps de l'argentique.

Avec ou sous agent, les aspirants photographes qui intègrent l'industrie à des postes intermédiaires d'assistants doivent désormais faire la promotion de leur talent photographique

¹ Zerouali, Khedidja. « Au studio photo de Louis Vuitton, trois salariés seulement et une armée d'autoentrepreneurs ». Médiapart, 7 janvier 2022, www.mediapart.fr/journal/economie/070122/au-studio-photo-de-louis-vuitton-trois-salaries-seulement-et-une-armee-d-autoentrepreneurs.

² Monneyron, Frédéric. « Chapitre 1. La photographie de mode comme art mineur et marchand », *La photographie de mode. Un art souverain*. sous la direction de Monneyron Frédéric. Presses Universitaires de France, 2010, p. 23.

³ Au XIX^e siècle les « free lances » désigne les soldats mercenaires qui loue leur force, leur lance. Fondev, Yannick. *Les freelances du numérique au prisme de « l'économie collaborative »*. Rapport d'étude no. 24, Dares, 2021, hal-03611751. p. 10.

via les réseaux sociaux numériques au même titre que les photographes établis. Dans les métiers artistiques et culturels, la présence en ligne est devenue indispensable pour exister professionnellement. Cette activité apparaît déjà sur les premiers blogs et sites internet. Le site internet professionnel permet au photographe de se positionner sur le marché en étant référencé en ligne, en affichant son travail ainsi que des moyens de contact. Conjointement, la publication de photographies s'est développée sur les premiers réseaux sociaux numériques dédiés tel que Flickr depuis 2004, pionnier des réseaux sociaux visuels. Cette activité se déroule désormais sur Instagram même si les sites internet personnels des photographes sont encore monnaie courante. Initialement le réseau Instagram a été conçu comme un lieu de partage de photographies vernaculaires, il est désormais utilisé comme une vitrine des compétences techniques et créatives du travailleur des mondes de l'art qui s'adressent à la fois à une audience voulue la plus large possible comme à un public choisi. Instagram permet de continuer sur le web une démarche d'autopromotion qui est déjà inhérente aux professions artistiques et créatrices dans un contexte de forte compétitivité. On peut aujourd'hui considérer qu'Instagram est devenu un outil obligatoire dont chaque photographe doit apprendre à maîtriser les codes s'il veut exister dans la profession.

Les stratégies d'utilisation des réseaux sociaux numériques sont diverses selon la catégorie professionnelle, aussi pour comprendre ce phénomène qui n'est par ailleurs pas seulement un sujet chez les professions artistiques puisque le compte LinkedIn est une autre de ces manifestations, nous avons fait le choix pour ce mémoire de se pencher sur le métier des photographes de mode.

La profession de photographe peut être appréhendée en différentes catégories déterminées par l'objet photographié : reportage, événementiel, publicité, art. Le groupe des professionnels de la photographie est très hétérogène car il renvoie à différentes branches qui ne sont pas toutes confrontées aux mêmes difficultés. Ce mémoire se concentre sur la pratique photographique de mode qui a une visée commerciale mais qui est exercée par des profils qui ont une pratique artistique parallèle. Le rôle du photographe de mode en tant qu'il s'agit d'une fonction de communication est de « créer une plus-value symbolique aux produits ou à l'image de l'entreprise. Ils travaillent à construire l'identification de ces marques en fabriquant une image singulière repérable sur le marché que cible l'annonceur⁴. » Au sein de

⁴ Lizé, Wenceslas, Delphine Naudier, et Olivier Roueff. « Chapitre IV. Les intermédiations complexes du marché du travail de la photographie publicitaire », *Intermédiaires du travail artistique. À la frontière de l'art et*

cette catégorie là encore les possibilités sont multiples et la tâche diffère en statut et en compétences selon qu'il s'agit d'une nature morte pour du e-commerce ou d'une couverture d'un magazine de mode reconnu. Les catégories qui sont les plus considérées sont celles où le photographe a davantage de liberté artistique mais pas nécessairement la meilleure rémunération comme dans le cadre d'un *shooting* éditorial. La réputation du photographe bénéficie directement du crédit de la marque qui l'engage. La photographie tient une place particulière dans l'industrie de la mode qui a à voir avec le statut ambivalent de la mode et du luxe, elle met en scène sa dimension artistique tout en demeurant la fonction publicitaire d'un produit, le vêtement, destiné à la consommation.

L'objet de ce mémoire est de s'intéresser aux transformations dans les relations professionnelles dues à la popularisation des réseaux sociaux numériques, en particulier Instagram; en quoi cela soulève des enjeux qui sont autrement plus complexes que la réduction de cette pratique à un épanchement narcissique. La stratégie des photographes de mode sur les réseaux sociaux numériques ne se limite pas à la promotion de leur travail et les conséquences que cette activité exerce sur eux soulève des enjeux qui concernent d'autres travailleurs des mondes artistiques.

L'usage professionnel des réseaux sociaux numériques par les photographes est un sujet qui se situe au croisement de plusieurs axes thématiques qui ont été étudiés de façon isolée dans la littérature : les photographes professionnels, les réseaux sociaux numériques et les milieux de l'art en particulier de la mode et de la photographie. La photographie est un sujet qui convoque une large littérature que ce soit esthétique, historique et sociologique. Les études sociologiques sur la profession de photographes sont en revanche moins nombreuses même si *Un Art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie* (1965) dirigé par Pierre Bourdieu se penche sur ce qui la caractérise à partir d'une enquête menée par Luc Boltanski et Jean-Claude Chamboredon. L'enquête sociologique la plus récente nous vient du sociologue Sylvain Maresca, sociologue spécialiste de l'image avec son livre *Basculer dans le numérique. Les mutations du métier de photographe* (2014) où il traite des nouveaux aspects d'organisation sur le lieu de travail. Le corps professionnel des photographes a fait également l'objet de revues comme le Cahier Louis-Lumière associée à l'une des écoles nationales de photographie qui y consacre sa septième édition en 2010, *Nouvelles perspectives pour les photographes professionnels*. En dehors des quelques ouvrages

du commerce, sous la direction de Lizé Wenceslas, Naudier Delphine, Roueff Olivier. Ministère de la Culture - DEPS, 2011, pp. 119-120.

consacrés aux photographes professionnels, dont la plupart avant la révolution numérique des années 2000, la profession des photographes est le plus souvent mobilisée à titre d'exemple dans une littérature plus riche sur la question de la photographie. C'est le cas dans le numéro 194 de la revue *Communication & langages* en 2017, intitulé *Le partage photographique* avec plusieurs articles qui concernent les photographes comme l'article de Clara Bouveresse, « *Magnum Photos* et les réseaux sociaux, la conquête d'une nouvelle visibilité » où elle décrit comment l'agence de photographes, notamment célèbre pour sa défense du droit d'auteur, a réactualisé son mode de partage photographique en s'alignant avec les usages d'Instagram où le visionnage des photographies et leur partage est gratuit.

La dernière étude statistique consacrée aux photographes professionnels date de 2015, par Claude Vauclare et Rémi Debeauvais, réalisée à la demande du Département des études de la prospective, des statistiques et de la documentation (DEPS) pour le ministère de la Culture, elle fournit quelques chiffres clés sur cette catégorie d'emploi. En dehors de cela, la figure du photographe a été retranscrite en littérature mais sans vision d'ensemble en mettant à l'honneur quelques figures célèbres de la profession, comme Robert Doisneau⁵, Henri Cartier-Bresson⁶ ou encore Dorothea Lange⁷ à l'occasion d'une exposition la célébrant au Jeu de Paume en 2018 à Paris. Les écrits qui traitent d'une partie ou de l'ensemble de la profession font peu cas, faute de données, de tous les autres individus qui évoluent autour de la figure tutélaire du photographe comme les différents assistants.

La photographie de mode et de publicité a, quant à elle, fait l'objet de plusieurs travaux. En France, le livre de Frédéric Monneyron *La photographie de mode. Un art souverain* (2010) explore les enjeux esthétiques de cette discipline en retraçant son histoire. Il s'appuie pour ce faire sur les études des sociologues étrangers qui ont traité la question des photographes de mode comme Nancy Hall-Duncan dans *Histoire de la Photographie de mode*, 1978. Également à l'étranger, le sociologue suédois Patrick Aspens, spécialiste des questions de l'industrie de la mode, a publié en 2006 *Markets in fashion. A phenomenological approach* où il étudie les intérêts intersubjectifs de ses acteurs. En France, une thèse soutenue en 1985 par Pascaline Costa *Créateurs et professionnels : les photographes de publicité et de mode* à l'EHESS établit l'importance du réseau dans ce monde professionnel à partir d'une enquête de terrain. Comme le soutenait déjà Sylvain Maresca en 2014, les ouvrages sociologiques

⁵ Hamilton, Peter. *Robert Doisneau : la vie d'un photographe*. Traduit par Sylvère Monod, Hoëbeke, 1995.

⁶ Assouline, Pierre. *Henri Cartier-Bresson : l'oeil du siècle*. Gallimard Education, 2001.

⁷ Pardo, Alona. *Dorothea Lange : Politiques du visible*. Prestel, 2018.

consacrés à la profession ont été publiés avant les dernières évolutions numériques ou n'en font qu'une brève mention⁸. La photographie de mode, s'agissant d'une branche de la publicité a également fait l'objet d'un rapport d'études pour le ministère de la Culture. *Intermédiaires du travail artistique* (2011). Lizé Wenceslas, Delphine Naudier et Olivier Roueff y consacrent un chapitre pour expliquer le rôle essentiel des agents de photographes et des acheteurs d'art des agences de communication dans l'industrie de la publicité.

Le sujet des photographes professionnels est également pris comme exemple dans les ouvrages qui traitent de la pratique. André Gunthert, historien qui s'est penché sur le partage photographique sur le web dans son livre *L'image partagée. La photographie numérique* (2015) déconstruit le préjugé du photographe amateur jugé par les professionnels responsable de la dégradation de la profession. On peut aussi noter l'étude de Jean-Samuel Beuscart et Maxime Crépel parut dans l'ouvrage *Les stratégies de la notoriété. Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques* en 2014 sous la direction de Wenceslas Lizé, Delphine Naudier et Séverine Sofio. Leurs travaux portent notamment sur les photographes qui publient sur Flickr, le réseau d'autopublication dédié à l'image qui a précédé Instagram, où ils catégorisent plusieurs stratégies d'engagement de la part des « artistes-amateurs⁹ ».

Les écrits concernant la question de la promotion des artistes sur les réseaux sociaux numériques n'a pas pour objet d'étude les photographes mais existe pour d'autres branches artistiques tels que les écrivains avec Louis Wiart, « Le *personal branding* des écrivains sur les réseaux sociaux » (*Communiquer*, 2019). Le spécialiste en France est certainement Jean-Samuel Beuscart qui a également travaillé sur les musiciens, « Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique. Les usages de MySpace par les musiciens autoproduits » pour la revue *Réseaux* (2008). Avec Kevin Mellet il s'est penché sur les vidéastes de Youtube dans un article « La conversion de la notoriété en ligne. Une étude des trajectoires de vidéastes pro-am », (*Terrains & travaux*, 2015) d'un numéro consacré à la réputation. Les artistes plasticiens font également l'objet d'étude avec, plus récemment sur l'application Instagram, l'article de Keyvane Alinaghi, artiste pluridisciplinaire, « Followers, Likes, Vues : l'illusion d'une valorisation artistique par la quantification ? » (2023) pour *Marges*, une revue consacrée à l'art contemporain. Ces travaux retracent des stratégies

⁸ Maresca Sylvain. « Photographes : sociologie d'une profession mal connue », *Cahier Louis-Lumière*, no. 7, 2010, p. 10.

⁹ Beuscart, Jean-Samuel, et Maxime Crepel. « Les plateformes d'autopublication artistique en ligne : 4 figures de l'engagement des amateurs dans le Web 2.0 ». *Les Stratèges de la notoriété*. sous la direction de Wenceslas Lizé, Delphine Naudier, et Sylvie Sofio, La Documentation Française, 2014, p. 167.

différentes puisqu'elles concernent des disciplines artistiques qui nécessitent de plus grandes audiences. Instagram et les artistes contemporains font également l'objet de travaux universitaires, ainsi Maude Raymond a écrit un mémoire *Entre intégration et rejet : L'utilisation d'Instagram par les artistes visuels à Montréal en 2022*. Cette promotion sur les réseaux sociaux ne concerne pas seulement les artistes mais également les disciplines sportives, l'article de Guillaume Dumont traite dans la revue *Réseaux*, du cas des grimpeurs professionnels (« Le travail réputationnel », 2016) en mobilisant les notions de réputation telle que définie par différents sociologues de l'art.

Pour conclure cet état de l'art, la sociologie de l'art est également éclairante pour comprendre les enjeux de cette profession en la mettant en regard avec les autres professions artistiques. Pierre-Michel Menger (*Portrait de l'artiste en travailleur*, 2002, *Le travail créateur*, 2009, *Être artiste*, 2012) s'inscrit dans la lignée des spécialistes des mondes de l'art comme son mentor, Raymonde Moulin (*L'Artiste, l'institution et le marché*, 1992, *Sociologie de l'art*, 1999) et Howard S. Becker (*Les Mondes de l'art*, 1982), ils fournissent un modèle de réflexion qui permet de comprendre les aspects essentiels de cette industrie.

Le but de ce mémoire est d'intégrer la dimension promotionnelle du photographe de mode sur les réseaux sociaux numériques ce qui n'a pas été exploré dans les travaux sociologiques concernant les mutations dans le travail photographique, avec ce questionnement : **En quoi les réseaux sociaux numériques, en particulier Instagram, sont essentiels pour le photographe de mode a fortiori pour l'aspirant photographe afin qu'il constitue et entretienne son réseau de contacts ?**

Ce questionnement global permet de démontrer l'obligation d'avoir un compte Instagram dans le milieu photographique et ce que cela apporte en comparaison des autres moyens de présence en ligne et des mécanismes de recrutement traditionnels dans le milieu de la photographie de mode.

La photographie de mode, branche de la photographie publicitaire et notamment son implantation en région parisienne constitue le terrain de notre enquête. L'enquête s'intéresse en particulier aux nouveaux entrants dans le secteur qui souhaitent devenir photographe mais qui ne vivent pas encore de la seule fonction de prise de vue. Nous incluons également des points de vue extérieurs avec d'autres acteurs de l'industrie. Dans la mesure où ce mémoire cherche à comprendre le fonctionnement de réseaux professionnels sur les réseaux sociaux

numériques, Instagram constitue notre terrain en particulier la communauté des travailleurs de la mode et de la publicité (souvent interchangeables) qui y évoluent.

La catégorie socio-professionnelle des photographes de mode est elle-même traversée par une grande disparité des profils; afin de mieux comprendre les enjeux auxquels ils font face, le mode d'enquête privilégié a été l'enquête qualitative. Cette enquête a été menée sous forme d'entretiens semi-directifs anonymisés auprès des travailleurs de l'image dans un échantillon de la population varié professionnellement même si la priorité a été donnée aux photographes en particulier en début de carrière. Nous avons également inclus le témoignage de quelqu'un qui n'est pas photographe mais qui travaille avec eux, une maquilleuse et le point de vue d'un photographe qui ne travaille pas dans le milieu mais qui utilise aussi Instagram. Ces choix permettent de remettre le sujet dans son contexte à savoir que la plateforme est employée par de nombreux travailleurs visuels. L'objectif est, par un échange voulu le plus fluide possible, de recueillir des témoignages personnels. Les participants à l'étude ont été démarchés sur Instagram à partir de recommandations quand il ne s'agissait pas de connaissances qui travaillent dans ces milieux, ce qui constitue un biais mais également un avantage pour mener des entretiens approfondis sur l'expérience de chacun. Les participants sont âgés de 23 à 62 ans. Douze personnes évoluant dans ce milieu ont été contactées sur lesquelles neuf ont répondu positivement pour un entretien de vive voix mené dans un café ou chez eux. Ci-dessous le tableau qui présente les différents profils selon l'ordre des entretiens, leur prénoms ont été modifiés :

Participant	Âge	Genre	Activité	Ancienneté	Statut	Formation
Johan	24	M	Photographe, assistant, production	3 ans	Micro-entrepreneur	Bac +3 Gobelins
Maxime	24	M	Photographe, Assistant, set design	3 ans	Micro-entrepreneur	Bac +2 École privée
Mickaël	62	M	Photographe	45 ans	Artiste-auteur	Bac + 2 Apprentissage

Participant	Âge	Genre	Activité	Ancienneté	Statut	Formation
Charlotte	27	F	Photographe, assistante	3 ans	Micro-entrepreneur	Bac +3 Gobelins
Gaspard	25	M	Photographe	3 ans	Artiste-auteur	Bac +3 Gobelins
Marie	27	F	Maquilleuse	6 mois	Micro-entrepreneur	Bac + 3 Ecole privé
Jeanne	26	F	Photographe, graphiste	2 ans	Artiste-auteur	Bac + 5 Beaux-Arts
Kylian	23	M	Photographe amateur	5 ans	-	Bac + 5 Master
Félix	28	M	Photographe, assistant	6 ans	Micro-entrepreneur	Bac + 2 BTS photo

Fig. 1. – Tableau 1. Présentation des participants à la recherche

Les entretiens se sont déroulés entre février et mai 2024 en présentiel et ont duré entre 40 minutes et 2 heures. Ils ont ensuite été retranscrits pour servir de matériaux d'analyse. L'entretien s'ouvre sur des considérations simples autour de l'entrée dans la profession ainsi que sur ses motivations pour ensuite aborder la gestion d'un compte Instagram que nous qualifions de « professionnel » et du sentiment vis-à-vis de cette pratique. Tous les participants ont un compte Instagram entre 1 100 et 7 000 abonnés et suivent eux-mêmes entre 600 et 2500 comptes. Une grille de questions a été établie au préalable pour servir de support mais les questions varient d'un entretien à l'autre car l'objectif était de rebondir sur les réponses des participants pour comprendre les problématiques individuelles. Cette méthode a permis d'envisager de nouveaux axes de réflexions tout en confirmant les hypothèses de travail qui ont motivé cette enquête.

Les entretiens sont complétés par une enquête d'observation menée exclusivement sur l'application Instagram et en particulier dans la communauté des photographes de mode et les autres acteurs du secteur (boîte de production, agents, magazines, marques) afin d'établir les codes et les usages de présentation. Cette étude sur Instagram est particulièrement portée sur

le type de publications partagés et la façon qu'ont les professionnels du secteur de se présenter. Elle est retranscrite sous forme de description en utilisant la méthode préconisée par Jean-Samuel Beuscart, Eric Dagiral et Sylvain Parasio dans *Sociologie d'Internet*¹⁰.

La première partie de ce mémoire permettra de passer en revue quelques éléments de contexte pour expliquer comment et pourquoi Instagram s'est imposé face aux autres réseaux sociaux numériques dans les échanges entre professionnels de la mode. Une seconde partie s'intéressera à établir les conventions et les échanges professionnels qui ont lieu sur Instagram. Une troisième partie ouvrira le débat sur les questions qui touchent aux limites de cette pratique, que ce soit les limites personnelles des travailleurs de la photographie comme les limites techniques et politiques de l'application.

¹⁰Beuscart, Jean-Samuel, Éric Dagiral, et Sylvain Parasio. « Chapitre 2. Interactions et sociabilités avec internet », *Sociologie d'internet*. sous la direction de Beuscart Jean-Samuel, Dagiral Éric, Parasio Sylvain. Armand Colin, 2019, pp. 51-53.

I. Instagram : Carte de visite du photographe

Le travail d'autopromotion n'est pas apparu avec les réseaux sociaux numériques et ne concerne pas seulement les photographes de mode. Cette première partie vise à contextualiser cette pratique et comprendre pourquoi elle se déroule aujourd'hui précisément sur le réseau social Instagram concernant les photographes de mode. Cette partie vise également à établir en quoi la stratégie des photographes de mode se rapproche et se distingue des autres professions artistiques.

A. L'origine de l'utilisation professionnelle d'Instagram

1. Tradition de la culture participative

Les pratiques associées à l'avènement du Web participatif également appelé Web 2.0 mettent en exergue l'un des prérequis qui caractérise la tâche du travailleur des mondes de l'art c'est-à-dire la capacité à valoriser son travail. Avec l'arrivée des premiers blogs et réseaux sociaux, les internautes peuvent désormais partager du contenu librement (tant que cela respecte la politique de la plateforme) selon l'identité qui leur convient. Les artistes peuvent ainsi faire valoir leur production en autonomie, l'utilisation de ces plateformes étant gratuite, plus simple techniquement qu'un site internet. Le contenu partagé n'est pas uniquement visionné mais représente un espace virtuel d'interactions. En publiant du contenu ou en interagissant avec celui des autres, une forme d'écriture collective se met en place et le volume d'information généré par les utilisateurs ou *user generated content*¹¹ est traité par des algorithmes de référencement qui incluent dans leur calcul les données qui mesurent la viralité d'un *post*. Avec la possibilité que le contenu soit vu par tous, il y a l'idée implicite que les acteurs des réseaux sociaux numériques sont sur un même plan égalitaire et que l'évaluation du contenu est éthique. L'artiste a donc en théorie un grand intérêt à s'inscrire sur des plateformes mondialement populaires pour connaître l'expérience euphorisante du succès en ligne à-même de lui ouvrir les portes de son milieu professionnel artistique de prédilection. On peut envisager la popularité en ligne comme un capital qui peut se convertir

¹¹ Gunthert, André. « L'image partagée ». *Études photographiques*, no. 24, nov. 2009, p. 4.

dans les industries professionnelles attenantes, comme cela est notamment analysé par Jean-Samuel Beuscart et Maxime Crepel dans « Les plateformes d'autopublication artistique en ligne : 4 figures de l'engagement des amateurs dans le Web 2.0 ». Contrairement à la réalité du milieu professionnel artistique qui, quelle que soit sa spécialité, est réputé comme excluant, poster sur les réseaux sociaux apparaît comme un moyen de contourner l'élitisme des mondes de l'art en atteignant le succès par la viralité. La crédibilité d'une œuvre ne serait plus déterminée par les acteurs des mondes de l'art qui « détermine les frontières de l'art recevable¹² » mais par sa popularité auprès d'un plus large public.

Cet idéal ne ressemble pas exactement à la réalité, l'expérience des utilisateurs décrite par les travaux de Jean-Samuel Beuscart qui a également travaillé sur les musiciens de MySpace¹³, les photographes de Flickr¹⁴ et les vidéastes de Youtube¹⁵ a établi que l'acquisition d'une audience était un travail incertain et laborieux tout comme la conversion de ce capital nouvellement acquis dans les industries du divertissement associées¹⁶. Malgré que les acteurs des mondes de l'art soient les premiers conscients de la faible probabilité d'un éventuel succès en ligne, c'est désormais convenu qu'un artiste peu importe sa popularité documente sa pratique via Instagram et en fasse la promotion¹⁷. Son usage s'est banalisé parmi les artistes au point qu'Instagram peut être envisagé comme indispensable pour évoluer dans les mondes de l'art¹⁸. Ce qui est plus étonnant, c'est que son usage s'est démocratisé à tous les travailleurs du milieu artistique et pas seulement aux figures tutélaires des mondes de l'art : techniciens et assistants utilisent désormais Instagram pour faire valoir leur propre créativité ayant après tout choisi ce milieu avec l'espoir de vivre eux-aussi de leur propre talent artistique.

¹² Becker, Howard S. *Art Worlds*. University of California Press, 1982; traduit en français par Jeanne Bouniort, *Les mondes de l'art*, Flammarion, 2010, p. 232.

¹³ Beuscart, Jean-Samuel. « Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique. Les usages de MySpace par les musiciens autoproduits », *Réseaux*, vol. 152, no. 6, 2008, pp. 139-168.

¹⁴ Beuscart, Jean-Samuel, et Maxime Crepel. « Les plateformes d'autopublication artistique en ligne : 4 figures de l'engagement des amateurs dans le Web 2.0 ». *Les Stratèges de la notoriété*, édité par Wenceslas Lizé, Delphine Naudier, et Sylvie Sofio, La Documentation Française, 2014, pp. 165-184.

¹⁵ Beuscart, Jean-Samuel, et Kevin Mellet. « La conversion de la notoriété en ligne. Une étude des trajectoires de vidéastes pro-am », *Terrains & travaux*, vol. 26, no. 1, 2015, pp. 83-104.

¹⁶ Beuscart, Jean-Samuel, et Maxime Crepel. « Les plateformes d'autopublication artistique en ligne : 4 figures de l'engagement des amateurs dans le Web 2.0 », op. cit., pp. 182-183.

¹⁷ C'est en tout cas le postulat de l'article de Jennings, Rebecca. « Everyone's a Sellout Now ». *Vox*, 1 février 2024.

<https://www.vox.com/culture/2024/2/1/24056883/tiktok-self-promotion-artist-career-how-to-build-following>

¹⁸ Rapport Hiscox 2017 sur le marché de l'art en ligne. Cité par Alinaghi, Keyvane. « Followers, Likes, Vues : l'illusion d'une valorisation artistique par la quantification ? », *Marges*, vol. 36, no. 1, 2023, pp. 23-38.

Comme analysé par André Gunthert, les photographies partagées sur les réseaux sociaux visuels à l’instar d’Instagram n’ont pas de valeur monétaire immédiate¹⁹. La culture de la convergence²⁰ et du partage ont relayé à la marge le droit d’auteur. L’image sur les réseaux sociaux n’est plus une fin en soi offerte à la contemplation mais le support d’un échange et sa valeur est symbolique, si le bon usage veut que son auteur soit mentionné il n’en ait pas pour autant rétribué financièrement. Cette valeur est appréciable par des indices numériques, un profil possède un nombre d’abonnés, chacune de ses publications un nombre de *j’aime* et ses vidéos un nombre de *vues*. Tous ces indices sont un indicateur pour les algorithmes qui mettent en valeur les publications en fonction du taux d’engagement et mesurent une forme de popularité. Le système est le même depuis les premiers réseaux sociaux numériques ou les blogs, la publication est un lieu d’échange plus qu’un simple épanchement narcissique²¹. Les usages sur Instagram sont divers, Dominique Cardon qui a proposé dans son livre *Culture Numérique* une classification des réseaux sociaux numériques, le classait dans la catégorie des réseaux en *phares*²², c’est-à-dire une plateforme où le profil de l’utilisateur était consultable par tous. On pourrait désormais considérer que son système de paramétrage d’audience permet son utilisation sur le mode des réseaux en *clair-obscur* soit un réseau social où certains contenus sont rendus visibles à une partie des utilisateurs définie en amont tandis que d’autres contenus sont visibles par tous. Pour autant, l’usage d’Instagram sur le mode de la promotion de l’activité professionnelle impose une utilisation en *phare* avec un compte en public et un contenu qui s’adresse à une large audience. L’internaute, en publiant, se confectionne le moi social qui lui convient mais le fait toujours selon une stratégie de communication. On ne choisit pas seulement qui l’on veut être mais à qui l’on s’adresse. L’internaute s’adresse à un « lecteur idéal²³ » en transitant par un « énoncé intermédiaire²⁴ ». Dans le cas du photographe de mode, il s’adresse en même temps à un réseau de contacts large et détendue qui constitue son réseau de connaissances professionnelles (déjà présents et à venir) tout en intégrant un public plus large de curieux et en conservant leurs liens forts (famille, amis).

¹⁹ Gunthert, André. « L’image partagée », op. cit.

²⁰ Jenkins, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press, 2006.

²¹ Cardon, Dominique, et Hélène Delaunay-Téterel. « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux*, vol. no 138, no. 4, 2006, p. 17.

²² Cardon, Dominique. *Culture numérique*. Presses de Sciences Po, 2019, pp. 157-162.

²³ Cardon, Dominique, et Hélène Delaunay-Téterel. « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », art. cit., p. 23.

²⁴ Ibid.

Intérêts d'Instagram

Dans le cas des artistes visuels, Instagram s'est imposé progressivement en tant qu'il s'agit d'une plateforme visuelle où les différentes fonctionnalités permettent d'envisager une diffusion gratuite au plus grand nombre comme à un cercle choisi. Lancé en 2011 sur iOS (système d'exploitation des *smartphones* d'Apple) à destination de tous les photographes, son usage s'est démocratisé à l'ensemble de la population avec 2 milliards d'utilisateurs actifs par mois dans le monde²⁵ dont 25.9 millions en France en 2024²⁶. Parmi ses utilisateurs, dont le profil sociologique est plus jeune que la moyenne puisque 60% des utilisateurs ont entre 13 et 34 ans²⁷, on retrouve les acteurs du milieu de la photographie qui ont au moins un compte public où ils se présentent de façon professionnelle. On peut se rendre compte de la banalisation d'avoir un compte Instagram pour les photographes car leurs agences y renvoient sur leur propre site internet (Annexe 1). Les sites personnels des photographes, une autre manière d'être présent en ligne avant l'utilisation d'Instagram, renvoient également au compte Instagram et réciproquement les comptes Instagram renvoient au site (Annexe 2).

Conformément aux conclusions sociologiques menées sur les liens sociaux sur le web comme dans l'ouvrage collectif, *Sociologie d'Internet* dirigé par Jean-Samuel Beuscart, Eric Dagiral et Sylvain Parasio, les comptes Instagram des professionnels de la photographie, en dehors des célébrités, regroupent dans leur base d'abonnés et de suivis des personnes qu'ils connaissent dans la vraie vie selon une logique de continuité entre vie physique et communication sur internet²⁸. Ils se présentent sous leur identité civile pour être retrouvés via des moteurs de recherche²⁹, ce qui signifie que leur présentation est conforme à leur identité sociale réelle avec la particularité qu'ils affichent ici leur facette professionnelle. Cela évoque les travaux menés sur les blogs par Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Téterel, « La production de soi comme technique relationnelle » (2006) où ils établissent quatre grandes familles dans lesquelles classer les différentes formes de *blogging* en fonction du contenu, de la cible et du ton adopté. On peut envisager que les comptes professionnels de photographes sur Instagram correspondent au troisième type de blogueur qu'ils ont identifiés. Dans cette

²⁵ Statista. « Global social networks ranked by number of users 2024 ». Statista, 29 avril 2024, www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users.

²⁶ Statista. « Countries with the most Instagram users 2024 ». Statista, 15 février 2024, www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users.

²⁷ Ricard, Jade. « Réseaux Sociaux en France en 2024 : Usages, Chiffres clés et Tendances ». Awitec, 5 mars 2024, www.awitec.fr/blog/reseaux-sociaux-en-france-en-usages-chiffres-cles-et-tendances.

²⁸ Beuscart, Jean-Samuel, Éric Dagiral, et Sylvain Parasio. *Sociologie d'internet*. Armand Colin, 2019, p. 64.

²⁹ Ibid.

catégorie, les photographes se fondent une identité à partir d'un aspect de leur personnalité, ici leur activité professionnelle et artistique. Le photographe sur les réseaux sociaux produit une image stable à la fois à destination d'individus qu'il connaît d'avant et également « pour recruter et échanger avec des personnes présentant une facette similaire avec lesquelles il n'entretenait pas nécessairement de lien d'interconnaissance préalable³⁰ ». Ainsi en mettant en valeur un point d'intérêt spécifique, il s'adresse également à une audience plus large qui partage leur goût pour la photographie et la mode.

« Le blogueur cherche à rencontrer d'une part un collectif qui partage les mêmes goûts et pratiques, une sorte de communauté de pairs, et d'autre part un public plus large de curieux qui permettra la diffusion des œuvres présentées³¹. »

La stratégie de présentation des jeunes photographes ressemble également à la troisième trajectoire-type identifiée par Jean-Samuel Beuscart et Maxime Crépel dans leur étude des photographes de Flickr : « l'artiste professionnel "sorti du web"³² ». Conformément à cette configuration, les photographes emploient Instagram avant tout pour « convertir la notoriété et la reconnaissance construites sur la plateforme en une forme de réputation artistique³³ ». Plus que la reconnaissance des pairs, les photographes ciblent les intermédiaires du monde de la photo. Instagram permet à la fois de construire un signal de réputation par des mesures de popularité à destination des professionnels comme des agents ou d'éventuels clients qui sont également présents sur l'application.

Ces travaux concernent surtout la figure de l'utilisateur qui pratique une passion de façon « amateur » et qui cherche à se professionnaliser. Depuis 2016, le réseau social Instagram propose une distinction qui permet aux utilisateurs d'afficher explicitement le but professionnel de leur utilisation de la plateforme. En effet, l'application a désormais mis à disposition des usagers des fonctionnalités qui ressemblent à des outils marketing classiques de promotion et qui permettent à l'utilisateur de « professionnaliser » leur présentation sur les réseaux sociaux numériques. Il y a également une option qui permet de sponsoriser son contenu ce qui rappelle les techniques de marketing appliquées ici à soi. Sans parler de la vérification de compte qui se traduit par une pastille bleu à côté du nom d'utilisateur et qui

³⁰ Cardon, Dominique, et Hélène Delaunay-Téterel. « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », art. cit., p. 48.

³¹ Ibid p. 49.

³² Beuscart, Jean-Samuel, et Maxime Crepel. « Les plateformes d'autopublication artistique en ligne : 4 figures de l'engagement des amateurs dans le Web 2.0 », op. cit., pp. 178-179.

³³ Ibid.

est réservée initialement aux célébrités mais peut également se faire à la demande de l'utilisateur (lorsqu'il a une base d'abonnés conséquente), cela constitue un autre signal fort de réputation.

2. L'évolution de l'autopromotion du photographe de mode

La démarche du photographe sur Instagram n'obéit pas à un schéma particulier mais elle s'ancre dans une tendance globale de promotion de soi dans un cadre professionnel. On parle de *personal branding* également appelé *self branding*, le terme a été popularisé par le consultant américain Tom Peters dans le magazine *Fast Company* (Août/Septembre 1997) à l'occasion d'un article intitulé « The Brand Called You³⁴ ». Il y théorise que les techniques de marketing peuvent s'appliquer à l'individu, une pratique qui concerne surtout les cadres de la finance, soit des travailleurs qualifiés. Sa théorie a pris un nouvel essor avec les réseaux sociaux numériques et concerne désormais à une échelle variable beaucoup plus de secteurs professionnels. La notation en ligne, l'actualisation d'un profil LinkedIn, le compte professionnel sur Instagram sont des formes de *personal branding* en tant que les individus font la promotion de compétences, valeurs et qualités personnelles comme ferait une marque. C'est un processus plus ou moins explicite selon la situation qui mobilise des compétences relationnelles et techniques. Ces techniques ont donné lieu à toutes formes d'écrits qui touchent au domaine du développement personnel où sont exposées différentes stratégies du marketing appliqué à l'individu. Certaines, appliquées aux réseaux sociaux sont nullement prouvées puisque les sociétés privées les détenant ne révèlent pas le fonctionnement de leurs algorithmes. Ces écrits rappellent ceux des années 90 assimilables pour Luc Boltanski et Eve Chiapello à des « codes de morale contemporains³⁵ ».

En tant que créateur d'images, le photographe se vend toujours à partir du travail réalisé. C'est le rôle du *book*, initialement un classeur rassemblant une sélection de clichés qui existe

³⁴ Peters, Tom. « The Brand Called You. » *Fast Company Magazine*, no. 10, 1997, pp. 83-90. Cité par Wiart, Louis. « Le personal branding des écrivains sur les réseaux sociaux : gestion de l'identité et de la notoriété en ligne ». *Communiquer*, no. 26, 2019, pp. 67-87.

³⁵ Boltanski, Luc, et Ève Chiapello. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Gallimard, coll. « Essais », 1999, p. 95. Cité par Guienne, Véronique. « Savoir se vendre : qualité sociale et disqualification sociale. » *Cahiers de recherche sociologique*, no. 43, 2007, pp. 7-8.

désormais sur support numérique et qui atteste sa réputation et sa griffe³⁶. Le site internet est également un moyen de présenter son travail, il est couramment utilisé par le photographe avec l'avantage qu'il est référencé sur les moteurs de recherche et qu'il permet le contact rapide par la mention d'une adresse mail, un numéro de téléphone ou la fonctionnalité de formulaire. À cela vient s'ajouter le compte Instagram du photographe qui comporte d'autres avantages dans cette démarche d'autopromotion.

Expérience euphorisante

Les réseaux sociaux numériques proposent une expérience positive pour l'utilisateur. Keyvane Alinaghi dans son article pour la revue *Marges* (2023/1 (n° 36)) parle d'une expérience utilisateur « euphorisante³⁷ ». En effet si en publiant sur les réseaux sociaux numériques l'artiste confronte son travail au jugement public, il ne reçoit que des notifications positives sous la forme de *j'aimes* ou *likes*, de nouveaux abonnés dits *followers* et un compteur de *vues* (sur les *stories* ces publications éphémères et sur les vidéos). Les internautes ne restent pas passifs devant les publications sur Instagram, le design de l'application dit *user friendly* encourage la réaction avec des mécanismes qui la rendent la plus instinctive et frénétique possible (*double tap* pour *liker*, *swipe* pour ajouter des *réactions*).

« Les RSN (réseaux sociaux numériques) sont des espaces de confrontation rassurants, dans lesquels les artistes filtrent les éventuelles formes de dépréciation et évitent toutes sanctions ou jugements d'experts qu'offre une monstration hors ligne³⁸. »

La diffusion d'un travail que l'artiste souhaite la plus favorable possible devient une expérience rendue positive par l'architecture même de l'application. Tout en prétendant être un espace neutre, elle conforte le créateur dans sa réalisation et légitime son travail³⁹. La photographie Instagram n'est pas présentée comme un objet fini offert à la contemplation mais comme le support d'une écriture commune. Elle ne peut se soustraire à la couche d'appréciation lorsqu'elle est insérée dans le flux d'images et de vidéos. Les compteurs

³⁶ Lizé, Wenceslas, Delphine Naudier, et Olivier Roueff. « Chapitre IV. Les intermédiations complexes du marché du travail de la photographie publicitaire », op. cit., p. 120.

³⁷ Alinaghi, Keyvane. « Followers, Likes, Vues : l'illusion d'une valorisation artistique par la quantification ? », art. cit., p. 28.

³⁸ Ibid p. 28.

³⁹ Ibid.

envoient un signal fort, ils encouragent la publication chez le créateur tout comme ils sont utilisés par les recruteurs des mondes de l'art. Alinaghi cite le rapport Hiscox 2017 sur le marché de l'art contemporain où les galeristes affirment en majorité utiliser Instagram pour découvrir des artistes et pour les promouvoir⁴⁰. Ils contribuent à alimenter le mythe que le processus de sélection des internautes devenus des créateurs de contenus, se fait selon un cercle vertueux et qu'en plaçant chaque internaute comme un juge, le contenu qui émerge est le plus méritant.

Pour les photographes qui ont grandi avec Instagram, cela constitue leur premier contact avec un public, pour les photographes des générations précédentes, c'est également l'occasion de sortir de leurs cercles de diffusion habituels et de l'utiliser comme moyen d'archivage. Dans leur cas, il s'agit d'un outil supplémentaire, simplement un nouveau support pour diffuser leur travail avec lequel ils peuvent davantage se détacher.

Pour les photographes de mode et *a fortiori* en début de carrière, on peut considérer que leur lecteurs idéal sur les réseaux sociaux sont ses pairs, les personnes à même de nouer des partenariats professionnels. Contrairement à un artiste qui bénéficie grandement dans ses négociations professionnelles de l'argument d'une communauté en ligne (musicien, plasticien, écrivain) en tant qu'il doit vendre un produit au plus grand nombre, le photographe de mode adopte une stratégie différente qui le rapproche des autres travailleurs visuels (graphistes). Cependant un photographe en début de carrière ne peut que bénéficier d'une forme de popularité en ligne, un nombre important d'abonnés peut se substituer de manière assez convaincante à la monstration d'une expérience dans un cadre professionnel. Dans une économie caractérisée par une offre qui excède largement la demande et où on ne peut prédire le devenir d'un produit artistique, pouvoir se rapporter à la matérialité des chiffres qui entourent désormais un artiste est un indice pour les commanditaires du marché. En effet, en privilégiant un artiste avec une popularité relative en ligne, ils peuvent limiter le risque d'échec de leurs investissements. Dans le cas des nouveaux entrants sur un marché influencés par des modes (au cycle de vie de plus en plus court), pouvoir afficher un nombre d'abonnés conséquent agit comme un gage de confiance auprès d'un client, c'est en tout cas le point de départ de notre recherche qui est par ailleurs corroboré par le constat réalisé dans les autres disciplines artistiques cité précédemment.

⁴⁰ Ibid p. 25.

B. L'importance du tissu relationnel dans les milieux artistiques

1. Utilisation d'Instagram pour maintenir le lien entre pairs

Au sein des photographes de mode, les démarches d'autopromotion sont diverses et les profils ne profitent pas tous de la même visibilité. Pour une minorité de profils qui jouissent d'une grande popularité en ligne (grand différentiel entre abonnés et abonnements), souvent les mêmes qui sont valorisés dans l'économie de la photographie de mode, une majorité de profils navigue dans l'indifférence du public. Leur démarche consistant, non pas à vendre un produit au plus grand nombre mais à proposer leur force de travail à une communauté, ils s'adressent à l'ensemble des liens faibles et proches qui constituent tous leurs répertoire de contacts professionnels, sous le regard de leurs liens forts. Les travaux sociologiques menés sur les sociabilités numériques montrent que dans la majorité des cas, celles-ci s'inscrivent dans une logique de continuité entre pratique en ligne et hors-ligne⁴¹. Parmi les différentes dynamiques d'échanges décrites par les travaux sociologiques, l'utilisation d'Instagram dans notre cadre d'étude se fait à la fois pour prolonger hors-ligne les échanges quotidiens avec les liens forts⁴² et à la fois pour « activer des liens latents et très faibles⁴³ ».

Les réseaux artistiques ont un fort ancrage géographique comme l'a démontré Pierre-Michel Menger dans *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain* (2009). En effet d'après la dernière étude statistique sur la profession en 2014, 39 % exercent en Île-de-France⁴⁴. On peut expliquer cet attachement géographique au mode de travail, une part de l'activité artistique est sous-traitée à de petites entités qui sont interdépendantes⁴⁵. Les marques passent par des sociétés de communication qui passent par des sociétés de production spécialisées dans les *shootings* photo, celles-ci recrutent l'équipe technique et passent par des agences pour trouver l'équipe artistique et les mannequins. La location du matériel et la restauration sont confiées à des sociétés tierces. L'ensemble constitue une coalition d'acteurs dont le lien

⁴¹ Beuscart, Jean-Samuel, Éric Dagiral, et Sylvain Parasio. « Chapitre 2. Interactions et sociabilités avec internet », op. cit., p. 69.

⁴² Ibid p. 74.

⁴³ Ibid p. 75.

⁴⁴ Ces chiffres ont été collectés à partir d'un échantillon de 6 000 personnes et concernent les photographes sans distinction. Vauclare, Claude, et Rémi Debeauvais. *Le métier de photographe*. Département des études, de la prospective et des statistiques, 2015, p. 6.

⁴⁵ Menger, Pierre-Michel. *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*. Seuil, 2009, pp. 825-828.

se renforce au fur et à mesure des collaborations et qui ensemble fait face à un marché individualisé et imprévisible.

« La proximité spatiale facilite et rend moins coûteuse leur activité productive, en allégeant les coûts de transaction et en rendant plus rapidement disponibles des informations qui leur permettent de s'ajuster l'une à l'autre⁴⁶. »

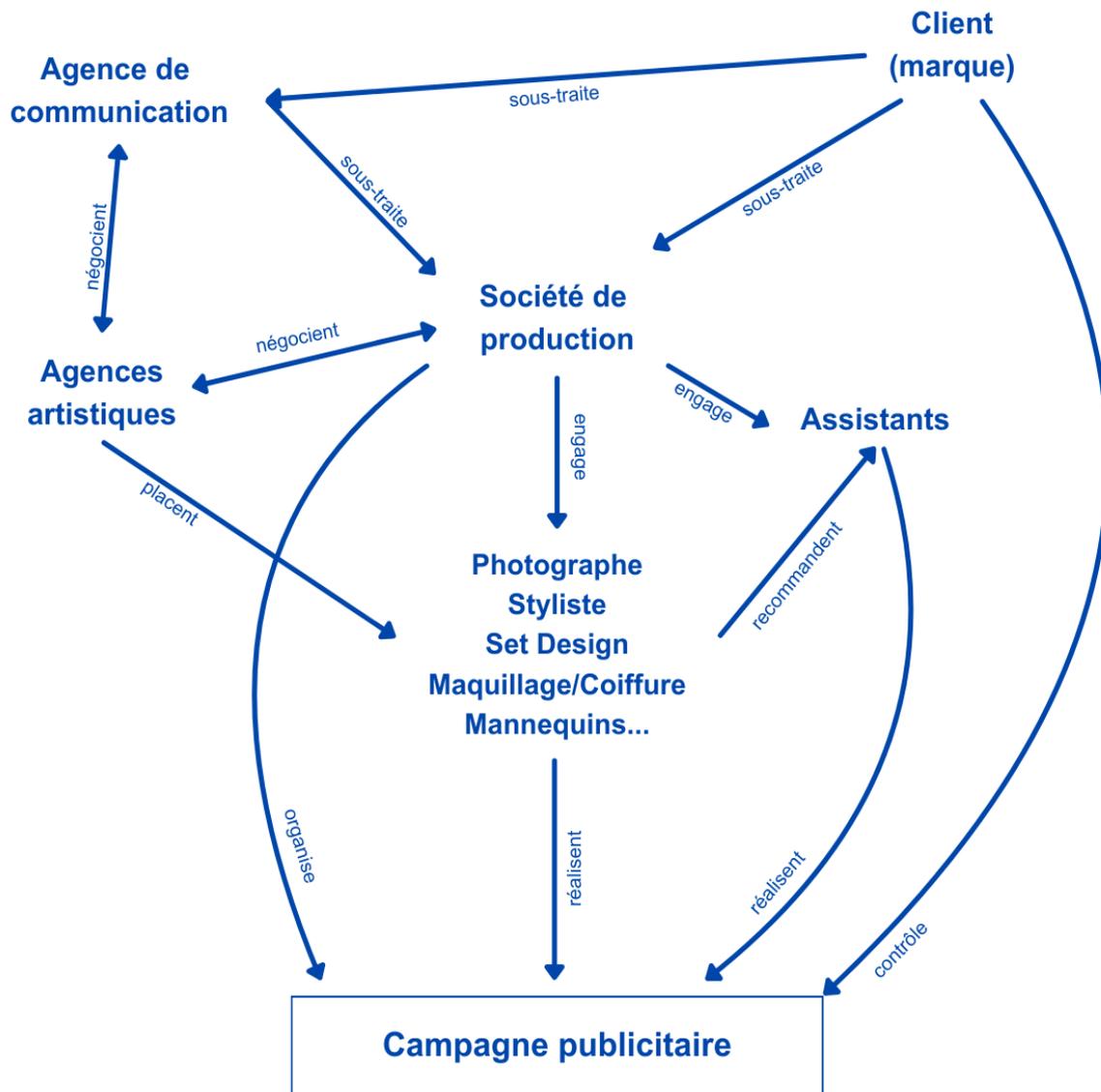


Fig. 2. Schéma des différents acteurs qui peuvent intervenir dans le cadre d'une campagne publicitaire

⁴⁶ Ibid p. 827.

La photographie de mode, au même titre que les autres disciplines artistiques en concurrence mondiale, s'organise majoritairement autour des capitales de la mode⁴⁷. Cette internationalisation du marché concentre d'autant plus les ressources dans une ville⁴⁸.

L'utilisation d'Instagram à l'instar de Facebook⁴⁹ n'augmente le capital social qu'à la marge, en revanche elle est particulièrement pertinente dans le contexte du réseau artistique puisqu'elle permet de réactualiser un plus grand nombre de liens faibles en « réduisant le coût de maintien⁵⁰ ». Dans cette configuration, les profils Instagram s'échangent sur le lieu du travail de la même manière que l'on s'échangeait des cartes de visite. Chaque nouvel abonné/abonnement conjugué à une activité en ligne augmente la probabilité de se faire contacter. Les réseaux sociaux numériques ajoutent une nouvelle dimension de potentialité aux liens lâches, plus nombreux, qui sont essentiels pour l'entrée et le maintien dans une carrière artistique.

Le design de l'application Instagram permet de communiquer facilement avec autrui. Outre le fait qu'il s'agisse avant tout d'une utilisation mobile et qu'il y ait une messagerie privée, le lien entre deux usagers n'a même pas forcément besoin de s'exprimer de manière textuelle. La panopli d'outils pour interagir en un mouvement du doigt pousse l'utilisateur à réagir à ce qu'il voit, du simple *like* de *story* au commentaire sous une publication en passant par les réactions sous forme d'*emojis* par message privés, une connexion non verbale mais non moins importante lie ainsi deux utilisateurs de l'application⁵¹. Certains signaux, en étant publics, mettent en valeur la connexion entre deux utilisateurs.

« Une astuce issue du design *user friendly* qui permet de balayer les difficultés d'approches relationnelles, de construire un réseau par une succession d'accroches positives et de glorifier les objets culturels que l'on estime sans verbaliser le moindre discours⁵². »

⁴⁷ Ibid p. 786.

⁴⁸ Les capitales de la mode sont Paris, Londres, Milan, New-York. Ibid.

⁴⁹ Beuscart, Jean-Samuel, Éric Dagiral, et Sylvain Parasie. « Chapitre 2. Interactions et sociabilités avec internet », op. cit., p. 80.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Alinaghi, Keyvane. « Followers, Likes, Vues : l'illusion d'une valorisation artistique par la quantification ? », art. cit., p. 29.

⁵² Ibid.

Les réseaux sociaux numériques, avec des applications comme Instagram, représentent un véritable atout pour la communication avec les membres du réseau de la photographie de mode en tant qu'ils maintiennent les acteurs dans une boucle de connexion constante. Pour le sociologue Sylvain Maresca, cette pratique des réseaux sociaux numériques est une manière d'accéder à l'emploi qui témoigne de la dégradation de l'économie de la photographie :

« Il suffit d'observer comment des jeunes photographes essaient de percer dans la profession pour se rendre compte qu'ils misent essentiellement sur la valorisation de leurs images en ligne, sur la constitution d'un réseau souvent très étendu, mais également très lâche, de "contacts" dont ils espèrent une réactivité rien moins qu'assurée. Le salut est dans le nombre, du moins l'espèrent-ils⁵³. »

Instagram permet en effet de rassembler pêle-mêle tous les membres d'un carnet de contacts comprenant également d'anciennes relations professionnelles dont le lien ne subsiste plus que par la marque d'abonnement comme les relations actives. Cependant dans une économie où se sont les individualités qui entrent en concurrence plus que des compétences techniques, avoir un compte Instagram est désormais un moyen d'afficher son capital relationnel.

2. La compétitivité dans la photographie de mode

Le milieu professionnel de la photographie de mode est un milieu très prisé où la compétitivité est forte. À ce titre, la principale qualité du réseau social numérique pour le travailleur en photographie n'est peut-être pas la rencontre éventuelle avec un public mais l'entrée et le maintien dans une communauté de pairs. Face à l'infime probabilité de devenir populaire en ligne (un projet qui allie chance et travail), l'intérêt d'Instagram pour les photographes est avant tout par des signaux codifiés, de s'adresser à une petite communauté.

Selon Pierre-Michel Menger, la balance déficitaire de l'offre face à la demande dans le milieu du travail artistique est une caractéristique structurante. Elle permet d'alimenter un processus de surproduction qui constitue « Une des stratégies pour pallier au caractère incertain du succès⁵⁴ ». Tout comme elle constitue un moyen de mettre en valeurs un nombre réduit

⁵³ Maresca, Sylvain. « Nouvelles relations de travail en régime numérique. Le cas de la photographie professionnelle », *Réseaux*, vol. 186, no. 4, 2014, p. 219.

⁵⁴ Menger, Pierre-Michel. *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, op. cit., p. 562.

d'artistes puisque les revenus artistiques vont suivre une courbe de Pareto : 10% du milieu professionnel concentre 50% des revenus et 20% concentrent 80%⁵⁵. Une part du statut d'artiste se fonde sur sa dimension excluante, chaque figure reconnue l'est aux dépens des autres.

Travail indépendant

En 2015, un rapport sur la profession commandé par le Ministère de la Culture estime en 2011 que sept photographes sur dix travaillent sous un régime indépendant⁵⁶. Dans leur échantillon représentatif (6 000 personnes) réalisé en 2014, la part des artistes-auteurs est de 89 % et celle des micros-entrepreneurs de 7 %, il s'agit au moment de l'enquête d'un régime en phase de popularisation davantage adopté par les nouveaux arrivants dans la profession⁵⁷. La part de salariat est plus faible (17 %) et concerne les photo-journalistes et les employés⁵⁸. Cette enquête concerne l'ensemble des photographes et ne fournit pas de données quant à la population spécifique des photographes de mode ni des intermédiaires avec lesquels ils travaillent. L'enquête permet d'attester cependant que le statut d'indépendant est le régime le plus courant pour la plupart des photographes et que le renouvellement de la population fait augmenter cette proportion⁵⁹. La principale différence entre le statut d'artiste-auteur et celui de micro-entrepreneur, les deux statuts qui se manifestent le plus pour cette profession, tient du droit d'auteur car le micro-entrepreneur ne peut pas vendre d'œuvre originale et toucher ce droit d'auteur. Le photographe peut pour facturer, cumuler les statuts ce qui rend difficile l'estimation de professionnels d'autant plus que ces chiffres ne concernent pas les fonctions d'assistants et de techniciens qui entourent le photographe souvent exercées par des aspirants photographes. Cette organisation du travail où le travailleur fait cavalier seul l'oblige à aller chercher lui-même les missions qu'il doit fortement cumuler pour parvenir à en vivre. Ce statut d'indépendant concerne également en partie les autres acteurs du milieu qui participent aux campagnes publicitaires, ce qui rend difficile d'estimer combien de travailleurs cela représente. Parmi les personnes enquêtées, trois seulement cotisent sous le régime des artistes-auteurs (Mickaël, Gaspard, Jeanne), il s'agit des personnes qui vivent de la prise de vue. Les autres enquêtées travaillant dans le milieu, vivent grâce à des missions d'assistants et facturent tous en tant que micro-entrepreneur. Ce mode de travail individualise le travailleur

⁵⁵ Ibid p. 381.

⁵⁶ Vaublare, Claude, et Rémi Debeauvais. *Le métier de photographe*. op. cit., p. 5.

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

dans ses difficultés face au marché de l'emploi d'autant que cette population n'est pas ou peu syndicalisée.

Recrutement par cooptation

Les différentes études sociologiques sur les milieux artistiques se sont attachées à démontrer l'importance des réseaux sociaux qui se fondent sur un système de cooptation⁶⁰, c'est-à-dire la nomination d'un nouveau membre par ses pairs. C'est ce qu'a démontré Pierre-Michel Menger qui s'inscrit dans la continuité des travaux de Raymonde Moulin, figure éminente de la sociologie sur le marché de l'art en France. Dans le cas de la photographie de mode, la coopération entre divers acteurs fonde la nature collective du travail, les réseaux sociaux numériques en tant qu'ils reproduisent les réseaux sociaux représentent un lieu privilégié pour communiquer avec ses pairs.

« Le réseau se charge d'une importance organisationnelle croissante à mesure que les activités artistiques requièrent la coopération matérielle d'un nombre grandissant de partenaires⁶¹. »

En effet, dans la mesure où la formation technique n'est pas un prérequis pour exercer puisque « aucune législation ne régit l'entrée dans la profession de photographe⁶² » et que la rationalisation de la technique s'est faite à tel point que l'expertise n'est pas un critère d'entrée déterminant dans la photographie, la présence d'un réseau fort apparaît comme un point commun dans les trajectoires qui rencontrent du succès. « Les réseaux sociaux opèrent (...) en facilitant l'emploi récurrent dans des mondes saturés, difficiles d'accès, fondés sur la précarité et la fluidité⁶³. » Les réseaux sociaux numériques permettent en effet un échange informel, l'artiste selon une communication sur le mode du copinage peut faire valoir sa personne en créant un lien de confiance là où les sites professionnels comme LinkedIn ou Behance sous-tendent un discours professionnel plus formalisé.

⁶⁰ Menger, Pierre-Michel. *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, op.cit, p. 566.

⁶¹ Ibid p. 565.

⁶² Boltanski, Luc et Jean-Claude Chamboredon. « Chapitre V. Hommes de métier ou hommes de qualité », *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*, sous la direction de Pierre Bourdieu. Les Editions de Minuits, 1965, p. 249.

⁶³ Buscatto, Marie. « La féminisation du travail artistique à l'aune des réseaux sociaux », *Sociologie de l'Art*, vol. ps2324, no. 1-2, 2015, p. 134.

Les diverses parties prenantes dans un projet publicitaire s'organisent sous formes de petites entités, sur un mode quasi artisanal⁶⁴, elles puisent dans un répertoire de contacts pour réaliser divers projets. Une grande flexibilité du travailleur est requise car le processus de production est aussi incertain que son issue et bon nombre de projets n'aboutissent pas à moins que les travailleurs soient appelés au dernier moment. Dans cet échec aussi serré, le recrutement se fait par cooptation, par recommandation, une façon d'économiser en temps et en coût sur le recrutement classique.

« L'existence des réseaux apporte des éléments de stabilité qui sont la nécessaire contrepartie de la recherche permanente de flexibilité et de réduction des frais fixes propres à ce secteur du marché du travail artistique : elle facilite les recrutements par cooptation et l'identification des compétences et des talents sur la base des réputations individuelles puisque le système d'emploi, fondé essentiellement sur des contrats de brève durée, interdit de recourir aux procédures trop lentes et trop coûteuses de prospection, de sélection et d'embauche habituellement pratiquées sur le marché du travail qualifié⁶⁵. »

Le profil Instagram représente un excellent outil pour cette forme de recrutement par cooptation : pour le photographe, c'est le moyen de partager les réalisations dont il est auteur tout comme des projets auxquels il a pris part en tant qu'assistant puisque « le fait même de travailler constituant en lui-même un signal de réputation⁶⁶ ». Il lui permet également d'afficher ses connexions avec d'autres acteurs du milieu puisque Instagram met en avant les *followers* et les *likes* lorsque ceux-ci proviennent de comptes connus. Les profils s'articulent les uns aux autres selon un système que le chercheur Gustavo Gomez-Mejia a nommé *conscriptio*⁶⁷, soit l'ensemble des dispositifs qui associent différents profils entre eux. C'est le système de valorisation puissant des réseaux sociaux numériques qui reste le même principe depuis son apparition sur Myspace⁶⁸.

La régimes du travail indépendant, la compétitivité du secteur, l'importance relative à la formation justifient la prégnance du réseau de contacts avec les pairs. Une des raisons qui

⁶⁴ Menger, Pierre-Michel. *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, op.cit., p. 566.

⁶⁵ Ibid pp. 565-566.

⁶⁶ Ibid p. 566.

⁶⁷ Alinaghi, Keyvane. « Followers, Likes, Vues : l'illusion d'une valorisation artistique par la quantification ? », art. cit., p. 24.

⁶⁸ Ibid p. 28.

pourrait justifier que ce soit une application visuelle comme Instagram qui soit privilégiée comme canal de communication est liée à sa nature proprement informelle. Les échanges sont davantage sur le ton amical à l'image des échanges dans les mondes de l'art fondés sur le copinage et les intérêts commerciaux mutuels. Plus récemment les nouvelles fonctionnalités comme les *stories*, reprises des publications éphémères qui ont fait le succès de Snapchat, appuie la théorie de l'oralisation du discours tel que le présentait André Gunthert dans *L'image partagée* (2015)⁶⁹. Ces publications sont affichées pendant six secondes et ne sont pas le support de longs textes mais de courts messages, traditionnellement des images. Elles s'opposent d'ailleurs aux publications traditionnelles destinées à rester présentes sur le *feed*⁷⁰ de chaque compte.

C. Une histoire de réputation

Le concept de réputation est important pour comprendre les dynamiques entre les différents agents des mondes de l'art d'autant plus qu'elle se matérialise dorénavant sur les réseaux sociaux numériques. Howard S. Becker, l'un des premiers sociologues à travailler sur ce concept de réputation l'a défini comme un processus social et non une qualité intrinsèque à l'individu⁷¹. Becker a, dans son ouvrage de sociologie *Les Mondes de l'art* (1982), accordé une importance nouvelle à la notion de réputation, une notion discutée en sociologie, en démontrant sa centralité dans les échanges entre les acteurs de la sphère artistique. La réputation artistique est produite collectivement et déterminée par les conventions du monde de l'art associé.

« [...] la réputation d'un artiste ou d'une œuvre n'est jamais le pur reflet de ses qualités intrinsèques, mais est plutôt le fruit d'un processus social et historique contingent, qui aurait pu advenir autrement⁷². »

Pour en avoir une définition plus claire, nous statuerons sur celle de Pierre-Marie Chauvin qui a consacré un ouvrage sur le sujet. Il y définit la réputation comme une « représentation

⁶⁹ Cité par Cardon, Dominique. « Pratiques créatives en ligne », *Culture numérique*, op. cit., p. 191.

⁷⁰ Nom anglais pour désigner le fil d'actualité Instagram.

⁷¹ Beuscart, Jean-Samuel, et al. « La réputation et ses dispositifs. Introduction », *Terrains & travaux*, vol. 26, no. 1, 2015, p. 10.

⁷² Ibid.

sociale partagée, provisoire et localisée, associée à un nom et issue d'évaluations sociales plus ou moins puissantes et formalisées⁷³ ». Sa nature fluctuante relève d'un « travail réputationnel⁷⁴ » puisque cela demande à la fois d'épouser les codes sociaux d'un milieu tout en se démarquant. Comme le souligne la philosophe Gloria Origgi, il s'agit là d'une entreprise qui échappe en grande partie à l'individu⁷⁵, la réputation précède l'individu. En effet l'individu envoie des signaux, dans sa présentation de soi et dans ses interactions mais la réputation relève *in fine* de la validation par le regard de l'autre des propres actions de l'individu. Auquel cas la gloire constitue l'adéquation entre l'idée que le sujet a de lui, qu'il médiatise et sa considération auprès de son milieu⁷⁶.

Plusieurs concepts associés à la réputation telle que la célébrité, la gloire, la reconnaissance ou encore la visibilité, sont également des concepts importants pour comprendre les enjeux des photographes et l'intégration dans les sphères artistiques. À ce titre, la notion de visibilité sera davantage étudiée en troisième partie à partir du travail de Claudine Haroche dans l'ouvrage dirigé par Nicole Aubert et Claudine Haroche, *Les Tyrannies de la visibilité*. Cependant, puisque notre hypothèse de recherche est que les photographes de mode, pour être reconnus comme tels dans le milieu, cherchent davantage à nouer des liens avec leurs pairs plus qu'à acquérir une visibilité auprès d'un plus grand nombre nous préférons d'abord explorer le concept de réputation et comment elle se joue désormais en ligne.

1. Travail réputationnel en ligne

L'application Instagram permet de réaliser un travail réputationnel puisqu'elle permet au professionnel de la photographie, en plus d'arborer ses réalisations, d'afficher l'engouement que cela suscite et les relations avec les autres agents du milieu. Guillaume Dumont qui a travaillé sur les grimpeurs professionnels a montré qu'ils cherchent une popularité auprès d'une communauté d'initiés et, plus encore, à établir des connexions avec

⁷³ Chauvin, Pierre-Marie. « La sociologie des réputations. Une définition et cinq questions », *Communications*, vol. 93, no. 2, 2013, p. 132.

⁷⁴ Zafirau, Stephen. « Reputation Work in Selling Film and Television: Life in the Hollywood Talent Industry. » *Qualitative Sociology*, vol. 31, no. 3, 2007, pp. 99-127. Cité par Dumont, Guillaume. « Le travail réputationnel. Une approche ethnographique du travail de production de la réputation chez les grimpeurs professionnels », *Réseaux*, vol. 199, no. 5, 2016, p. 158.

⁷⁵ *La mauvaise réputation*, ep. 3/4 de la série *Être ou ne pas être... populaire ! - Les chemins de la philosophie*. France Culture, 19 Septembre 2018. *Radio France*,

www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/les-chemins-de-la-philosophie/la-mauvaise-reputation-1576996..

⁷⁶ Ibid.

des marques, de la même manière que les photographes avec les intermédiaires de la mode. Dumont a notamment établi que le travail réputationnel passe par la diffusion de médias notamment sur les réseaux sociaux numériques : « afin d’acquérir de la valeur, ceux-ci [les grimpeurs] doivent s’intégrer dans des réseaux déterminés afin de développer leur réputation tout en contribuant à celle d’autrui⁷⁷ ».

La réputation fonctionne par association avec des individus ou des instances par un processus de transfert lorsqu’ils sont affichés ensemble. S’associer à une marque valorisée permet de capter son capital relationnel, il en va de même pour une marque lorsqu’elle engage un photographe connu pour capter sa réputation. C’est peut-être là que réside la plus grande force des réseaux sociaux numériques puisqu’ils explicitent ce lien de relation et permettent de transiter d’un compte à l’autre via un hyperlien. D’où l’usage qu’ont les producteurs de l’image de publier les photographies en identifiant les différents travailleurs. Instagram propose la publication partagée, ce qui permet de capter l’audience du compte le plus populaire (Annexe 3). Instagram affiche également sur la page d’un profil s’il y a des personnes en commun qui sont abonnées. Dans un contexte d’incertitude où l’expérience prévaut sur la formation, « la réputation fournit des informations aux employeurs sur les compétences des travailleurs⁷⁸. » L’audience permet de valider ou d’invalider la réputation du photographe de mode en constituant un signal.

Le travail réputationnel sur les réseaux sociaux numériques consiste ainsi en une stratégie promotionnelle mêlant mise en avant de soi et authenticité sous une facette professionnelle, conforme à l’identité réelle tout en ayant la capacité de sortir du lot et d’afficher des partenariats avec d’autres acteurs réputés du milieu choisi. Il est cependant important de noter comme l’avait déjà souligné Luc Boltanski et Jean-Claude Chamboredon que cette capacité à construire des échanges et à se présenter est plus aisée pour les individus ayant une origine sociale élevée. Non seulement l’individu privilégié bénéficie directement de relations qui lui sont transmises mais il est également avantagé dans la création de nouveaux liens par l’intermédiaire de « l’ “exis” corporelle⁷⁹ » également héritée de l’origine sociale. « Les signes extérieurs de statut sont utilisés aussi bien pour manifester la réussite sociale que pour

⁷⁷ Dumont, Guillaume. « Le travail réputationnel. Une approche ethnographique du travail de production de la réputation chez les grimpeurs professionnels », art. cit., p. 174.

⁷⁸ Ibid p. 161.

⁷⁹ L’exis ou hexis est la manière de parler, de se tenir, de se comporter. Boltanski, Luc et Jean-Claude Chamboredon, « Chapitre V. Hommes de métier ou hommes de qualité », op. cit., p. 275.

l'obtenir⁸⁰. » Cela passe, entre autres, par l'habillement et la façon de s'exprimer qui engage tout le le corps⁸¹. Ainsi sur les réseaux sociaux numériques, bien que le langage corporel ne paraisse pas directement, la façon de se présenter en ligne, l'image et l'écrit envoient également des signes quant à l'appartenance sociale de l'individu. De plus une grande part des échanges passe par messagerie, auquel cas comme le notent Jean-Samuel Beuscart et Kevin Mellet en conclusion de leur étude sur les vidéastes de Youtube « selon leurs propriétés sociales, les individus semblent plus ou moins habiles à faire fructifier cette réputation⁸². »

2. La délicate distinction entre amateurs et professionnels pour les aspirants photographes de mode

Une des premières tâches qui incombe au photographe professionnel est de ne pas être assimilée à la pratique massifiée de la photographie amateur qui demeure l'une des principales fonctions d'Instagram. Si le qualificatif de « professionnel » mis en opposition avec le terme désormais connoté négativement « d'amateur » ne satisfait pas les sociologues⁸³, leur utilisation permet la différenciation pour les professionnels qui s'en revendiquent en tant qu'ils gagnent au moins une partie de leur vie via l'exercice de cette pratique.

En effet, si la nature largement informelle des échanges qui ont lieu sur Instagram est une des explications de son usage dans la communauté de photographie de mode, les individus doivent afficher une séparation avec la pratique amateur qui demeure l'utilisation la plus commune promue par l'application. Seulement, le fait que cela relève d'une pratique artistique complique la distinction amateur/professionnelle. Tous les photographes y compris ceux qui en vivent ont commencé par une pratique amateur. « Le propre des activités artistiques telles que la musique ou la photographie est en effet qu'on y démarre presque toujours comme amateur⁸⁴. » Dans le même temps, le critère de la formation pour distinguer le professionnel de l'amateur ne suffit pas puisque il faut, pour figurer au rang d'artiste et non

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ Ibid p. 274.

⁸² Beuscart, Jean-Samuel, et Kevin Mellet, « La conversion de la notoriété en ligne. Une étude des trajectoires de vidéastes pro-am », art. cit., p. 102.

⁸³ *La photo à l'ère du numérique*. Entretien réalisé par Xavier De la Porte, France Culture, 2013. Radio France, www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/place-de-la-toile/la-photo-a-l-ere-du-numerique-2800881.

⁸⁴ Hesmondhalgh, David. *The cultural industries*. Sage, 2007. Cité par Beuscart, Jean-Samuel, et Maxime Crépel, « Les plateformes d'autopublication artistique en ligne : 4 figures de l'engagement des amateurs dans le Web 2.0 », op. cit., p. 170.

plus au rang d'artisan, de technicien, savoir la dépasser. Ainsi comme le soulignait Sylvain Maresca paradoxalement : « se déclarer autodidacte permet symboliquement de se rapprocher des artistes, cultive la confusion avec les amateurs⁸⁵. » Selon Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Teterel dans leur essai de typologie des blogs, pour qu'une production soit considérée comme artistique et non-plus amateur, il doit s'effectuer un détachement entre la production et son auteur « l'amateurisme se caractérisant alors par la manière dont l'oeuvre fait corps et s'attache par des liens multiples à l'identité de son producteur⁸⁶. » L'auteur doit donc subtilement détacher le travail de sa personne en se mettant en retrait, un travail réalisé par les photographes qui se retrouvent confrontés au problème inverse comme il sera expliqué en troisième partie avec le concept d'authenticité. Les réseaux sociaux numériques comme Instagram invitent en effet l'utilisateur à incarner son compte, en se donnant à voir.

Si la distinction amateur/professionnel est simple quand on la partage entre ceux qui vendent leur services de photographes et ceux qui ne sont pas rémunérés, elle est insatisfaisante pour les nouveaux entrants dans la profession. En effet les apprentis photographes commencent souvent à intégrer le milieu à des postes intermédiaires d'assistant ce qui signifie qu'ils ne touchent pas de droits d'auteurs. Leur pratique personnelle de la photographie qu'ils espèrent vendre est donc, au moins un temps, autofinancée, ce que l'on pourrait donc qualifier d'amateur. Cependant cela étant mal considéré, l'enjeu des jeunes entrants dans la profession et ce que leur permet peut-être le plus des applications comme Instagram c'est de se faire passer pour des photographes accomplis capables de réaliser des commandes. Cela passe donc avant tout par la stratégie mise en place pour se présenter. C'est par la revendication d'appartenance à l'industrie de la mode en multipliant les signaux dans la présentation de soi et dans l'interaction que les photographes tentent de se distinguer du tout venant amateur. Cependant, il est mal vu d'avoir une stratégie de présentation de photographe professionnel trop explicite : d'une part parce que l'individu doit se présenter conformément à son statut hors-ligne qui est, s'il est nouveau dans la profession, celui d'un assistant, d'autre part car cela renvoie au mythe de l'artiste qui pratique son art et qui est reconnu pour et par son talent où l'objectif de rémunération apparaît au second plan. L'application Instagram est méprisée par une partie des professionnels de la mode car la démarche qu'elle promeut s'oppose farouchement au mythe de l'artiste bohème qui continue de persister dans les imaginaires en

⁸⁵ Maresca Sylvain. « Photographes : sociologie d'une profession mal connue », art. cit., p. 12.

⁸⁶ Cardon, Dominique, et Hélène Delaunay-Téterel, « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », art. cit., p. 24.

dépit de la rationalisation de la pratique de l'art comme travail. Ainsi les outils de promotion payants d'Instagram sont boudés par les professionnels car ils justifieraient la réussite par le marketing et non par une reconnaissance « naturelle », plus légitime, là où d'autres types de photographes, ceux qui comme les portraitistes, ont pour client des individus, n'ont aucun scrupule à les employer⁸⁷.

Instagram ne représente jamais une fin en soi mais un outil, un moyen pour se rapprocher des institutions artistiques car : « La pratique amateur en ligne peut alors être comprise comme un “bac à sable”, un lieu d'expérimentation permettant aux créateurs d'affiner et d'objectiver des compétences, pour ensuite les faire valoir au sein des mondes de l'art⁸⁸. »

Au terme de cette partie nous arrivons à la conclusion que le réseau social Instagram est pertinent pour les photographes de mode au même titre que d'autres artistes visuels car il permet de lier à la production individuelle différents indices réputationnels. Les signaux comme les chiffres qui entourent un compte (*likes, followers*) mais aussi les interconnaissances mis en avant par un mécanisme de conscription entre les profils se trouvent être couramment mobilisés dans le processus d'embauche d'un secteur gouverné par l'incertitude. Dans un milieu compétitif où le succès dépend d'un réseau de contacts, les différentes fonctionnalités de l'application permettent d'activer ces liens à moindre coût. Instagram permet également d'afficher l'appartenance du sujet au milieu choisi sur un ton amical *a contrario* de LinkedIn. Les résultats de l'enquête tels que sont développés dans la seconde partie rendent compte du subtil équilibre dans la stratégie de présentation des photographes en particulier des aspirants photographes qui doivent rester modestes dans leur présentation professionnelle tout en assumant leur démarche artistique pour ne pas passer pour un simple assistant.

II. L'utilisation d'Instagram par les photographes de mode

Cette partie vise par l'enquête à comprendre les différents enjeux qui entrent en compte dans l'administration d'un compte Instagram dit professionnel pour les photographes de mode ainsi que les autres acteurs de ce milieu.

⁸⁷ C'est le cas d'un des enquêtés, Kylian.

⁸⁸ Beuscart, Jean-Samuel, et al. « La réputation et ses dispositifs. Introduction », op.cit. p. 85

A. Les codes : apprentissage technique et conventions

1. Un portfolio amélioré

Le compte Instagram tient lieu chez les photographes d'un portfolio amélioré, il s'agit d'une sélection de commandes et de projets personnels que le photographe juge les plus représentatifs de sa réflexion. Jeanne, photographe et graphiste de 26 ans parle d'une « vitrine » et Johan, 24 ans qui se consacre entièrement à la photographie de mode parle d'une « newsletter ». Cette sélection grandit au fur et à mesure que le photographe avance dans sa carrière et diminue au gré des tris qui interviennent quand le travail n'est plus estimé à l'image de son auteur.

« Ouais, je pense que c'est plus qu'un portfolio parce que les images que j'ai, même si elles ont dix ans elles collent encore à mon esthétique actuelle et je pense que en tout, j'ai dû faire cinq-six gros tris mais c'est pas comme une archive où j'ai pas 600 posts, non. Je dois avoir 80 posts grand max depuis 2012. Mais tu vois, j'ai beaucoup trié, j'ai beaucoup archivé. Je ne garde pas forcément et en plus, vu que c'est pas une archive de vie, c'est vraiment un truc très travail finalement, je garde pas des souvenirs du travail. » (Jeanne, 26 ans, photographe et graphiste)

L'ensemble des photos affichées lors de la consultation d'un profil donne une impression immédiate de la recherche artistique de son auteur. Une recherche de cohérence esthétique dont le but est de convaincre un éventuel client qui serait amené à visiter le profil après que celui-ci lui ait été communiqué oralement par l'intéressé à moins qu'il ne soit lié par identification (lien hypertexte) depuis le post d'un compte tierce. Plus qu'un simple étalage de capacités professionnelles, le compte est révélateur de la manière dont le professionnel se présente aux autres et cela passe avant tout par l'image puisque l'espace réservé au texte, la légende est visuellement secondaire.

Pour tous les photographes participant à l'enquête qui ont grandi avec Instagram, leur compte professionnel est initialement leur compte personnel (Johan, Maxime, Charlotte, Gaspard, Marie, Jeanne, Kylian), pour une raison simple, celui de conserver les abonnés, conscients

que cela joue pour départager les candidats comme me le confirme Jeanne qui a travaillé à la direction artistique d'un magazine de mode parisien (Annexe 4). Ouvrir un nouveau compte et repartir à zéro présente trop de risques pour un professionnel même quand l'objectif premier n'est pas de devenir populaire en ligne. Le nombre d'abonnés étant affiché en premier sur un compte, il demeure une information immédiate qui peut jouer sur la crédibilité du travail présenté.

« Ça c'est une politique qui marche aussi. Il y a des gens qui le font, mais du coup et du coup ça devient encore plus crédible. Tu travailles avec quelqu'un qui a 300k et un autre qu'en a 6 700 comme moi bah d'un coup les gens ils vont trouver que le travail de celui qui a 300k il est vachement mieux que celui de 6 700. C'est un indicateur qui est rentré en phase. Et après, qui rapporte même des sous. » (Mickaël, 62 ans, photographe)

C'est également un travail à fournir pour les autres personnes du monde de la mode comme les directeurs artistiques, stylistes, maquilleurs :

« Ouais parce que je voulais garder les *followers* (rires). En fait c'était mon compte perso et je me suis dit: ok, flemme, de me refaire un compte et d'avoir 50 personnes qui me suivent. Parce que en vrai, c'est horrible mais en vrai ça compte. En vrai les personnes quand ils te choisissent ils regardent. Du coup je n'avais pas beaucoup d'abonnés mais peut-être 600 un truc comme ça, ou 500, et je me suis dit: ok, vas-y, je pars de ça. » (Marie, 26 ans, Maquilleuse)

Il existe plusieurs manières d'administrer un compte Instagram professionnel en tant que photographe de mode. En effet, les conventions en vigueur dans la façon de s'exprimer sont propres à chaque monde artistique et même à chaque communauté à l'intérieur de celui-ci. En particulier, en photographie, on a vu qu'il existait une multitude de communautés qui n'ont parfois pas grand-chose à voir entre elles. Le photographe de mode répond ainsi autant à des conventions de présentation de son travail qui sont tributaires des mondes de la mode et de la photographie. S'agissant de la mode, les conventions en vigueur sont toujours changeantes selon un mécanisme d'exclusion sociale.

Il existe cependant des stratégies stables qui s'inscrivent sur le spectre d'une autopromotion plus ou moins assumée. Car il peut être mal vu par le reste de la communauté d'adopter une stratégie de *personal branding* trop agressive qui pourrait se traduire par un rythme élevé de publications ou une démarche qui copie celle des influenceurs. D'autant que se considérant artistes, les photographes adhèrent au mythe d'un talent qui ne saurait être marketé comme n'importe quel autre bien en passant par les canaux traditionnels de promotion. Contrairement à certains photographes amateurs qui embrassent pleinement leur démarche de promotion sur Instagram, les photographes de mode espèrent attirer uniquement par la qualité de leur réflexion artistique.

Un apprentissage vicariant

Même si le chemin vers la publication est balisé par Instagram qui guide et propose les options de publications, une liberté est permise dans la stratégie de communication, à partir d'un éventail fini et régulièrement renouvelé de possibilités que l'utilisateur peut s'approprier et détourner à l'infini. L'utilisation d'Instagram s'apprend par reproduction selon la théorie de l'apprentissage vicariant⁸⁹ d'Albert Bandura⁹⁰ comme le souligne Keyvane Alinaghi dans son article sur les artistes contemporains et leur usage d'Instagram. L'utilisateur observe des comptes qu'il définit comme modèle et s'en inspire. Un processus instinctif différent de celui du mimétisme puisque l'utilisateur doit analyser et adapter sa propre production. Le processus se fait au départ naturellement par l'observation des pairs de la même manière que s'apprend le comportement social, il ne s'agit pas de quelque chose qui est enseigné explicitement dans les formations artistiques. Les filières artistiques se concentrent sur l'accompagnement des élèves pour réaliser un *book* et un site internet mais n'enseignent pas le ton à adopter pour parler de son travail sur les réseaux sociaux numériques comme il sera abordé à la fin de cette seconde partie.

« [...] l'apprentissage dit vicariant, théorie d'Albert Bandura, dans lequel un individu acquiert un comportement ou une compétence par l'observation d'un pair. Dans ce processus, l'observateur n'est pas passif, puisqu'il ne reproduit pas une action par mimétisme, mais décompose une mécanique pour la comprendre et se l'approprier⁹¹. »

⁸⁹ du latin *vicarius*, « remplaçant ».

⁹⁰ Alinaghi, Keyvane. « Followers, Likes, Vues : l'illusion d'une valorisation artistique par la quantification ? », art. cit., p. 36.

⁹¹ Ibid.

Cet apprentissage des codes, de ces conventions qui divergent d'une micro communauté de photographes et d'artistes visuels à l'autre, est à la fois un ensemble de règles visuelles dont l'autorité tient dans le fait qu'elles sont reproduites, validées par des acteurs réputés. C'est assez naturel pour les générations qui ont grandi avec les réseaux sociaux numériques.

« Mais après c'est assez facile de comparer ton Instagram avec l'Instagram de certaines maquilleuses tu vois. Tu te dis bon, bah, faut que je poste moins ci ou plus ça. Tu te formes toute seule en fait. » (Marie, 26 ans, Maquilleuse)

Il s'établit un langage codifié, un ensemble de signes qui emprunte aux techniques de *personal branding* et aux conventions de la mode sans jamais être clairement explicité. Il s'agit d'un acte de performativité pour faire valoir son appartenance au groupe social à l'image de la mode qui envoie des signaux brouillés avec plusieurs niveaux de lecture et qui s'appuie sur la culture de son consommateur. Après avoir fait valoir son appartenance à un groupe professionnel, en mettant par exemple en avant des outils de communication plus légitimes comme une adresse email professionnelle dédiée ou un site internet comme le font ses pairs, le photographe doit se démarquer en cassant un peu les conventions qui se sont établies. Entre ces codes normés et la demande d'originalité par la transgression cela rappelle les travaux de Nathalie Heinich lorsqu'elle caractérise la convention de transgression qui caractérise l'art contemporain : « Rien n'est plus normé, plus contraint que le travail de l'artiste qui cherche à franchir les limites sans pour autant être exclu, à modifier les règles du jeu sans être déclaré hors jeu⁹². »

Mode professionnel

Cependant il faut noter que les artistes et les professionnels de l'image explicitent leur statut professionnel. Nombre d'entre eux optent pour un compte professionnel et peuvent le signaler par un libellé dans la biographie (Annexe 5). L'intitulé est sélectionné parmi plusieurs propositions. On peut par exemple choisir entre « artiste », « entrepreneuriat », « photographe ». Cette fonctionnalité offre à l'utilisateur la possibilité d'accéder à de nouveaux paramètres comme des statistiques plus précises le concernant. Comme pour

⁹² Heinich, Nathalie. *Ce que l'art fait à la sociologie*. Les Éditions de Minuit, coll. « Paradoxe », 1998, p. 56. Cité par Raymond, Maude. *Entre intégration et rejet : L'utilisation d'Instagram par les artistes visuels à Montréal*. 2022. Université de Montréal, Mémoire de master, p. 26.

l'administration du compte, ces fonctionnalités s'apprennent par tâtonnement avec des essais plus ou moins fructueux faute de disposer de connaissances vérifiables. Cette option gratuite à la demande permet de débloquent des mesures d'audience auquel un utilisateur lambda n'a pas accès. La communication autour de cette option affirme permettre, à l'utilisateur qui utilise Instagram pour une activité professionnelle quelle que soit sa forme, de l'aider à cibler son marché et d'obtenir le plus d'interactions⁹³. Les options gratuites renseignent par exemple sur la démographie des abonnés (genre, âge, géographie) ainsi que l'heure et le jour où ils sont le plus actifs (Annexe 6). Son utilisation est complexe et les bénéfices incertains, tous les participants interrogés ne la maîtrisent pas de la même manière et l'apprennent difficilement.

« Ouais, ouais je le regarde de temps en temps, mais j'avoue que j'y comprends pas grand chose. Enfin c'est compliqué en fait le nombre de comptes touchés surtout que le l'algorithme d'Instagram, il est bizarre. Parce que c'est un truc où, faut poster régulièrement et quand tu postes pas régulièrement, bah soit tu vas avoir un énorme pic et le post d'après ça va être *down* un peu. » (Charlotte, 27 ans, photographe)

Les efforts ne sont pas forcément récompensés si bien que les personnes enquêtées avouent ne pas l'utiliser.

« Je me souviens de voir un onglet des statistiques en gros où tu vois quel jour de la semaine tu dois poster, enfin où tu peux poster parce que c'est le jour de la semaine où il y a plus de gens connectés sur Instagram, tout ça. Tu cliques ensuite du coup tu vois quelle heure il y a le plus de gens et si même quand tu suis ça t'essaies de poster à telle heure pour avoir le plus de d'audience en fait, ça ne fonctionne pas plus que si t'avais posté...fin tu vois. Pour moi, c'est hyper flou, c'est très aléatoire. » (Gaspard, 25 ans, photographe)

Recalibrage constant

Il n'existe pas de savoir établi autour des différentes stratégies de communication que peuvent mettre en place les photographes pour avoir plus d'audience, c'est beaucoup de on-dit, les utilisateurs entendent des rumeurs :

⁹³ « Lancez votre entreprise sur Instagram » . Instagram, [business.instagram.com/getting-started ? locale=fr_FR](https://business.instagram.com/getting-started?locale=fr_FR).

« C'est toujours ça, c'est des gens qui testent, ça marche bien et du coup ils considèrent que c'est comme ça. Sauf que ça se trouve, c'est juste quelqu'un qui t'a repartagé. » (Kylian, 23 ans, photographe)

L'application Instagram évolue également en termes d'algorithmes et de design, parfois il s'agit de changements minimes sur lesquels il faut se calibrer. Ce ne sont pas seulement les individus qui sont concernés, les comptes de marques ou de magazines apprennent également sur le tas. Jeanne, photographe et graphiste qui était directrice artistique pour un magazine de mode parisien explique l'incertitude que cela crée :

« Ouais, tout le contenu sur Instagram, tout est "charté". En fait, on est en mode : Instagram a encore changé, ils ont fait une mise à jour, il faut décaler de 2 pixels la typo parce que sinon ça fait bordel. En fait c'est tellement en constante évolution qu'on doit faire gaffe. »

Instagram autorise la modification de la publication une fois postée mais la contrepartie semble être que cela va faire baisser le *reach*, soit le nombre de spectateurs uniques qui ont vu le post. Plusieurs personnes ont un compte en privé pour faire des simulation de publication.

« C'est totalement artisanal, combien de fois on supprime pour remettre et du coup ça *reach* pas. C'est un peu chaotique aussi ce truc. J'ai un compte, je sais pas trop comment appeler ça...fantôme genre pour tester les formats pour voir si j'ai respecté les marges en privé. Et je pense que tout le monde à ça. » (Jeanne, 26 ans, photographe et graphiste)

2. Un travail de sélection

Là encore il n'y pas de règles explicites concernant le contenu, il y a des usages qui évoluent constamment. De manière générale, les photographes publient les photos dont ils sont l'auteur ou qui les représentent. Dans le meilleur des cas, il s'agit de photographies de commande réalisées pour des marques leur permettant d'afficher à la manière d'un portfolio leurs travaux réalisés mais il y a également une part de projet personnels puisque pour

beaucoup le but de la photographie est de réaliser ses propres projets artistiques. Réalisant des commandes de publicité, les photographes répondent à un cahier des charges très précis, les projets de mode qui laissent le plus de liberté sont les éditoriaux, ces projets sont moins rémunérateurs que des projets de e-commerce mais ont une plus grande valeur symbolique. Les projets personnels constituent souvent, pour le photographe, l'aboutissement de sa recherche esthétique qui demeure, surtout quand il se revendique artiste, le principal objectif de sa pratique. Le photographe de mode se rapproche du photographe artistique et le but est souvent de gagner assez de reconnaissance pour être employé pour sa signature artistique mais également pour pouvoir financer à terme ses propres projets. Luc Boltanski et Jean-Claude Chamboredon en faisait déjà le constat en 1965 de ce qu'on décrit aujourd'hui comme le propre d'un « métier-passion » :

« Il est dans la logique de la réussite photographique que l'on abandonne la photographie professionnelle une fois arrivé au faite de sa carrière pour ne plus la pratiquer qu'en dilettante éclairé. C'est finalement par l'intégration au milieu photographié (et par l'abandon de la photographie comme profession) que le professionnel manifeste le plus clairement son succès⁹⁴. »

Ainsi toutes les personnes enquêtées disent sélectionner les projets où ils sont le plus satisfaits. Jeanne, 26 ans, réalise une sélection entre posts éphémères (*stories*) et publications en *feed*.

« [...] par exemple je me dis en *story* et je mets ma petite vie et en post *feed* c'est que des photos faites à l'appareil photo par exemple. J'essaye de mettre des trucs propre en *feed* et plutôt de clientèle et en *story* c'est des trucs de vie quoi. » (Jeanne, 26 ans, photographe et graphiste)

Cette sélection est source de satisfaction esthétique et n'est pas motivée par les *likes* :

« En fait, ça allie deux trucs que j'adore, c'est-à-dire que c'est à la fois ma vitrine et c'est à la fois genre mon kif perso de mon *feed* avec des choses que j'aime et vu que c'est esthétique ça me fait kiffer quoi. » (Jeanne, 26 ans, photographe et graphiste)

⁹⁴ Boltanski, Luc et Jean-Claude Chamboredon. « Chapitre V. Hommes de métier ou hommes de qualité » op. cit., p. 270.

« Et donc là quand j'ai changé un peu de direction artistique en novembre, j'ai essayé de ne plus regarder mes stats. De me dire : bah, je m'en fiche de combien de likes je vais faire, de combien de retours ou de partages je vais voir, mais en fait je me fais juste kiffer. » (Kylian, 23 ans, photographe amateur)

Globalement les photographes évitent de partager des moments de vie en publication *feed*, c'est ce qui les différencie d'un compte personnel. D'ailleurs, plusieurs d'entre eux (Maxime, Mickaël, Marie) ont deux comptes avec un compte privé⁹⁵ pour partager des moments personnels conformément aux conclusions de Margot Déage dans une étude réalisée sur les usages des réseaux sociaux par les collégiens en 2018⁹⁶ où elle observe ce même phénomène. Il y a également la fonctionnalité « amis proches » qui permet de destiner les *stories* à une liste de contacts sélectionnés.

Les photographes enquêtés adoptent des positions variables vis-à-vis des limites de ce qu'ils partagent. Ainsi la plupart des photographes évitent de partager trop de *posts* qui les engagent politiquement comme des publications militantes ou même simplement des publications humoristiques. Comme Johan questionné sur s'il repartage des publications de ce genre :

« Un peu, j'essaye de filtrer, j'essaye de garder quand même la priorité sur le travail. Mais oui je m'autorise tout, tu vois. Après, je pense qu'il y a des gens qui le font beaucoup plus que moi. Mais oui, je ne me restreins pas, on va dire. »

Certains comme Félix sont catégoriques vis à vis de ce sujet :

« Je suis pas militant. Être militant quel qu'il soit c'est couper son audience en deux et j'ai pas envie de ça. Et même je vais te dire quand on me propose des mannequins, des personnes à *shooter*...J'ai *shooté* une actrice bah j'ai demandé avant si elle était engagée publiquement, si elle l'avait été je l'aurais pas *shooté*. »

⁹⁵ C'est-à-dire un compte où l'accès doit être autorisé par le propriétaire.

⁹⁶ Déage Margot. « S'exposer sur un réseau fantôme : Snapchat et la réputation des collégiens en milieu populaire », *Réseaux*, no. 208-209, 2018, pp. 147-172. Cité par Cardon, Dominique, et Christophe Prieur. « Chapitre 12. La sociabilité peut-elle s'exhiber dans l'espace public numérique ? », Olivier Martin éd., *Les liens sociaux numériques*. Armand Colin, 2021, p. 277.

Se vendre comme photographe

Si les identifications sur des publications de comptes tierces sont vitales pour les professionnels de l'image, les jeunes photographes évitent de montrer qu'ils gagnent leur vie en tant qu'assistant.

« Ah mais des fois, il y en a qui font des scandales parce qu'ils ne sont pas *tagués*. Par exemple, les maquilleurs souvent ils peuvent ne pas être *tagués*. Alors que quand même, ils vivent grâce à ça. Pour les maquilleurs, pour les coiffeurs, c'est hyper important pour eux d'être *tagués* pour être visible pour avoir du travail après. Et donc là, je comprends. J'avoue que je vais pas faire de scandale si les assistants lumières sont pas *tagués* parce que j'avoue, on est là, mais en soi, ça ne va pas... Je connais peu de personnes qui veulent vraiment être *tagués* sur les photos en tant qu'assistant. Alors que, au final la lumière, c'est hyper important sur un shooting, mais vu que la majorité des assistants photo, je pense, veulent être photographe. Il y a ce truc où il faut pas montrer ça, parce que, justement, être assistant c'est mal vu. Il y a un tabou parce que tu es assistant pas photographe, donc, du coup t'es catalogué assistant. [...] J'avoue que c'est un tabou que j'ai du mal à comprendre parce qu'on est tous passés par le même truc mais non. Et surtout, par exemple, t'as des photographes qui commencent à réussir ou quoi mais qui pour manger ils ont besoin encore de faire l'assistanat, bah ils sont discrets par rapport à ça parce que les clients seraient capables de plus donner de taf en tant que photographe si ils savent que t'es assistant encore. Tu as vraiment ce truc où tu ne peux pas jouer sur deux tableaux tu vois. » (Charlotte, 27 ans, photographe)

C'est la même histoire pour Johan qui confie ne pas montrer lorsqu'il participe à un *shooting* en tant qu'assistant.

« Rarement, parce que je n'ai pas envie de créer une confusion entre mon travail et celui des photographes avec qui je bosse. Ça m'arrive des fois, mais je reste assez discret sur mon travail d'assistant. C'est pas que j'ai pas envie que ça se sache je m'en fous un peu en vrai...»

Si les missions d'assistanat ne sont peu ou pas affichées publiquement sur Instagram, c'est par le canal de messagerie privé que transitent les missions. La partie publique d'un compte

professionnel n'est que la face émergée, la concrétisation de projets artistiques passe par messagerie comme celle d'Instagram.

B. Nouveau modèle de recrutement

1. Instagram : plateforme de recrutement

L'enquête a confirmé une des hypothèses de travail, à savoir que l'application Instagram était employée efficacement pour recruter pour des shootings photos. Les demandes de collaboration se déroulent par messagerie privé, les échanges par messagerie privé demeurent « l'un des usages les plus importants et constants des pratiques numériques.⁹⁷ »

En photographie de mode, c'est un client ou un intermédiaire qui va démarcher en message privé le photographe pour proposer un projet. Cela peut également avoir lieu par mail, souvent indiqué sur le compte du photographe ou par des applications de messagerie privé comme Whatsapp. Deux répondants (Jeanne et Kylian) à l'enquête disent que la moitié de leurs clients les démarchent sur Instagram, un autre, photographe depuis 45 ans affirme : « Aujourd'hui, Instagram est la plateforme sur laquelle on me contacte le plus. » Une jeune photographe vivant grâce à des missions d'assistant raconte même avoir reçu une demande de stage :

« Oui la majorité, c'était sur Insta à chaque fois. Genre par exemple les magazines, etc. Ou même les gens, je leur donne tout de suite mon Instagram et tout de suite ils voient direct mon travail ou soit des fois, j'ai reçu des demandes de stages, genre des gens qui voulaient être mon stagiaire (rires). Je leur disais: mais comment te dire, je ne suis pas photographe professionnel. Je suis assistant, donc... Mais juste parce que justement les trucs perso je vais les poster en story amis proches, mais sinon je poste rien sur Insta. Donc, je pense que j'ai un truc un peu *clean* où les gens se disent

⁹⁷ Cardon, Dominique, et Christophe Prieur, « Chapitre 12. La sociabilité peut-elle s'exhiber dans l'espace public numérique ? », op. cit., p. 276.

peut-être que c'est une photographe qui ça se trouve bosse. » (Charlotte, 27 ans, photographe)

La majorité de ses échanges ont donc lieu par messagerie privée, les gens trouvent également du travail en répondant à des *stories* postées par des boîtes de production ou des agences de photographes, parfois relayées par des groupes (Annexe 7).

« Par des potes sur Insta qui les republient en général ou alors ouais moi j'ai la chance d'être sur des groupes d'assistants. » (Johan, 23 ans, photographe)

« Oui. Là, j'ai deux exemples en tête des moments où je voyais par exemple des boîtes de prod ou des clients qui cherchaient des gens pour tel *shoot* ou qui cherchaient juste à voir de nouveaux *books*. Donc en mode: si vous voyez cette *story* envoyez-nous votre *book* par mail donc je l'ai fait. C'est ce qui s'est fait avec une boîte de prod qui est aujourd'hui un de mes plus gros clients je pense donc c'est fou. » (Gaspard, 25 ans, photographe)

Ce démarchage en répondant à des *stories* comme on répond à des annonces d'emploi à la différence que le compte Instagram joue le rôle du *curriculum vitae*. Cela concerne également les professions créatives en dehors de la photographie comme les maquilleurs.

« Plutôt en répondant à des *story* qu'en démarchant parce que quand tu démarches les gens voient pas parce qu'ils sont pas en demande. » (Marie, 26 ans, maquilleuse)

Les individus qui postent les annonces parlent au nom d'une boîte de production, d'une agence ou en tant qu'artiste, nombreux proposent des projets non-rémunérés. Les sociétés de production plus importantes ne démarchent en effet pas sur cette application où à titre d'exception. Ainsi les photographes postent également quand ils ne contactent pas par message privé des annonces en *story*. Souvent les petits photographes lorsqu'ils réalisent des projets personnels constituent d'abord une équipe en activant leur liens proches mais entrent en demande sur Instagram pour des profils où ils ont moins de contacts comme les stylistes, les maquilleurs, coiffeurs. C'est ce que raconte Gaspard, photographe de 25 ans :

« J'ai toujours les mêmes personnes qui m'assistent maintenant donc je fais pas de *story* pour ça, mais par contre, ça m'arrive si on cherche un/une styliste, *make-up artist*, coiffeur et tout par contre oui. Moi, je fais ce genre de *story* si je cherche telle branche de métier pour tel *shoot* je le fais en *story*, oui et ça fonctionne tout le temps. C'est fou parce que oui, je pense que c'est vraiment un truc très important dans ce milieu là, que ce soit pour les photographes ou les gens qui font le *make-up*, coiffure, et tout ça. On est tous un peu à l'affût un peu de ce qui se passe en *story*. Et par exemple quand je cherche une *make-up artist*, il y a une *make-up artist* qui la voit et elle est partagée sur leur groupe de *make-up artist* je pense, tu sais après j'ai 28 messages de personnes qui sont intéressées du coup c'est hyper dur. » (Gaspard, 25 ans, photographe)

D'autres demandes en message privé, lorsqu'ils ont moins d'abonnés, ils entament eux-même les recherches d'éventuels collaborateurs :

« Je pense dans ce milieu ouais parce que tu vois le travail des autres, en gros c'est une sorte de LinkedIn. Tu te dis : pour ce projet j'ai besoin de tel genre de boulot. Elle elle serait bien, lui il serait bien. Et donc tu leur demandes en fait. En vrai, que comme ça, moi, quand je faisais mes *shoots*, je ne contactais que par Insta, quasiment pas par mail donc ça devient super professionnel. » (Charlotte, 27 ans, photographe)

« Je vais pas mal chercher des modèles qui pourraient être intéressées par rapport à mes connaissances. Vu que je suis une vingtaine de photographes avec qui je parle. Quand un photographe collabore avec une nouvelle personne, je vais aller voir son compte et je vais me renseigner pour savoir si elle est ok pour les collaborations, si c'est quelqu'un de sympathique et de sûr aussi. Parce que j'ai eu énormément de personnes qui annulent au dernier moment ainsi de suite. » (Kylian, 23 ans, photographe)

2. Réactualisation de l'agent de photographe

Traditionnellement les agents artistiques jouent un rôle essentiel en tant qu'ils défendent les intérêts de leur photographe auprès des acheteurs d'art qui défendent les intérêts commerciaux des clients. Leur rôle est décrit dans un chapitre consacré aux intermédiaires de la photographie publicitaire dans un ouvrage de Wenceslas Lizé, Delphine Naudier, et Olivier

Roueff sur les intermédiaires du travail artistique pour le ministère de la Culture en 2011. Le photographe et son agent forment un tandem lié à la fois par une relation commerciale, des intérêts mutuels ainsi qu'un lien de confiance et une affinité naturelle. L'agent permet au photographe de construire sa carrière en négociant pour lui des contrats et en jouant de son propre réseau, le photographe en retour convoque son agent dans tous les échanges commerciaux même lorsqu'il a trouvé un contrat sans lui. L'agence artistique « gère les commandes et les archives du photographe et finance parfois la production⁹⁸ ». Elle représente un véritable « gage de professionnalité⁹⁹ » car elle suppose non seulement que le photographe a une touche artistique qui correspond à un segment du marché mais également qu'il dispose des aptitudes relationnelles et professionnelles nécessaires pour gérer un budget et une équipe¹⁰⁰. Dès lors son intérêt pour un aspirant photographe est évident, trois photographes parmi les enquêtés sont d'ailleurs en recherche active d'un agent (Johan, Gaspard, Félix) mais on peut se demander aujourd'hui si l'agent est aussi indispensable.

En effet, l'agent permet de déléguer la recherche d'emploi à une personne intermédiaire qui a les contacts et les aptitudes relationnelles nécessaires pour négocier avec les commanditaires laissant ainsi plus de temps au photographe à consacrer à sa production. Malgré tout, il existe des photographes qui ne sont pas représentés et qui trouvent du travail, auquel cas on émet l'hypothèse que ces échanges bénéficient au moins en partie de l'autopromotion sur les réseaux sociaux numériques. De plus, il est difficile pour un jeune photographe de trouver un agent sans avoir au préalable « fait ses preuves » dans l'industrie. Parmi les personnes interrogées, deux ont rompu contact avec leur agent et une personne était en discussion avec l'un d'eux pour se faire représenter.

« (...) je pense que ce serait un plus. Parce que l'agent il va potentiellement avoir des *followers* que je n'ai pas, c'est l'un des buts d'avoir un agent. Sinon ça ne change pas du tout ma manière de gérer mes réseaux sociaux. Mise à part afficher que je suis représenté par cette agence. » (Johan, 23 ans, photographe)

Les agents de photographes sur Paris n'ont pas la meilleure presse :

⁹⁸ Lizé, Wenceslas, Delphine Naudier, et Olivier Roueff. « Chapitre IV. Les intermédiations complexes du marché du travail de la photographie publicitaire », op. cit., p. 119.

⁹⁹ Ibid p. 123.

¹⁰⁰ Ibid p. 125.

« Il va te soutenir si t'as besoin, un bon agent. Un bon agent doit soutenir son artiste. Un bon agent, un agent. Dans le mot “agent” c'est ça qu'on veut entendre c'est qu'il te soutienne, justement dans ces moments-là où on ne parle pas d'argent mais on parle d'image, comme un agent de comédien ou autre, il est là pour te soutenir dans les mauvais moments. Un agent qui est juste là pour prendre ses 25 % ou 35 % de commission s' il a trouvé un job, c'est un agent, mais pour moi c'est pas ça le mot “agent”. 85 % des agents de photographe, c'est ce qui les intéresse avant tout, c'est la com quoi c'est prendre de la thune. Y en a des bons agents, je peux t'en citer un, Madé, par exemple, qui, lui, a toujours eu une agence avec une galerie. Ça a toujours été sa base, c'est à dire qu'il a toujours exposé ou des photographes qui ne sont pas les siens ou les siens s' ils ont besoin de faire une expo il y a une galerie à disposition. Donc ça, c'est un véritable agent, c'est un agent qui, en plus, donne un outil pour t'exprimer, et ça, franchement, il y en a pas beaucoup sur Paris. Il y en a eu, il y a eu de très grands agents mais il y a surtout beaucoup de requins. Parce que c'est un business, rien d'autre qu'un business. La photo de pub c'est un pur et dur business où l'on parle de gros sous en plus. Moi ça fait maintenant 20 ans que j'ai plus d'agent. Je fais tout tout seul. » (Mickaël, 62 ans, photographe)

Et pour Félix qui cherche un agent, il a tout de même des a priori :

« C'est pas obligatoire, mais tous les gros photographes ont un agent. Et on ne sait pas si c'est parce que l'agent veut gagner plus d'argent ou si c'est parce que l'agent est nécessaire parce que tu commences à toucher des grosses productions. »

la question s'il sait si cela a changé, il répond :

« Ça, je sais pas. Je peux me tromper mais j'ai l'impression que les agents, aujourd'hui, cherchent à se développer dans la production aussi, qu'ils n'encouragent plus la jeune photographie et qu'ils sont au contraire, dans l'encouragement du porte-monnaie, ils veulent des photographes qui travaillent déjà pour récupérer les clients et se faire du chiffre. Mais je pense pas qu'il y ait vraiment d'envie de développer des photographes. »

Les deux photographes qui ne sont plus avec leur agents (Mickaël et Gaspard) arrivent à trouver du travail en tant que photographe. À la question de pourquoi il est parti Gaspard répond :

« Parce que ça ne me plaisait pas. Là, pour le coup, c'est mon expérience personnelle, ça ne se passe pas comme ça avec tous les photographes qui sont représentés mais moi je n'ai pas eu l'impression d'être vraiment accompagné, ni soutenu. Enfin tout ce qui avait, un peu, pas promis mais expliqué au départ et surtout que je ne bossais pas quoi donc j'étais un peu bloqué. » (Gaspard, 25 ans, photographe)

Cela consisterait un phénomène à la marge car les plus grands photographes continuent d'être représentés par des agents et l'affiche dans leur présentation de profil, dans leur biographie (Annexe 8). Cependant les échanges avec les agents peuvent s'avérer complexes car cela demande plus qu'un simple ton professionnel, un vrai lien doit se faire entre les deux comme l'expliquent Wenceslas Lizé, Delphine Naudier, et Olivier Roueff dans leur rapport sur les intermédiaires de la photographie publicitaire¹⁰¹.

L'utilisation d'Instagram dans l'établissement d'un réseau s'avère très utile pour les photographes et les autres acteurs de ce milieu, on assiste cependant à une réactualisation des modalités d'échanges qui avant passait par d'autres canaux qui existent encore : d'anciens réseaux sociaux numériques comme Flickr, les blogs, les sites internet mais cela ne bouleverse ni l'organisation du travail ni les acteurs en place.

C. La persévérance des canaux historiques de reconnaissance

Comme on vient de le voir, l'intermédiation de l'agent qui persiste dans les relations clientèles ainsi que l'utilisation des réseaux sociaux numériques tournés vers les pairs, sont révélateurs quant à la manière dont les réseaux sociaux numériques n'autonomisent qu'à la marge le photographe de mode. Il s'agit davantage d'un outil pour affirmer l'appartenance au groupe auquel cas cela passe l'étalage de liens avec les institutions établies.

¹⁰¹ Lizé, Wenceslas, Delphine Naudier, et Olivier Roueff. « Chapitre IV. Les intermédiations complexes du marché du travail de la photographie publicitaire », *Intermédiaires du travail artistique. À la frontière de l'art et du commerce*, op. cit., pp. 124-125.

1. Le rôle des écoles d'arts

Si aucune formation n'est obligatoire en photographie car elle ne saurait se substituer à l'expérience acquise sur le marché du travail artistique, il n'empêche que le renouvellement de la population de photographes se fait par des individus davantage diplômés¹⁰². Dans l'enquête menée pour le ministère de la Culture en 2014, 46 % de photographes ont un diplôme équivalent à un Bac +3, la part de diplômés grimpe à 61 % pour les moins de 30 ans¹⁰³. Parmi la population de photographes diplômés, 61 % ont fait une école de photographie dont 21 % les Beaux-Arts ou Arts Décoratifs et 31 % se répartissent entre Les Gobelins, l'École de Photographie d'Arles et Louis Lumière¹⁰⁴. Selon Pierre-Michel Menger qui s'appuie sur la théorie exposée par Barbara Rosenblum¹⁰⁵ qui a travaillé sur le corps professionnel des photographes, la fréquentation de grandes écoles d'art permet, plus que la formation, l'acquisition d'un panel de règles sociales qui régissent les échanges sur le marché¹⁰⁶. La rapidité des cycles en art, sa destinée incertaine et sa tendance à constamment remettre en question toute hégémonie artistique rendrait caduque l'enseignement qui, incapable de suivre le rythme, constitue pour les nouveaux artistes le premier bastion à dépasser¹⁰⁷.

La fréquentation de ces écoles permet donc « la socialisation anticipée du futur artiste¹⁰⁸ » en tant qu'il s'agit d'un premier contact privilégié par les premières expériences professionnelles (stages) et par l'enseignement (le corps enseignant est composé d'artistes intervenants) à ces milieux sociaux. Cette période est notamment l'occasion pour l'artiste d'apprendre à faire valoir son art et son statut d'artiste en même temps qu'il le construit dans un espace de négociation et de compétition¹⁰⁹.

« La fonction de ces apprentissages n'est pas seulement d'articuler la formation théorique et la formation pratique, mais encore d'équiper l'étudiant des compétences

¹⁰² Vaclare, Claude, et Rémi Debeauvais, *Le métier de photographe*, op.cit., p. 3.

¹⁰³ Une observation qui concerne également l'ensemble du marché du travail.

¹⁰⁴ Ibid pp. 3-4.

¹⁰⁵ Rosenblum, Barbara, *Photographers at Work : A sociology of Photographers Styles*, Holmes & Meier, 1978. Cité par Menger, Pierre-Michel, *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, op. cit., p. 247.

¹⁰⁶ Ibid p. 247.

¹⁰⁷ Ibid p. 249.

¹⁰⁸ Ibid p. 247.

¹⁰⁹ Ibid p. 248.

nécessaires à la traversée des nombreuses épreuves de concurrence qui jalonnent l'insertion dans la carrière, puis le déroulement de celle-ci : la gestion de l'estime de soi, la capacité de résilience face à l'échec, le sens relationnel, la compétence de négociation dans les relations d'emploi, l'aptitude à se procurer les informations nécessaires à l'insertion dans les réseaux, la découverte de la gamme des idiosyncrasies comportementales qui font partie de la culture professionnelle des mondes de l'art, l'aptitude à s'ajuster sans délai à des équipes dans des projets¹¹⁰. »

Plus qu'un carnet d'adresses, les grandes écoles interviennent dans la construction de « l'ethos » du futur artiste qui sera mis en action lors des échanges avec le réseau. La fréquentation des grandes écoles d'art permet de trouver un premier emploi plus facilement mais par la suite, c'est la qualité et la récurrence des missions dans la période qui précède qui déterminent le fil de la carrière¹¹¹. C'est ce que Pierre-Michel Menger a décrit comme un modèle des « avantages cumulatifs » où les différences au départ minimes vont s'accumuler positivement au détriment des autres jusqu'à créer des écarts considérables¹¹². Ces écarts de grandeur peuvent à ce titre s'observer facilement sur Instagram avec, à la fois, les différentiels entre audiences mesurées par le nombre d'abonnés mais également par les campagnes de luxe et les couvertures des magazines de mode qui sont confiées à une poignée de photographes (toujours suivant la courbe de Pareto).

La formation artistique en photographie a sur l'activité d'autopromotion en ligne des retombées indirectes. L'école donne un avantage certain dans la promotion de soi qui est mobilisée sur les réseaux sociaux numériques, elle crée également des liens d'affinité entre les futurs photographes qui sont mis en jeu dans le mode de recrutement par cooptation. Il est d'usage de garder contact avec une partie de sa promotion notamment sur les réseaux sociaux numériques. C'est le cas de Jeanne, photographe et graphiste dont une partie de ses abonnés Instagram a suivi la même école qu'elle ([Annexe 17](#)). De plus, certaines formations ont conscience de l'intérêt d'Instagram, les entretiens menés auprès des anciens étudiants des Gobelins confirment qu'il en est question. Sans être en mesure de leur donner les clés là où ils ont un cours pour monter leur site internet professionnel, deux anciens étudiants se

¹¹⁰ Ibid.

¹¹¹ Ibid p. 250.

¹¹² Bessy, Christian, et Pierre-Marie Chauvin. « Pierre-Michel Menger, *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, 2009, Gallimard-Seuil, Paris, coll. « Hautes Études », 667 p. », *Revue Française de Socio-Économie*, vol. 6, no. 2, 2010, p. 170.

souviennent qu'on leur a parlé de l'importance d'avoir un compte Instagram qui soit un support de leur communication professionnelle.

« On avait quand même des cours Instagram, c'était important. On avait une prof de *moodboard* qui nous parlait beaucoup d'Instagram, de comment se montrer sur les réseaux sociaux. De l'impact que ça avait, de comment présenter les posts etc. De nous vendre en tant que photographe, de pas mettre trop notre vie perso sur les réseaux ou en soi, de créer ce truc de *stories* amis proches pour mettre nos bêtises, etc. Mais que notre compte Instagram devait être entre guillemets professionnel et nous montrer, en tant que photographe. Donc, en soi on a eu un peu tout de suite cette conscience que Instagram c'était sérieux. » (Charlotte, 27 ans, photographe)

« Je sais pas si c'était une agente d'artiste ou quelqu'un du milieu qui nous a fait une intervention, un *workshop*, et qui nous avait parlé justement de l'importance d'avoir Instagram et, justement, c'était des choses qu'on nous a dit c'était : mettez quand même de l'importance aux réseaux sociaux et on nous avait vraiment présenté ça comme un outil essentiel aujourd'hui, dans l'ère des réseaux et de s'en servir et que ça pouvait vraiment nous apporter beaucoup de choses. » (Gaspard, 25 ans, photographe)

2. Les autres institutions : Presse exposition, prescripteurs de la mode

Dans un milieu où l'expérience prévaut plus que la formation, les réseaux sociaux numériques sont un moyen de témoigner de l'activité professionnelle. Il existe différentes formations pour accéder à la photographie qui sont plus ou moins adaptées à certaines spécialités sans garantir la pérennité de l'activité photographique « l'exercice des spécialités est strictement indépendant de la qualification professionnelle¹¹³. » En ce qui concerne la photographie de mode, les étudiants tendent à privilégier les grandes écoles d'art qui ont des filières en photographie comme vu précédemment mais cela ne garantit en rien l'établissement dans la profession. Dans cette lignée, d'autres institutions historiques continuent d'agir comme de puissants signaux de réputation.

¹¹³ Menger, Pierre- Michel, *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, op. cit., p. 267.

Les réseaux sociaux numériques vont avoir pour effet de consacrer les voies traditionnelles de publication du média photographique. Un des moyens de donner une consistance artistique à un profil est d'ancrer la production dans le réel, cela prend d'autant plus de valeur que le régime de consommation d'images principal est numérique. Sur Instagram les médias traditionnels de la mode comme Vogue continuent de faire figure d'autorité auprès d'un large public comme auprès de la communauté professionnelle¹¹⁴. La publication dans un magazine, dans un livre et ou la participation à une exposition constituent des marqueurs de réussite dans la carrière en redonnant à l'image sa valeur rare, exclusive. Bien souvent ces travaux ne sont pas ou moins rémunérés que des missions commerciales mais leur valeur symbolique est plus grande. De la même manière que les mannequins sont moins, voire pas rémunérés pour défiler et tirent davantage leur revenus de campagnes publicitaires ou des catalogues de e-commerce¹¹⁵. Cette importance accordée à la valeur symbolique est conforme à la condition artistique du métier de photographe. Les réseaux sociaux numériques sont ainsi moins valorisés que d'autres manifestations artistiques comme les expositions ou les livres mais ils servent d'outil de communication. La diffusion sur les réseaux sociaux est par conséquent un moyen et pas une fin, un outil qui est d'ailleurs une cause de frustration pour les photographes : « ça me frustre beaucoup de devoir utiliser cette manière de publier mes photos. » (Maxime, 24 ans, photographe)

Ainsi Jeanne, photographe et graphiste, nous explique comment un projet sur Instagram avec d'anciens camarades de classe leur a permis d'être reconnu par leur milieu, ici le graphisme. Son discours témoigne de l'importance qu'elle accorde aux acteurs historiques de son milieu de prédilection.

« Bah [nom du projet] c'est moi et quatre potes du master de Nancy. Pendant le confinement, on a monté un peu ce truc incongru en mode : on se fait ch***, c'est le confinement et si on faisait une plateforme pour montrer le travail des étudiants au même plan que le travail des pros. Donc on avait, je crois, à l'époque un post par jour, c'est énorme, de boulot d'étudiant, boulot de graphiste machin mais aussi photographe. C'était plutôt "arts graphiques" on va dire. Et après on s'est dit: oh on va faire encore

¹¹⁴ Courbières, Caroline. « Revue de mode sur Instagram. Stratégies infocommunicationnelles et formes d'autorité de Vogue », *Réseaux*, vol. 234, no. 4, 2022, pp. 63-93.

¹¹⁵ *Mannequinat : les fashion victims du système*. France Culture, 7 décembre 2023. Radio France, www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/cultures-monde/mannequinat-les-fashion-victims-du-systeme-9396170.

mieux, on va faire des *lives* Instagram tous les vendredis où on va rencontrer des graphistes et on va leur parler dans une discussion hyper informelle, pas préparée du tout. On aurait peut-être dû d'ailleurs (rires) et en fait ce truc-là, il a été possible parce que clairement, c'était le confinement et que les gens étaient chez eux, parce que tu fais ça maintenant, un vendredi soir à 18 heures il y a 30 personnes qui regardent quoi. Et donc on a réussi un peu à rencontrer des gens hyper cool tous les vendredis pendant, je pense, presque un an. Ça, c'était vraiment la première phase qui nous a fait connaître et ça, c'est le genre de truc, les étudiants, ils adoraient quoi. On a fait vachement grossir la communauté avec des étudiants et quelques pros, parce que quand tu vois que machin est passé, ah bah vas-y, allez, je me tente, je le fais. Tu vois on a réussi à faire grossir le truc comme ça.

[...]

Exactement tout passait par Insta. On passait en DM [messages directs] pour proposer aux gens, on mettait des *stories*, on faisait les *lives* et les *posts*. Et du coup après ça nous a amené à faire une résidence où on avait une énorme galerie et dedans pendant deux mois on avait des bureaux fictifs. Tout l'archétype des bureaux: des chaises, des trucs, des tables, une secrétaire à l'entrée avec un vieux téléphone, un tableau Veleda et tout. Et en fait nous on travaillait à distance sur ce truc, donc en fait dans la galerie, sur les écrans il y avait une retranscription de nos écrans à Paris. Donc c'était hyper méta. Ce truc qui partait d'Instagram entre potes, boire des bières sur Instagram le vendredi, ça nous a amené en galerie, en expo, ça nous a amené à faire des résidences. Là on est en résidence au Signe à Chaumont, donc quand même, l'institution nationale du graphisme, quoi. »

Les témoignages recueillis lors de l'enquête permettent de comprendre que les photographes de mode se servent d'Instagram pour se présenter comme des professionnels à destination d'éventuels recruteurs. Instagram est alors employée comme une stratégie parmi d'autres pour capter des acteurs historiques du milieu, des agents, la presse, des galeries. Si la formation n'est pas obligatoire, la fréquentation des écoles d'art peut donner un avantage certain dans le travail sur le tissu relationnel qui se joue ensuite. La plus grande utilité d'Instagram touche à la facilité avec laquelle les différents individus peuvent chercher, découvrir et interagir avec d'autres utilisateurs, notamment par message privé, ce que l'enquête d'observation seule ne permet pas d'envisager. Cependant parmi les personnes

enquêtées personne n'y consacre une énergie démesurée, personne n'a d'ailleurs d'immenses communautés d'abonnés si bien qu'elles se retrouvent confrontées à des problématiques qui seront explicitées dans une troisième et dernière partie.

III. Limites dans l'utilisation d'Instagram

A. Instagram et l'injonction à la visibilité

Pour la sociologue Claudine Haroche, ce n'est pas tant que la visibilité est obligatoire mais plutôt que l'invisibilité est interdite dans des sociétés où l'existence est attestée par le regard de l'autre¹¹⁶. Haroche va plus loin en postulant que, à partir des écrits d'autres théoriciens qui ont pensé la technique et la communication (Benjamin, McLuhan), l'accélération technologique et en particulier le tournant des écrans inculquerait à l'individu de se rendre visible en utilisant ce biais, c'est-à-dire en devenant une image. Cette médiation de soi à travers l'image-écran, dans une société qui accorde une telle importance à la vue serait insuffisante pour révéler la complexité intérieure. L'accélération des images couplées au son et mises en flux contreviendrait à l'élaboration d'une réflexion autre que superficielle. Il en résulterait un morcellement entre la partie sociale et intime de l'individu, un appauvrissement de son imaginaire et de sa capacité à comprendre les autres, comme à se comprendre lui-même.

Dans un premier temps nous montrerons comment l'argumentaire d'Haroche est recevable dans notre contexte d'étude à partir de deux aspects que son texte soulève : la fréquence de l'image et le caractère intrusif des réseaux sociaux dans l'intimité des utilisateurs, en particulier des photographes de mode qui ne peuvent passer outre¹¹⁷.

¹¹⁶ Haroche, Claudine. « L'invisibilité interdite », Nicole Aubert éd., *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?* Érès, 2011, p. 80.

¹¹⁷ Tous les participants sont d'accord avec le fait qu'avoir un compte Instagram est devenu une obligation dans leur milieu.

1. Le rythme des publications

Selon Haroche le progrès technologique impose de façon insidieuse à l'individu de se révéler régulièrement; si ce n'est de façon continue pour trouver son salut dans le regard des autres tout en reproduisant lui-même ce processus : « consommateur mais avant-tout objet de consommation¹¹⁸ ». Le modèle de rentabilité d'Instagram se fonde sur l'économie de l'attention¹¹⁹, il pousse en effet les utilisateurs non seulement à publier mais à renouveler leurs publications puisqu'elles disparaissent de la *timeline* quand il ne s'agit pas de *posts* éphémères (les *stories*). Le service tire son profit de la publicité intercalée entre les médias balayés d'un mouvement du doigt, l'application étant conçue initialement et avant tout pour le *smartphone* et non plus pour l'ordinateur, d'où l'importance de mobiliser le plus longtemps possible l'utilisateur sur l'application.

Les premières personnes à en être conscientes sont les photographes qui vivent de ces images publicitaires et dont le travail personnel rentre également en concurrence au sein du flux d'images, ils doivent eux-mêmes rappeler leur existence en postant régulièrement. En faisant vivre leur compte, ils activent à moindre coût multiples liens sociaux, multiples relations qui seront éventuellement porteuses d'opportunités, c'est ce qu'explique très bien C, photographe :

« Oui mais Instagram ça marche mieux. Franchement, pour garder contact, pour rappeler : hello, je suis là si t'as besoin. Il y a un truc un peu plus personnel, tu vois ce que je veux dire, il y a plus de proximité. Tu vois les *stories* des autres, ils voient tes *stories* et donc ils se rappellent de toi. C'est vachement ce truc un peu aussi, quand tu es assistant photo, par exemple, tu travailles parce que les gens se souviennent de toi aussi. Et donc Instagram, je trouve que ça permet d'aider à ce qu'on se souviennent de toi. C'est plus simple, en fait. » (Charlotte, 27 ans, photographe)

Le problème qui se pose est que cette demande de contenu contrevient au temps nécessaire pour développer une réflexion artistique qui est pourtant ce que les photographes partagent en premier lieu sur leur compte. Ainsi les photographes trouvent des astuces pour rappeler leur

¹¹⁸ Ibid p. 93.

¹¹⁹ tel que décrit par Citton, Yves. *L'économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ?* La Découverte, 2014.

présence de façon quasi continue sans disposer d'autant de productions qu'ils le voudraient. En ce sens les *stories* sont employées car étant éphémères elles sont l'occasion de se manifester sans pour autant le faire à partir d'une publication hiérarchiquement plus importante qui s'inscrit dans le *feed*. Les *stories* peuvent ainsi être utilisées dans un premier temps pour reposer des publications mais également pour poster du contenu inédit sans que cela perturbe l'ordre des publications pérennes.

« Si je réfléchis, je pense que si on regarde la dernière photo que j'ai postée je pense que ça doit faire deux mois. Là, si tu parles à quelqu'un qui est dans un métier de comment être actif sur les réseaux, il te dit : mais ça va pas, t'es en train de te bousiller. Et du coup je poste pas assez parce qu'en fait je me détache. Instagram c'est pour moi un amour poison, un peu. C'est quelque chose qui doit être très présent et à la fois que je déteste parce que je déteste ce truc d'être un peu dépendant en fait d'une application et qu'on soit obligé de poster souvent pour avoir un minimum de... C'est pas du tout pour ça qu'on fait de base nos métiers et ça me saoule. Mais du coup oui, par contre je regarde un peu ce qui se fait aussi en mode : qui poste, à quelle fréquence. En vrai c'est assez constant dans ma tête dès que je vois un truc ou alors quand je marche dans la rue et que je vois un truc qui m'inspire je me dis : ah bah je vais le prendre en photo pour le partager en story. » (Gaspard, 25 ans, photographe)

Leur caractère fulgurant est également le meilleur moyen de faire passer une information. Comme vu dans la partie précédente, c'est par les *stories* que les acteurs de la photographie peuvent passer des annonces pour des missions. Cela peut également être le cas à l'occasion d'une exposition comme dans le cas de Charlotte qui préfère même ce mode de communication :

« Moi je suis la pire pour ça. Je suis vraiment, mais pas du tout assidue. J'aimerais bien me dire: bon allez, je vais être assidue, je vais poster ça proprement. Mais en fait ça me gêne. Je me sens pas légitime. Je me dis : c'est bon, je suis pas une star, je suis personne et c'est con, je pense être légitime comme tout le monde, mais dans ma tête, je ne le suis pas tu vois donc pour l'expo, j'ai partagé des *stories*, mais j'ai pas fait de *post*, par exemple. Parce que les *stories* je sais que ça va disparaître. »

Toutes les personnes interrogées ont conscience de l'impératif de publier régulièrement mais décident de la contourner voire abandonnent un temps l'application, conscientes qu'elles risquent de perdre des abonnés. Instagram affiche désormais dans la liste des abonnements ceux qui sont les comptes avec les *Interactions les plus rares* (Annexe 9).

« Quand j'avais fait une pause, et bah, en fait j'ai littéralement désinstallé insta et quand je suis revenu je crois que j'ai perdu peut-être, aller, 5 à 10% de mes abonnés parce que les gens ils voient que tu mets plus de contenu et bah ils passent à autre chose. » (Kylia, 23 ans, photographe)

Instagram en soit n'est pas une source de revenus, pour les photographes enquêtés, ce n'est pas le seul canal qui leur apporte des missions. Nous avons conscience que l'utilisation d'Instagram même dans une démarche professionnelle demeure techniquement facile et qu'elle devient plus difficile lorsque l'internaute cherche à créer une véritable communauté mais il ne s'agit pas du récit des personnes interrogées pour cette enquête.

Instagram a tendance à récompenser les comptes actifs et au contraire va descendre la visibilité des *posts* (le *reach*) de ceux qui ne postent pas régulièrement. Les fils d'actualité ne fonctionnent plus seulement comme des fils anté-chronologiques où apparaissent en premier la publication la plus récente, ils prennent également en compte d'autres paramètres sans que leur fonctionnement soit jamais clairement communiqué. À l'image d'*EdgeRank*, l'algorithme de Facebook qui prend en compte le degré d'interaction entre utilisateurs, Instagram propose du contenu auquel l'utilisateur n'est pas abonné à partir de l'activité des personnes qu'il suit. Sera davantage mis en avant un compte qui interagit et poste de façon régulière plutôt qu'un compte qui poste trop rarement puis par période. Pour attirer l'individu à poster quand il poste après une longue période d'inactivité, il va être récompensé par un pic dans les impressions qui ne se renouvellera pas pour les *posts* suivants.

« [...] ça dépend aussi de est-ce que j'ai posté récemment. Parce qu'il y a des périodes creuses où je ne poste rien ni *story* ni *post* pendant un mois, je mets une *story* : waouh. Mais ça, moi je m'en fous en photo en fait. Il y a des gens, je pense ils relancent un peu Instagram avant de poster un truc. Moi, honnêtement c'est ma vitrine mais pas au point que je mette une énergie folle. » (Jeanne, 26, photographe et graphiste)

2. Devoir se montrer

Simplement publier, même quotidiennement ne suffit pas, pour Claudine Haroche ce processus de « marchandisation de soi¹²⁰ » à travers l'image, « l'exhibition de soi¹²¹ » doit repousser toujours les frontières de l'intime et « offrir non plus seulement la force physique mais la personne psychique¹²² ». Dans un contexte de concurrence entre les individus où la « quête de visibilité ne tient plus à un regard direct, un statut clair, une hiérarchie explicite¹²³ » car concrètement on ne sait pas qui des personnes abonnés ou des non-abonnés verront le contenu, Instagram tend à mettre en valeur les publications où apparaissent leurs auteurs comme le savent pertinemment les personnes enquêtées.

« Il faut le faire, je sais, il faut le faire. Quand je poste des autoportraits, j'ai deux fois plus de likes et je trouve ça très triste d'ailleurs parce que je suis pas mannequin. Quelque part aujourd'hui, t'es obligé de te vendre, toi. » (Félix, 28 ans, photographe)

Ce qui est à première vue pour les artistes un contresens puisque comme on l'a vu précédemment avec l'article de Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Téterel, pour passer pour un professionnel, il faut détacher son travail de sa personne. Mais sur les réseaux sociaux numériques ce sont les profils « authentiques » c'est-à-dire à la fois intègres, spontanés et originaux qui vont fonctionner le mieux. Ce que concluent par ailleurs les sociologues Samuel Coavoux et Noémie Roques qui ont cherché à déterminer quel profil de vidéaste créait l'engouement sur la plateforme de live-streaming Twitch¹²⁴. Personne parmi les enquêtés ne cherchent à singer les influenceurs. Encore une fois, la story est le compromis que la plupart des gens acceptent pour se montrer car elle ne s'inscrit pas dans le temps.

« En vrai, ça m'arrive genre, si j'ai un truc à dire ou quoi sur une *story*, je mettrai ma gueule parce que je sais que ça va avoir plus d'impact. » (Marie, 26 ans, maquilleuse)

¹²⁰ Haroche, Claudine. « L'invisibilité interdite », op. cit., p. 86.

¹²¹ Ibid.

¹²² Ibid p. 93.

¹²³ Ibid p. 93.

¹²⁴ Coavoux, Samuel, et Noémie Roques. « Une profession de l'authenticité. Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube », *Réseaux*, vol. 224, no. 6, 2020, p. 172.

Pourtant ce n'est pas la tradition chez les photographes de se mettre en avant sur leur compte Instagram, certains se décrivent d'ailleurs spontanément comme timide (Charlotte, Gaspard, Kylian) ayant parfois choisi ce métier pour contourner leur timidité à travers l'objet de l'appareil photo comme Gaspard :

« [...] il y a quand même un truc dans le portrait qui m'a bien plu parce que j'étais très solitaire et très timide et en fait l'appareil photo me permettait, quand je faisais du portrait d'avoir un lien avec les gens et d'être caché derrière quelque chose et du coup c'était un peu un prétexte aussi pour pouvoir regarder les gens d'un peu près, d'échanger avec eux mais sans trop me mettre en danger. Parce que je considérais comme un danger d'être regardé par les autres, qu'on me parle et tout, j'avais un peu peur du lien social .» (Gaspard, 25 ans, photographe)

Cette pratique n'est également pas celle des graphistes qui, traditionnellement, restent en retrait de leur production.

« Et d'ailleurs moi j'ai eu LinkedIn très tard il y a deux, trois ans. Et j'étais en mode putain tout le monde met sa photo et tout, délire. Parce que sur Instagram, même les graphistes, ils ne se montrent pas vraiment, il y a pas un truc de culte de la personnalité hyper poussé comme les archi[tectes] plus déjà. Les graphistes, on voit jamais leur tête sur leur site, pareil, jamais et en arrivant sur LinkedIn j'étais en mode : p***** va falloir que je le fasse. Donc je l'ai fait mais ça m'avait un peu choqué ce truc de l'image parce que j'étais plus habituée. » (Jeanne, 26 ans, photographe et graphiste)

La stratégie adoptée est de se montrer au travail pour à la fois incarner son compte et signifier que l'on nous confie des missions tout en étant perçu, par l'exercice même de sa pratique sous un jour professionnel. Gaspard qui utilise les réseaux sociaux numériques pour poster son travail depuis l'adolescence, explique qu'il ne se sent plus très à l'aise avec le fait de poster des *stories* où il parle à la caméra comme il a pu le faire avant, quand sa pratique était amateur où il adoptait davantage les techniques des influenceurs pour créer une communauté. Il poste désormais des moments de sa vie tout en conservant une distance maîtrisée avec son audience.

« Ouais, j'ai l'impression que les gens le font parce que justement c'est aussi l'algorithme qui met en avant des comptes où on voit les personnes. C'est ce qui plaît le plus à l'audience. Mais moi je ne le fais pas sauf en *story*. Les seuls moments où on me voit je pense c'est par exemple quand je suis en *shoot* et que je repartage par exemple la prod qui a fait une *story* en mode "*shoot day*" où on me voit avec l'appareil photo là je vais le repartager. Ou alors je suis en studio et à un moment je vois le miroir, et je vais prendre en selfie le miroir avec l'appareil photo en mode aujourd'hui, c'est *shoot*. J'ai l'impression d'être un gros vieux (rires). Et je vois la différence d'algorithme quand je poste ma tête, d'ailleurs c'est fou. » (G, 25 ans, photographe)

Chaque réseau social a ses codes et Instagram propose une esthétique toujours positive, ainsi Théodora Domenech le montre en exposant la stratégie de plusieurs artistes sur Instagram qui jouent avec les codes mercantiles et l'injonction à se montrer sous son meilleur jour¹²⁵. Ce qui soulève un paradoxe car l'impératif d'authenticité qui est également de mise avec une spontanéité feinte épouse toujours cet impératif de positivité. Une positivité qui par ailleurs est la norme dans l'environnement du travail. La visibilité des réseaux sociaux est une visibilité choisie qui va rogner sur les aspects, négatifs ici, de la condition professionnelle des photographes pour ne garder que le meilleur.

Instagram impulse en effet à son utilisateur de maintenir son compte actif en publiant régulièrement notamment des publications qui dévoilent son utilisateur. Cependant on peut rationaliser la thèse d'Haroche à la réalité car si les répondants à l'enquête jouent le jeu, ils ne se sentent pas contraints outre mesure et ne se forcent pas.

B. L'atteinte à la liberté artistique sur Instagram

1. Une expérience frustrante

¹²⁵ Domenech, Théodora. « Sensibilité en réseaux : entre dévoilement, censure et repli sur soi », *Marges*, vol. 36, no. 1, 2023, pp. 76-86.

Le travail de photographe publicitaire n'est pas à proprement parler un travail artistique dans le sens où le photographe suit un cahier des charges extrêmement précis et capture un visuel promotionnel qui a été décidé en amont par d'autres créatifs (communicants, direction artistique). Les travailleurs de ces milieux en sont également les premiers spectateurs d'autant plus qu'en tant qu'assistant photo ils ne tiennent pas à être associés aux images publicitaires. L'expérience d'Instagram, c'est également celle d'un consommateur de contenu, et le réseau devient à ce titre une source d'inspiration parmi d'autres. Comme le note Jeanne, qui, à son poste de directrice artistique, utilisait Instagram pour constituer ses *moodboards*.

« J'étais surtout aux *moodboards*, donc forcément Instagram. Moi, dans mes enregistrements Insta j'ai un dossier (magazine de mode), j'ai un dossier Jeanne et j'ai des centaines de trucs enregistrés en vrac. Je suis pas la pro du rangement pour ça mais ouais c'est un réel outil et quand je parlais avec mon *boss* on avait Instagram ouvert. Donc c'est vraiment au cœur des pratiques, aussi de ce que faisaient les autres magazines et les autres médias, on se renseigne là-dessus, tu vois. Donc ouais c'est hyper central. »

Ce qui est ressorti plusieurs fois dans les entretiens c'est une certaine lassitude à l'égard du niveau actuel des images qui circulent (Maxime, Charlotte, Jeanne, Félix).

« Bah autant en tant que format que en tant qu'esthétique. Forcément, quand tu vois une sorte d'image tout le temps t'as envie de reproduire et du coup bah c'est le serpent qui se mord la queue en mode, déjà vu, déjà vu, déjà vu, déjà vu. Donc, c'est aussi dur de sortir de ça. » (Jeanne, 26 ans, photographe et graphiste)

Cette consommation de contenu puisque les photographes suivent eux-mêmes d'autres professionnels de la mode génèrent un sentiment de compétition qui n'est pas vraiment assumé par les enquêtés.

« Oui, en vrai, il y a de la compétition, c'est juste que c'est pas vraiment assumé et c'est pas un truc discuté ouvertement, c'est un truc que certaines personnes se disent entre eux. » (Maxime, 24 ans, photographe)

« Complètement, c'est un métier à part les réseaux sociaux, je trouve ça met trop la pression. Je pense qu'on y voit de la compétition. On se dit, il y a plein de photographes sur le marché, mais combien il y en a qui vont vraiment travailler ? »
(Charlotte, 27 ans, photographe)

Une compétition qui concerne d'autres acteurs du secteur comme les maquilleurs :

« Ouais de ouf, je déteste Instagram, c'est horrible genre ça m'angoisse de ouf. En fait, j'essaye d'y aller le moins possible, je me suis mis un régulateur et tout. J'ai essayé de *follow* que des gens qui font du *make-up* et de les mettre en fav[oris] pour que je vois que ça, pas que ça me prenne la tête. Et en fait, au début ça allait mais maintenant ça me prend la tête parce que je vois les gens travailler alors que moi non. Je vois des gens qui sont en mode : telle, elle cherche une assistante, je lui ai répondu pour être assistante et finalement c'est une autre meuf que je suis aussi qui va être prise. Et du coup, je suis en mode: putain, et j'ai l'impression que c'est jamais moi. Ce n'est pas vrai en vrai, mais dans ma tête. » (Marie, 26 ans, maquilleuse)

Or tous les photographes interrogés tiennent à leur intégrité artistique, ils ne cherchent pas l'attention furtive du plus grand nombre mais la reconnaissance des pairs qui valident l'originalité de la démarche. Plaire au plus grand nombre demande en effet de généraliser sa production artistique dans une démarche tout public voir *mainstream* ce qui est connoté négativement dans le milieu de la mode. À l'instar des vidéastes autodidactes étudiés par Jean-Samuel Beuscart et Kevin Mellet, les photographes ne vont pas jusqu'à standardiser volontairement leur production pour gagner en visibilité.

« Maintenir une voie “originale”, une intégrité artistique, ou du moins le plaisir associé à la liberté de création, impose au contraire d'être capable de se détacher des compteurs, du moins, de refuser qu'ils déterminent le contenu des productions¹²⁶. »

Finalement les *likes* et les abonnements ne sont qu'une mesure parmi d'autres et pas la plus importante pour les photographes. Jeanne, par exemple, s'intéresse davantage aux

¹²⁶ Beuscart, Jean-Samuel, et Kevin Mellet. « La conversion de la notoriété en ligne. Une étude des trajectoires de vidéastes pro-am », op. cit., p. 93.

enregistrements de sa publication (les *saves*) et ne regarde pas les compteurs de *likes* quand il s'agit d'une commande pour un client.

« Quand je sais que je poste en *feed* un truc un peu pour le kiff mais pas forcément avec un client, je m'en fous. Même si c'est une belle image et que l'image me tient à cœur, je m'en fous. Mais quand c'est un contenu clientèle, je regarde tout le temps les stats surtout les impressions et le nombre d'envois à d'autres. Je ne sais plus comment ça s'appelle mais tu sais les gens qui se l'envoient entre eux. Et souvent ce truc de "je l'envoie à quelqu'un d'autre" c'est un peu ça mon curseur. Je me dis: ok, ça, ça a marché. Pas forcément au nombre de *likes* mais au nombre d'envois ou d'enregistrements. En fait non, je dit n'importe quoi les envois on les voit plus depuis quelques années et maintenant c'est l'enregistrement depuis quelques années en France parce que dans d'autres pays c'est encore valable. En France, il y a une politique de confidentialité qui bloque. Mais oui, je parlais des enregistrements des gens qui *save* le truc, et c'est un peu ça mon curseur. Après, je sais que dans mes abonnés il y a énormément de graphistes donc forcément t'enregistres et tu ranges dans une base de données où tu viens prendre de l'inspiration plus tard. » (Jeanne, 26 ans, photographe et graphiste)

Haine en ligne

Les personnes enquêtées n'ont pas de grandes communautés comparées à certains profils de photographes de mode célèbres, elles ont entre 1100 et 7000 abonnés. Elles ne sont donc pas vraiment les cibles d'insultes de la part des autres internautes. Cependant afficher publiquement en ligne son travail et laisser ses messages privés ouverts à tous les utilisateurs comporte des risques. Les photographes de mode peuvent en effet être visés par des comportements injurieux en commentaires ou par messagerie. Ainsi deux personnes racontent avoir vécu des situations de haine en ligne. Dans le cas de Félix il s'agissait de commentaires injurieux de la part d'inconnus suite à une photographie publiée dans un magazine de mode étranger :

« J'ajoute juste un truc. C'est que tu exposes aussi tes photos au regard du monde et à la limite que si c'est ton image à toi, tu t'en fous un peu mais quand ça touche tes photos c'est autre chose, tu vois donc les exposer comme ça à la face du monde...Je me suis fais traité de raciste un jour parce que j'ai posté une photo avec que des

hommes blancs nus dans un magazine aux Etats Unis. [...] Bah sur cette publication là énormément, sur les autres non mais j'avais shooté que des hommes blancs et ils avaient différentes teintes de peau et je les avais mis les uns sur les autres et je trouvais ça beau cet espèce de nuance sauf qu'on m'a reproché de pas avoir plus de nuances en fait. C'était pas le propos, mon propos c'était pas de faire une palette. [...] Il faut avoir conscience que quand tu mets une photographie sur Instagram tu t'exposes pas que à la France et que dans d'autres pays ils pensent d'autres choses et ils peuvent t'insulter là-bas alors qu'ils t'insulteront pas ici. »

Cela peut également se passer par message privé et cela concerne d'autres branches que les photographes seuls. Ainsi Gaspard, maquilleuse raconte comment elle a pu vivre un échange très désagréable auprès d'un potentiel client :

« Et un jour un mec me contacte sur Instagram, c'est un acteur Youtube. Je sais pas, je connais pas mais il a plein de *followers* et tout. Bref, il me contacte pour m'expliquer son projet, il me demande mes tarots et tu donnes jamais tes tarifs, tu demandes combien il est prêt à te donner. Donc je lui dit écoute ça dépend. Le mec me fait des pavés pour m'expliquer que : c'est dommage, je devrais pas me brader, je devrais pas me vendre parce qu'il faut que je puisse en vivre et que c'est pas comme ça que ça fonctionne et je devrais m'imposer et que si j'ai vraiment envie de percer dans ce métier il faut que...Il faut que je fasse ci, faut que tu fasses ça, le mec il m'a expliqué comment fonctionnait mon métier. Dans deux ou trois pavés comme ça où on tournait en rond parce que moi je lui disais pas de prix et au bout d'un moment il m'a rendu ouf et du coup je lui ai dit ok bah tu prends comment ? Tu prends en facture ? Tu prends en cachet ? Tu ne factures pas pareil parce que du coup en facture tu vas payer plus contrairement au cachet où tu vas moins te faire taxer. Il me dit en facture, du coup je lui dit : ok c'est 300 balles la journée il m'a laissé en vu, il m'a jamais répondu. »

Cependant le ton professionnel et le fait que les abonnées des personnes enquêtées soient des gens connus de la vraie vie ou évoluant dans le même cercle explique le fait que ces expériences restent, du moins dans le cadre de cette enquête, minoritaires. Le phénomène des bulles de filtres permet d'envisager pourquoi ils sont confrontés aux mêmes images.

Bulles de filtres

Le sociologue Eli Pariser a défini ce concept dans un livre dédié *The filter bubble : What the internet is hiding from you*, parût en 2011 aux éditions Penguin Press HC et non traduit en français. Entrepreneur militant, il a développé cette notion dans le contexte démocratique américain mais le phénomène de bulles de filtres s'applique aussi pour la consommation culturelle sur les réseaux sociaux numériques. À partir des données utilisateurs, les mesures de *pattern recognition*, les algorithmes des réseaux sociaux vont proposer du contenu ciblé. Avec ses différents engagements vis-à-vis d'un contenu mais également de l'engagement des personnes avec qui il est en lien sur le réseau social numérique, l'algorithme propose du contenu qui devrait plaire à l'utilisateur dans le but de générer le plus de trafic possible. Si le principe paraît vertueux, Eli Pariser en les décrivant comme des bulles, montre que cette expérience va avoir tendance à enfermer sans qu'il s'en rende compte les utilisateurs dans un contenu qui soit-disant leur ressemble sans opérer de glissement vers d'autres nouvelles formes de contenu. L'expérience culturelle est ainsi simplifiée et renvoie toujours à l'utilisateur le même type de contenu à l'image de l'algorithme de recommandation de vidéos TikTok. Or les dernières évolutions des réseaux sociaux affichent de plus en plus les algorithmes de recommandation qui sont désormais présentés en premier à l'image du fil des *Pour toi* de TikTok comme les *Pour vous* de X (anciennement Twitter). Les applications se chargent davantage de cette signification de média, en tant qu'elles sont support d'informations ici calibrées à l'individu qui met au second plan la partie de communication entre utilisateurs. Ce que le terme de média social reprenant le terme anglais (*social media*) pour désigner les réseaux sociaux numériques laisse davantage entendre. C'est ce qu'explique Jean-Samuel Beuscart à l'antenne de France Inter dans une émission consacrée à MySpace en mars 2024 :

« Ce qui est frappant sur l'évolution des dernières années c'est finalement l'abandon du réseau social au sens de réseau social. Que vous regardiez Twitter, Instagram ou Tik Tok, quelque part il y a l'idée qu'on revient à des sortes de flux médiatiques plus que des réseaux sociaux et qu'au fond la place prise par l'algorithme commence à l'emporter sur le réseau social qui devient juste une des composantes parmi plein d'autres de l'alimentation de l'algorithme. [...] les liens sociaux sont moins importants¹²⁷. »

¹²⁷*Myspace, que reste-t-il de l'utopie ? - Zoom zoom zen*. France Inter, 1 mars 2024. Radio France, www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/zoom-zoom-zen/zoom-zoom-zen-du-vendredi-01-mars-2024-7867072.

Les bulles de filtres permettent au travailleur de s'ancrer dans une communauté, ce qui peut avoir des effets bénéfiques car les algorithmes fonctionnent sur un système de recommandation des pairs. Ils vont suggérer à l'utilisateur ce qu'un compte avec lequel il interagit beaucoup interagit lui-même. Depuis 2020 sur le fil d'actualité s'invite, outre les publicités ciblées, les publications de comptes suggérés. Ces bulles ont cependant un effet pervers pour les artistes en tant qu'elles renvoient constamment l'utilisateur vers le contenu auquel il a souscrit en excluant de fait les effets de sérendipité et de hasard propices à de nouvelles découvertes. Elles sont également le risque comme le conclut l'artiste pluridisciplinaire Keyvane Alinaghi, que cela appauvrisse à terme la création artistique et la scène artistique avec des professionnels des mondes de l'art recruteurs eux-mêmes intégrés dans ces bulles où ils n'accèdent qu'à une partie de la création artistique¹²⁸.

2. Instagram et la censure

La banalisation du contenu en circulation tient également de la politique d'utilisation de la plateforme. Outre le format d'Instagram pour les photographes qui ne laisse pas autant de liberté de mise en page qu'un site internet, ses utilisateurs sont également soumis à une politique d'utilisation qui peut s'avérer très restrictive pour la discipline photographique quand on sait par exemple que le nu représente tout un pan de la photographie. Agate Lesage qui a travaillé sur ce sujet et en a fourni un rapport dans la revue *Mouvement*, explique que ces conditions d'utilisations très strictes vis-à-vis de la nudité permettent à Instagram de se protéger des lois SESTA-FOSTA (Stop Enabling Sex Traffickers Act et Fight Online Sex Trafficking Act) qui depuis 2018 tiennent pour juridiquement responsables les plateformes qui hébergent du contenu pornographique obscène¹²⁹. Ces lois concernent la pornographie et non la nudité mais Instagram a pris le contrepied et a réduit pour limiter les risques d'attaques judiciaires « la nudité à la sexualité et [...] la sexualité à la pornographie¹³⁰ » en bannissant toute forme de nudité.

Pour autant cette politique est souvent critiquée car jugée hypocrite, en effet un certain type de nudité semble être autorisé. Les travaux de Judith Duportail et Nicolas Kaiser-Bril parlent

¹²⁸ Alinaghi, Keyvane. « Followers, Likes, Vues : l'illusion d'une valorisation artistique par la quantification ? » art. cit., p. 37.

¹²⁹ Lesage, Agate. « Instagram et la censure des corps sexisés », *Mouvements*, vol. 112, no. 4, 2022, p.149.

¹³⁰ Ibid.

d'une « prime secrète à la nudité¹³¹ », elles démontrent qu'une partie des créateurs de contenus sur Instagram peuvent être mis en avant par l'algorithme s'ils produisent des contenus avec de la nudité dite douce : par exemple par des photos en maillot de bain ou en lingerie car ce contenu est générateur d'engagement et donc de revenus pour Meta (société mère d'Instagram). Il y a un double standard qui s'applique car pour bénéficier de cette visibilité il faut correspondre à des standards de beauté normés : corps blancs, minces, valides. Les intelligences artificielles ont été entraînées à partir des catalogues de la célèbre marque de lingerie Victoria Secret et ne reconnaissent pas les peaux noires¹³².

Il y a également un double-standard entre corps masculins et féminins qui a été exposé avec des mouvements comme *#freethenipple* né en 2012, les tétons féminins sont dans le viseur des intelligences artificielles alors même qu'il ne s'agit pas d'un organe sexuel tandis que les torsos masculins dénudés ne sont pas un outrage à la politique d'utilisation.

Les photographes qui font des photographies de nu doivent obligatoirement flouter ou cacher les zones problématiques sinon ils risquent, si ce n'est la suppression d'un *post*, le *shadowban*. Ce terme anglais est employé quand le contenu d'un créateur est invisibilisé sans qu'il en soit informé, en d'autres termes il s'agit d'une censure silencieuse. Le photographe s'en rend compte quand ils voient ses statistiques chuter drastiquement. Félix, photographe amateur qui réalise des portraits de nus artistiques, raconte comment il a compris que son contenu avait été invisibilisé par la plateforme après avoir déjà subi une suppression de *post* suite à un signalement. Quand plusieurs posts sont jugés problématiques par l'intelligence artificielle, la portée du compte est limitée et certaines options comme la sponsorisation de posts est refusée.

« Mais il y a aussi un peu de frustration, parce que nous les artistes on se fait un petit peu “bolosser” par Instagram parce que forcément quand on parle de nudité sur les réseaux, Twitter, tu vois, c'est un peu *too much* et Instagram c'est l'inverse, ils mettent des restrictions trop poussées. Et donc j'ai eu on va dire l'amère expérience d'être *shadowban* la semaine dernière. J'étais *shadowban* pendant 3 jours par rapport à un post que j'avais fait. (...) Il y a une fonctionnalité ou en gros, quand tu vas dans

¹³¹ Julie. Duportail, Nicolas. Kayser-Bril, « Sur Instagram, la prime secrète à la nudité : se déshabiller pour gagner de l'audience », Médiapart, 15 juin 2020. Cité par Lesage, Agate, art. cit., p. 150.

¹³² Ibid p. 151.

les comptes pro, quand tu vas dans “ statut du compte”, tu peux voir toutes tes restrictions. Et donc, moi là il y avait “contenu rétrogradé dans le fil” parce qu’il considérait que ça ne répondait pas aux règles communautaires. Mais bon là je suis encore sur un point d’exclamation [signal la mise en garde] même si j’ai fait appel et qu’ils ont dit ok. (...) Donc moi il y a ce qui ne peut pas être recommandé. Donc, quand tu cliques dessus, il n’y a rien mais moi j’avais cinq posts. Et vu que j’avais cinq posts, il me disait: votre compte ne peut pas être recommandé aux non-followers. Donc ça fait que seulement les gens qui me suivaient pouvaient voir mes publications. Et les gens qui me suivaient pas bah j’existais pas, et donc j’ai fait un petit peu ce test. Moi, j’ai un autre compte, un peu poubelle, où je fais mes tests d’affichage, etc. Et je ne suis pas abonné à mon compte donc, j’ai tapé le début de mon arobase et je ne me trouvais pas, et j’ai dû taper mon arobase complet pour me trouver donc j’étais vraiment *shadowban*. Du coup, ce qui m’a permis de sortir de ce *shadowban* c’est que, par exemple, on ne le verra pas, mais si je vais dans la catégorie *reels*. On ne voit pas forcément mais ce post là j’ai dû flouter, et c’est aussi pour ce post là, un peu plus haut. Là, j’ai dû supprimer la photo de couverture. Et j’ai dû aussi supprimer ici, là on est à un sur huit, j’ai toujours dix publications. »

Ces conflits entre les utilisateurs et la plateforme dans un contexte artistique illustrent comment la culture des ingénieurs américains de la Silicon Valley influence constamment leurs innovations. Les politiques d’utilisation et le contenu sont ici détectés par des intelligences artificielles, « entraînées » à partir d’une série d’exemples spécifiques reflétant une certaine vision de la société.

C. Compétition entre professionnels

1. Compétition entre professionnels et non avec les amateurs

Enfin, c’est au sein des professionnels que se déroule la majorité de la compétition. À ce titre Instagram permet à la fois de suivre l’actualité des collègues, ce qui entraîne un sentiment de compétition qu’il est cependant mal vu d’admettre. Les travailleurs des mondes de l’art bien qu’étant tout à fait conscients que les réseaux sociaux numériques ne

représentent pas la réalité, eux même confrontés à cet impératif de positivité, sont malgré eux mis dans cette boucle de comparaison constante. Conséquemment les photographes se surveillent entre eux.

L'élargissement massif de la diffusion photographique dont la pratique s'est mondialisée avec le passage au numérique puis avec les *smartphones* a créé une panique morale infondée autour de la concurrence déloyale que représenterait la pratique amateur face aux professionnels du secteur. L'amateur dans son sens contemporain est celui qui prend des photographies avec son *smartphone* alors qu'initialement ce terme a émergé pour décrire le passionné de photographie qui apprend les techniques de prise de vue et exerce à titre personnel. Cette figure existe depuis l'apparition de la pratique et était incarnée au XIX^e siècle par les membres de clubs-photos. Le terme « professionnel » est ensuite devenu un qualificatif commercial pour distinguer les gammes d'appareils photographiques¹³³. Aujourd'hui pour définir la foule de pratiques dont une large majorité demeure destinée à un cercle de diffusion intime, Jean-Samuel Beuscart emploie les termes de « amateur éclairé¹³⁴ » ou « pro-am¹³⁵ » pour parler de ces amateurs qui cherchent à intégrer des mondes professionnels artistiques en gagnant en visibilité et en réputation par la publication de l'activité en ligne.

L'historien André Gunthert dans son livre *L'image partagée* est notamment revenu sur le déclin de l'économie de la photographie qui était au début des années 2010 encore imputé aux amateurs pendant la transition numérique. Les écrits sociologiques sur ce sujet ont permis de déterminer que ce phénomène était à la marge, y-compris dans le cas des banques d'images illustratives qui concerne une branche de photographie commerciale peu rémunératrice et des photographes de mariages, soit les pratiques dites « menacées » par la pratique photographique amateur¹³⁶. L'essentiel de la compétition vient toujours des autres professionnels comme le dit Sylvain Maresca dans un message repris dans le livre d'André Gunthert :

¹³³ *La photo à l'ère du numérique - La place de la toile*. op. cit.

¹³⁴ Beuscart, Jean-Samuel, et Kevin Mellet. « La conversion de la notoriété en ligne. Une étude des trajectoires de vidéastes pro-am », op. cit., p. 84.

¹³⁵ Beuscart, Jean-Samuel. « Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique. Les usages de MySpace par les musiciens autoproduits », art. cit., p. 139.

¹³⁶ Gunthert, André. *L'image partagée. La photographie numérique*, op. cit., p. 123.

« Les professionnels jouent contre les professionnels, du moins certains, dans un climat de concurrence généralisée qui voit tous les acteurs de la chaîne graphique, désormais dotés des mêmes outils de production et de traitement des images, empiéter constamment les uns sur les autres dans l'espoir de l'emporter sur le marché¹³⁷ »

Cependant, si l'industrie de la mode n'était jusqu'à présent pas concernée par les questions de banque d'images, elle accorde une importance aux mesures de réputation chiffrées ce qui avantage certains photographes même sans expérience. De la même manière que les marques engagent des influenceurs plutôt que des mannequins pour leur campagnes pour gagner en visibilité, ce procédé peut tout à fait se répéter pour les professionnels de l'image. Ainsi les sociétés de production chargées d'organiser les *shootings* photo peuvent désormais privilégier les photographes populaires sur les réseaux sociaux même s'ils ne disposent ni des compétences techniques et relationnelles pour diriger un *shooting* photo. Il n'existe pas de données chiffrées ni de référence scientifique sur ce phénomène mais cela a été mentionné plusieurs fois en entretien (Charlotte, Félix).

« [...] je te donne un exemple, une fois on m'a appelé pour être [assistant] *digit* sur un job. Et en fait j'arrive le matin et le photographe ne savait pas ce qu'était un reflex. [...] Il avait 60 000 abonnés et il était là uniquement parce que ça allait plus rapporter à la marque et en plus on le paye un peu moins. [...] le photographe quand il publie, il y a plus de résonance, et par dessus ça ils vont prendre un maquilleur influenceur, un coiffeur influenceur voilà le monde de l'influence ça a gangrené un peu tout ça. »
(Félix, 28 ans, photographe)

2. Evolution de la plateforme vers la vidéo

Depuis 2020, Instagram a mis en place un format vidéo pour concurrencer le format de vidéo courtes qui a fait le succès de l'application TikTok. Nommé *reels*, il s'agit de vidéos verticales qui ne durent pas plus de 90 secondes et qui s'inscrivent dans plusieurs flux. Instagram accorde de plus en plus d'importance aux *reels* ce qui pousse les créateurs de contenus à investir ce format comme pour Jeanne qui a été directrice artistique d'un magazine

¹³⁷ Message de Sylvain Maresca sur un forum. Cité par Gunthert, André, op. cit., p. 124.

de mode. Dans son travail, la cadence de production est passée d'une vidéo par semaine à deux par jour en moins d'un an.

Côté photographes, peu d'entre eux parmi les enquêtés sont enclins à proposer ce format pour gagner en visibilité de la même manière qu'ils ne sont pas prêts d'avoir une utilisation intensive de l'application Instagram. Seulement Kylian, qui est par ailleurs le photographe interrogé qui s'investit le plus dans l'administration de son compte Instagram et qui utilise par moment la sponsorisation payante de ses publications :

« Bah pour les réseaux je suis obligé de faire de la vidéo du coup. (...) C'est ça parce qu'Insta a complètement abandonné, on va dire, les images. Pour garder ceux qui font de la vidéo et qu'ils ne partent pas sur TikTok, ils ont été obligés de leur proposer un truc un petit peu plus attrayant. »

Gaspard fait également quelques vidéos pour son compte professionnel, il est le seul des photographes interrogés qui réalise également quelques clips publicitaires :

« Mais après ça, j'ai toujours été intéressé par la musique et du coup pendant [l'école des] Gobelins j'ai commencé à apprendre vraiment comment on faisait une vidéo parce qu'on avait quelques cours vidéo justement. Depuis que je suis sorti de l'école, j'ai fait deux clips je crois et après des jobs vidéos, j'ai fait par exemple une vidéo de campagne pour une marque de fringues. »

Ce n'est pas seulement une question de visibilité sur Instagram pour les photographes car dans la publicité la vidéo a, en parallèle, pris son importance pour couvrir notamment la publicité sur les réseaux sociaux numériques. De plus en plus de campagnes publicitaires se font sur des supports vidéos et photographiques, cela bouscule l'organisation du travail. Les commanditaires peuvent employer des équipes dédiées à la vidéo à côté des équipes pour la photographie, les deux spécialités demandent une expérience et une formation différente. L'importance accordée à un de ces formats varie. Dans les productions moins coûteuses, le photographe joue également le rôle du réalisateur vidéo. L'enjeu est donc double pour les jeunes photographes et certains réalisent également des vidéos (Gaspard, Jeanne) dans le cadre de leur travail.

Cette demande de flexibilité est mal vécue par les aspirants photographes même lorsqu'ils vivent principalement des activités subsidiaires de l'image qu'ils taisent sur Instagram. Bien souvent les jeunes photographes de mode exercent au moins un temps à un statut d'assistant et doivent diversifier leurs fonctions pour en vivre. Ainsi Johan, Maxime, Charlotte, Félix font de l'assistantat lumière, plateau ou assistant digital (Félix). Ils peuvent parfois exercer à des postes qui s'éloignent de l'assistant photographe pour faire du *set design*¹³⁸ (Maxime) ou également de la production (Johan). Ils sont confrontés aujourd'hui à des modifications importantes avec l'arrivée des équipes vidéos sur les plateaux de *shooting*, ce qui complique l'organisation et accélère les cadences :

« Ça a changé aussi par rapport à avant. J'ai commencé, on faisait un shoot. Maintenant sur une journée ils ont tendance à mélanger photo et vidéo, le réal[isateur] qui est photographe, le photographe qui est réal, au final ils font tout et rien, ils ont pas le temps de le faire correctement. » (Félix, 28 ans, photographe)

Certaines productions différencient les photographes des réalisateurs vidéos et les équipes ne se mélangent pas mais partagent le plateau, l'importance accordée à l'une comme à l'autre est variable :

« Non ça dépend, hier j'étais sur un tournage, un *shoot* photo et en fait on donnait 30 minutes pour faire une photo, 5 minutes pour faire une vidéo mais c'est compliqué parce que ça demande une organisation complètement différente. Ça dépend de ce que le client veut mettre en avant. » (Félix, 28 ans, photographe)

Ce changement vers la vidéo n'est pas en soit inhabituel, le progrès technique étant endogène à la photographie, de nouvelles spécialités émergent sans cesse. Le passage au numérique a déjà renouvelé les fonctions d'assistance : lumière, digital mais également la fonction de retoucheur qui est désormais intégrée dans la facture du photographe¹³⁹. Toutes ces fonctions s'ajustent en permanence au nouveau matériel et logiciels en vigueur. Ce progrès demande des capacités d'adaptation constantes, une grande flexibilité pour continuer d'évoluer dans le milieu professionnel. C'est ce que relate Mickaël, photographe ayant amorcé sa carrière dans les années 80 et ayant ensuite vécu la transition vers le numérique, puis l'émergence des

¹³⁸ Le terme employé pour parler du décor.

¹³⁹ Tant que les retouches sont standards.

réseaux sociaux numériques. Il a constamment su s'ajuster, conscient que le refus du changement aurait compromis sa carrière.

« C'est cette période un peu violente parce que ça a été une remise en question. Ah ouais, c'était une crise terrible pour les photographes. Ça a été un truc terrible de changer tout notre rapport à l'image en fait. Mais moi, j'ai fait vite, j'ai fait de suite le numérique. Parce que, ouais, j'ai vu autour de moi tous les anti numériques qui étaient purs et durs, qui se battaient contre ça et tout. Et je voyais bien. J'étais dans une période où là je commençais vraiment à travailler beaucoup et je voyais très bien que la demande... et il fallait y passer quoi. Donc très vite je me suis séparé de mon matériel argentique parce que c'était beaucoup d'investissement. Et surtout que les bascules pour arriver à un numérique de qualité, ça ne s'est pas effectué en un an ou deux, ça s'est effectué sur dix ans. »

La flexibilité est devenue une qualification essentielle du travailleur des mondes de l'art. Comme la écrit Pierre-Michel Menger dans son essai *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme* (2002) la flexibilité est « acceptée voire revendiquée¹⁴⁰ ». Comme on l'a vu, les régimes comme la micro-entreprise ou le statut d'artiste-auteur sont des régimes de la flexibilité, les aspirants photographes répondent à une demande qui évolue avec le contexte économique et les progrès techniques en se formant sur le lieu de travail. La thèse de Pierre-Michel Menger dans cet essai qui a fait date, c'est de placer le travailleur des mondes de l'art comme modèle du travailleur vers laquelle le monde du travail essaye de tendre.

« [...] l'artiste voisine avec une incarnation possible du travailleur du futur, avec la figure du professionnel inventif, mobile, indocile aux hiérarchies, intrinsèquement motivé, pris dans une économie de l'incertain, et plus exposé aux risques de concurrence interindividuelle et aux nouvelles insécurités des trajectoires professionnelles¹⁴¹. »

L'utilisation des réseaux sociaux numériques apparaît comme la manifestation de l'un des devoirs du travailleur des mondes de l'art, savoir se valoriser individuellement sur le marché

¹⁴⁰ Menger, Pierre-Michel. *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*. Seuil, 2002, p. 8.

¹⁴¹ Ibid p. 9.

du travail. Cet impératif d'autopromotion inhérent au travailleur artistique s'étend désormais à tous les travailleurs également via les réseaux sociaux numériques.

L'utilisation d'Instagram par les photographes de mode oscille entre concessions, puisque ses utilisateurs jouent sciemment le jeu de l'algorithme pour exister en ligne, et refus car ils se posent des limites et tiennent à leur intimité et intégrité artistique. Il en résulte un sentiment de frustration envers la plateforme d'autant que son format et sa politique de contenu autorisée contrevient à l'expression artistique des photographes contrairement au site internet. Sur la plateforme les algorithmes renforcent les effets de micro-communautés avec leurs bulles de filtres rappelant aux photographes que l'essentiel de la compétition vient des autres photographes et non des amateurs. Avec le tournant vers la vidéo, ou même l'importance prise par l'intelligence artificielle, de nouvelles perspectives se dessinent pour les travailleurs de la photographie qui ont toujours dû s'adapter rapidement et de façon autonome pour se maintenir dans le milieu.

Dans l'état actuel des choses, c'est sur Instagram que se déroule l'activité d'autopromotion des photographes. Cependant son évolution vers le format vidéo, avec un fil d'actualité qui masque par les suggestions les publications des comptes suivis rappelle que rien n'empêche le déclin de la plateforme dans ce cadre si elle ne permet plus les échanges entre professionnels. Auquel cas le passage d'un réseau à l'autre est une perte d'abonnés pour les photographes qui doivent recommencer presque depuis le départ leur travail de construire un réseau voire une communauté. C'est ce qui s'est passé quand les photographes ont délaissé Flickr pour Facebook puis Facebook pour Instagram, aujourd'hui la question peut se poser pour les photographes de passer à l'application TikTok mais personne parmi les enquêtés n'est enclin à fournir cet effort.

Conclusion

Ce mémoire explore le rôle d'Instagram pour les photographes et les aspirants photographes de mode dans leur stratégie d'autopromotion. L'enquête a montré que les photographes, au même titre que les artistes, doivent individuellement se manifester en ligne pour établir des relations professionnelles fructueuses. Aujourd'hui, cela se passe désormais par le réseau social Instagram qui vient s'ajouter à un arsenal autopromotionnel qui comprend déjà le *book* ou portfolio et le site internet même s'il tend à remplacer ce dernier.

À partir de la littérature existante nous avons pu établir dans une première partie qu'Instagram permet aux photographes, plus que d'afficher une sélection représentative de leur travail, de montrer l'engouement que cela suscite via les différentes mesures de popularité. Un processus de valorisation de la production qui conforte le créateur. Cela permet également d'afficher explicitement les liens qu'ils entretiennent avec le reste de l'industrie. Cette représentation matérielle de la réputation agit comme un puissant avantage pour le recrutement qui se fait par cooptation dans une industrie gouvernée par l'incertitude. Instagram s'avère être un excellent outil de communication dans un contexte professionnel où le tissu relationnel est essentiel et souvent acquis de manière informelle reposant sur des liens amicaux.

La seconde partie nous a permis de comprendre que le plus grand intérêt d'Instagram se situe dans les outils de communication instantanés. Via les *stories* et la messagerie privée, les photographes peuvent démarcher d'autres acteurs de ces milieux ou répondre à des annonces. Ainsi Instagram peut-être utilisé comme une plateforme de recrutement efficace. Bien que les réseaux sociaux sont désormais couramment utilisés par les photographes pour progresser dans leur sphère professionnelle, leur utilisation n'est pas toujours perçue comme un moyen de contourner les institutions traditionnelles de la photographie de mode. Le passage par les écoles d'art demeure un point commun à beaucoup de carrières et leur fréquentation permet au futur photographe un premier contact avec le milieu et le forme aux usages sociaux en vigueur. Il faut rappeler que plus que la formation, l'origine sociale de l'individu à une importance capitale dans la façon dont le photographe se présente y compris en ligne et dans sa capacité à nouer des partenariats. Instagram est davantage un outil pour les professionnels de l'image qu'une fin en soi. Les agences artistiques, la presse ou les galeries continuent de

représenter de puissants signaux de réussite, leur aura est même décuplée par contraste avec les images numériques.

Instagram comporte plusieurs limites explorées en troisième partie, en tant que l'application représente un outil complémentaire mais n'apporte pas une valeur ajoutée directe à la carrière des aspirants photographes de mode. Les personnes qui ont répondu à l'enquête lui accordent une importance relative. Ils jouent le jeu sans pour autant s'engager dans une course à la popularité laborieuse et incertaine. Les photographes de mode cherchent principalement à communiquer avec leurs pairs, et la compétitivité se manifeste davantage entre professionnels qu'avec les amateurs. Les photographes sont conscients qu'Instagram n'est pas un espace neutre, sa politique d'utilisation qui interdit la nudité, les algorithmes qui valorisent qu'un certain type de contenu ou qui enferment les utilisateurs dans des bulles de filtres contrevient à la création artistique. La politique de l'application qui met de plus en plus en avant contenu vidéo et publications suggérées annoncent de nouveaux changements et ajustements nécessitant une adaptation constante des travailleurs de ce milieu.

Toutefois, l'enquête n'a pas permis d'aborder certains aspects cruciaux comme la place des femmes dans ce secteur, où elles demeurent sous-représentées à des postes décisionnels en dépit de leur présence en force dans les écoles d'art qui enseignent la photographie. De plus, les changements stratégiques d'Instagram, comme l'importance accrue accordée à la vidéo, ont été explorés, mais des questions essentielles, notamment celles liées à l'intelligence artificielle, ont été laissées de côté faute de données. Étant donné la nature de l'échantillon, certains sujets qui concernent davantage les photographes avec de grandes communautés sur Instagram ont été laissés de côté. En effet, pour approfondir cette réflexion, il serait pertinent d'examiner le phénomène des faux abonnés et des faux *likes* générés par les travailleurs du clic. Les faux *likes* peuvent fausser les mesures de popularité et de réputation, créant des distorsions dans la perception des compétences et de la crédibilité des photographes mais c'est un sujet qui surtout les concerne les comptes avec plusieurs dizaines de milliers d'abonnés ce qui n'est pas le cas des personnes enquêtées. Par ailleurs, les réseaux sociaux comportent également leur lot d'expériences négatives telles que le harcèlement et les réactions négatives, ce qui a été mentionné mais que comme des désagréments inhabituels. Ces éléments méritent une attention particulière pour comprendre pleinement les dynamiques complexes à l'œuvre dans l'utilisation des réseaux sociaux numériques par les photographes professionnels de mode.

Bibliographie

- Travail artistique :

Ouvrages :

- Menger, Pierre-Michel. *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*. Seuil, 2009.
- Menger, Pierre-Michel. *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*. Seuil, 2002.
- Becker, Howard S. *Art Worlds*. University of California Press, 1982. Traduit en français par Jeanne Bouniort sous le titre *Les mondes de l'art*. Flammarion, 2010.

Articles de revues :

- Buscatto, Marie. « La féminisation du travail artistique à l'aune des réseaux sociaux », *Sociologie de l'Art*, vol. ps2324, no. 1-2, 2015, pp. 129-152.
DOI : <https://doi.org/10.3917/soart.023.0129>

- Photographie professionnelle

Ouvrages :

- Monneyron, Frédéric. *La photographie de mode. Un art souverain*. Presses Universitaires de France, 2010. DOI : <https://doi.org/10.3917/puf.monne.2010.02>
- Maresca, Sylvain. *Basculer dans le numérique. Les mutations du métier de photographe*. Presses universitaires de Rennes, série « Le sens social », 2014.
- Vaublanc, Claude, et Rémi Debeauvais. *Le métier de photographe*. Département des études, de la prospective et des statistiques, 2015.
URL: <https://books.openedition.org/deps/925>
- Aspers, Patrik. *Markets in Fashion. A Phenomenological Approach*. Psychology Press, 2006.
- Gunthert, André. *L'image partagée. La photographie numérique*. Textuel, 2015.

Chapitres d'ouvrage :

- Boltanski, Luc et Jean-Claude Chamboredon. « Chapitre V. Hommes de métier ou hommes de qualité », *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*, sous la direction de Pierre Bourdieu. Les Editions de Minuits, 1965.
- Beuscart, Jean-Samuel, et Maxime Crepel. « Les plateformes d'autopublication artistique en ligne : 4 figures de l'engagement des amateurs dans le Web 2.0 ». *Les Stratèges de la notoriété*, édité par Wenceslas Lizé, Delphine Naudier, et Sylvie Sofio, La Documentation Française, 2014, pp. 165-184.
URL : https://www.academia.edu/10898307/Les_plateformes_d'autopublication_artistique_en_ligne_quatre_figures_de_l'engagement_des_amateurs_dans_le_web_2_0
- Lizé, Wenceslas, Delphine Naudier, et Olivier Roueff. « Chapitre IV. Les intermédiations complexes du marché du travail de la photographie publicitaire », *Intermédiaires du travail artistique. À la frontière de l'art et du commerce*, sous la direction de Lizé Wenceslas, Naudier Delphine, Roueff Olivier. Ministère de la Culture - DEPS, 2011, pp. 117-150.
URL : <https://www.cairn.info/intermediaires-du-travail-artistique--9782111281424-page-117.htm>

Articles de revue :

- Maresca, Sylvain. « Nouvelles relations de travail en régime numérique. Le cas de la photographie professionnelle », *Réseaux*, vol. 186, no. 4, 2014, pp. 199-220.
DOI : <https://doi.org/10.3917/res.186.0199>
- Maresca Sylvain. « Photographes : sociologie d'une profession mal connue », *Cahier Louis-Lumière*, no. 7, 2010, pp. 9-17. DOI : <https://doi.org/10.3406/cllum.2010.926>
- Hémon, Jacques. « Les réseaux sociaux et le marché de la photographie ». *Cahier Louis-Lumière*, no. 7, 2010, pp. 18-26. DOI : <https://doi.org/10.3406/cllum.2010.927>.
- Bouveresse, Clara. « Magnum Photos et les réseaux sociaux, la conquête d'une nouvelle visibilité », *Communication & langages*, vol. 194, no. 4, 2017, pp. 75-85.
DOI : <https://doi.org/10.3917/comla.194.0075>
- Gunthert, André. « L'image partagée », *Études photographiques*, no. 24, 2009, pp. 182-209. URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/2832>

Podcasts :

- *La photo à l'ère du numérique - La place de la toile*. France Culture, 28 septembre 2013. *Radio France*,
www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/place-de-la-toile/la-photo-a-l-ere-du-numerique-2800881.
- Autres professions artistiques

Articles de revue :

- Alinaghi, Keyvane. « Followers, Likes, Vues : l'illusion d'une valorisation artistique par la quantification ? », *Marges*, vol. 36, no. 1, 2023, pp. 23-38.
URL : <https://www.cairn.info/revue-marges-2023-1-page-23.html>
- Beuscart, Jean-Samuel. « Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique. Les usages de MySpace par les musiciens autoproduits », *Réseaux*, vol. 152, no. 6, 2008, pp. 139-168.
URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-6-page-139.htm>
- Wiart, Louis. « Le personal branding des écrivains sur les réseaux sociaux : gestion de l'identité et de la notoriété en ligne ». *Communiquer*, no. 26, 2019, pp. 67-87.
DOI : <https://doi.org/10.4000/communiquer.4220>
- Beuscart, Jean-Samuel, et Kevin Mellet. « La conversion de la notoriété en ligne. Une étude des trajectoires de vidéastes pro-am », *Terrains & travaux*, vol. 26, no. 1, 2015, pp. 83-104. DOI : <https://doi.org/10.3917/tt.026.0083>
- Coavoux, Samuel, et Noémie Roques. « Une profession de l'authenticité. Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube », *Réseaux*, vol. 224, no. 6, 2020, pp. 169-196. DOI : <https://doi.org/10.3917/res.224.0169>

Travail universitaire :

- Raymond, Maude. *Entre intégration et rejet : L'utilisation d'Instagram par les artistes visuels à Montréal*. 2022. Université de Montréal, Mémoire de master.
Permalien : <https://hdl.handle.net/1866/28033>

- Réseaux sociaux numériques

Ouvrages :

- Martin, Olivier. & Dagiral, Éric. (2021). *Les liens sociaux numériques*. Armand Colin.
DOI : <https://doi.org/10.3917/arco.marti.2021.01>
- Beuscart, Jean-Samuel, Éric Dagiral, et Sylvain Parasie. *Sociologie d'internet*. Armand Colin, 2019.
URL : <https://www.cairn.info/sociologie-d-internet--9782200623753.htm>
- Aubert, Nicole, et Claudine Haroche. *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?* Érès, 2011. DOI : <https://doi.org/10.3917/eres.auber.2011.01>
- Cardon, Dominique. *Culture numérique*. Presses de Sciences Po, 2019.
DOI : <https://doi.org/10.3917/scpo.cardo.2019.01>
- Manovich Lev, *Instagram and Contemporary Image*, publié en ligne – Licence Creative Commons, 2017.
URL : <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>

Articles :

- Cardon, Dominique, et Hélène Delaunay-Téterel. « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux*, vol. no 138, no. 4, 2006, pp. 15-71.
URL : <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2006-4-page-15.htm>
- Cardon, Dominique. « Du lien au *like* sur Internet. Deux mesures de la réputation », *Communications*, vol. 93, no. 2, 2013, pp. 173-186.
DOI : <https://doi.org/10.3917/commu.093.0173>
- Dumont, Guillaume. « Le travail réputationnel. Une approche ethnographique du travail de production de la réputation chez les grimpeurs professionnels », *Réseaux*, vol. 199, no. 5, 2016, pp. 155-182. DOI : <https://doi.org/10.3917/res.199.0155>
- Domenech, Théodora. « Sensibilité en réseaux : entre dévoilement, censure et repli sur soi », *Marges*, vol. 36, no. 1, 2023, pp. 76-86.
URL : <https://www.cairn.info/revue-marges-2023-1-page-76.htm>

- Beuscart, Jean-Samuel, et al. « La réputation et ses dispositifs. Introduction », *Terrains & travaux*, vol. 26, no. 1, 2015, pp. 5-22.
DOI : <https://doi.org/10.3917/tt.026.0005>
 - Lesage, Agate. « Instagram et la censure des corps sexisés », *Mouvements*, vol. 112, no. 4, 2022, pp. 147-156. DOI : <https://doi.org/10.3917/mouv.112.0147>
 - Crewe, Louise. « À la croisée du virtuel et du matériel. La mode démocratique à l'ère du numérique », *Réseaux*, vol. 234, no. 4, 2022, pp. 25-62.
DOI : <https://doi.org/10.3917/res.234.0025>
 - Rees-Roberts, Nick, et Fabrice Rochelandet. « La plateforme de la mode », *Réseaux*, vol. 234, no. 4, 2022, pp. 9-22. DOI : <https://doi.org/10.3917/res.234.0009>
 - Courbières, Caroline. « Revue de mode sur Instagram. Stratégies infocommunicationnelles et formes d'autorité de Vogue », *Réseaux*, vol. 234, no. 4, 2022, pp. 63-93. DOI : <https://doi.org/10.3917/res.234.0063>
- Varia

Articles :

- Guienne, Véronique. « Savoir se vendre : qualité sociale et disqualification sociale. » *Cahiers de recherche sociologique*, no. 43, 2007, pp. 7-20.
DOI : <https://doi.org/10.7202/1002475ar>
- Fondeur, Yannick. *Les freelances du numérique au prisme de « l'économie collaborative »*. Rapport d'étude no. 24, Dares, 2021, hal-03611751.
<https://cnam.hal.science/hal-03611751/>
- Bessy, Christian, et Pierre-Marie Chauvin. « Pierre-Michel Menger, Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain, 2009, Gallimard-Seuil, Paris, coll. « Hautes Études », 667 p. », *Revue Française de Socio-Économie*, vol. 6, no. 2, 2010, pp. 167-174. DOI : <https://doi.org/10.3917/rfse.006.0167>

Articles de média en ligne :

- Zerouali, Khedidja. « Au studio photo de Louis Vuitton, trois salariés seulement et une armée d'autoentrepreneurs » . Mediapart, 7 janvier 2022,

www.mediapart.fr/journal/economie/070122/au-studio-photo-de-louis-vuitton-trois-salaries-seulement-et-une-armee-d-autoentrepreneurs.

- Jennings, Rebecca. « Everyone's a Sellout Now ». Vox, 1 février 2024, <https://www.vox.com/culture/2024/2/1/24056883/tiktok-self-promotion-artist-career-how-to-build-following>.
- Statista. « Global social networks ranked by number of users 2024 » . Statista, 29 avril 2024, www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users.
- Statista. « Countries with the most Instagram users 2024 » . Statista, 15 février 2024, www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users.
- Ricard, Jade. « Réseaux Sociaux en France en 2024 : Usages, Chiffres clés et Tendances » . Awitec, 5 mars 2024, www.awitec.fr/blog/reseaux-sociaux-en-france-en-usages-chiffres-clés-et-tendances.
- « Lancez votre entreprise sur Instagram ». Instagram, https://business.instagram.com/getting-started?locale=fr_FR.

Épisode de podcast :

- *La mauvaise réputation*, ep. 3/4 de la série *Être ou ne pas être... populaire ! - Les chemins de la philosophie*. France Culture, 19 Septembre 2018. Radio France, www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/les-chemins-de-la-philosophie/la-mauvaise-reputation-1576996.
- *Myspace, que reste-t-il de l'utopie ? - Zoom zoom zen*. France Inter, 1 mars 2024. Radio France, www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/zoom-zoom-zen/zoom-zoom-zen-du-vendredi-01-mars-2024-7867072.
- *Mannequinat : les fashion victims du système*. France Culture, 7 décembre 2023. Radio France, www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/cultures-monde/mannequinat-les-fashion-victims-du-systeme-9396170.

Table des Annexes

Annexe 1 : Exemples de site d'agence de photographes.....	88
Annexe 2 : Exemple d'un profil instagram d'un photographe de mode avec en lien son site et inversement le lien de son Instagram sur son site.....	89
Annexe 3 : Exemples de publication partagée et identifications.....	90
Annexe 4 : Capture d'écran d'un échange par messagerie privé Instagram.....	91
Annexe 5 : Exemple d'un compte Instagram avec le mode professionnel.....	91
Annexe 6 : Exemple de statistiques utilisateurs.....	92
Annexe 7 : Exemple de publication éphémère (story) avec annonce pour une mission non rémunérée.....	93
Annexe 8 : Exemple de compte de photographe représenté par une agence.....	94
Annexe 9 : Interactions les plus rares.....	94
Annexe 10 : Exemple de grille d'entretien type.....	95
Transcriptions Entretiens.....	97
Annexe 11 : Retranscription entretien no. 1. Johan, 24 ans, photographe, assistant.....	97
Annexe 12 : Retranscription entretien no. 2. Maxime, 24 ans, assistant, photographe...	107
Annexe 13 : Retranscription entretien no. 3. Mickaël, 62 ans, photographe.....	122
Annexe 14 : Retranscription entretien no. 4. Charlotte, 27 ans, photographe et assistante...	135
Annexe 15 : Retranscription entretien no. 5. Gaspard, 25 ans, photographe.....	151
Annexe 16 : Retranscription entretien no. 6. Marie, 27 ans, maquilleuse.....	164
Annexe 17 : Entretien no. 7, Jeanne, 26 ans, photographe, graphiste et directrice artistique	175
Annexe 18 : Retranscription entretien no. 8. Kylian, 23 ans, photographe amateur.....	189
Annexe 19 : Retranscription entretien no. 9. Félix, 28 ans, photographe et assistant.....	199

Annexe 1 : Exemples de site d'agence de photographes

Captures prise le 25/05/2024

Lien site : <https://talent.maworldgroup.com/photography-1/hugo-comte>



Biography

Clients include : Vogue Italia, Vogue Paris, Re-Edition, Bvlgari, Byredo, MAC Cosmetics, Salvatore Ferragamo, Prada & Valentino.

Hugo's sharp vision and cross-disciplinary background, from his time studying Architecture in Paris, have been translated into his distinctive and recognisable photography. Through his meticulous and creative process, Comte creates a dreamlike world, existing independent of a time or an era, in which every detail has been considered (from hair, makeup, lighting, sets etc...)

With a deep understanding and appreciation for the fashion photography of the 90's, Comte has developed a very distinctive vision; creating compelling imagery, the centre of which is the model – capturing the interiority of his subjects, their intention and strength.

INSTAGRAM
[@hugocomte](#)

CONTACT
[Email Agent](#)

Lien site : <https://ila.studio/antwerp/talents/photographers/main-talents/bob-jeusette/>

CONTACT



IL

ordinary things by blending them with digital nowness, youth culture and urban environments. He creates artistic photographs and films as an ode to the mainstream aesthetic that operates on two distinct levels: it is emotional and poetic, and yet, it is instant and effortlessly walking the line between observational, abstract and staged compositions. During his professional career, Bob has worked for clients such as Soulwax, Adidas, Instagram, Spotify & more.

BASED IN SPACE

CLIENTS

DKNY, Eastpak, Google, Spotify, Instagram, Oppo, Zunny, Wrangler, Levis, Telenet, Beats by Dre, Jupiler, Tom Boy, Swiss Airlines, Fragile, Vans, Google...

INSTAGRAM

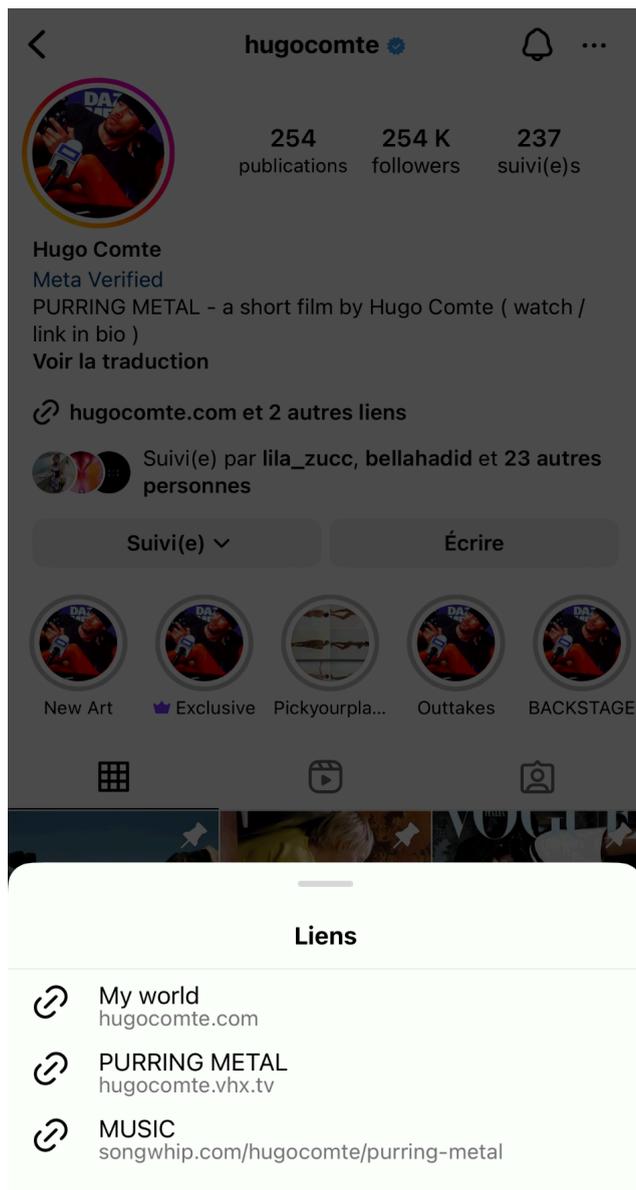
CONTACT

CLOSE

Annexe 2 : Exemple d'un profil instagram d'un photographe de mode avec en lien son site et inversement le lien de son Instagram sur son site

Captures prise le 25/05/2024

url : <https://www.instagram.com/hugocomte/?hl=en> et <https://hugocomte.com/>



Annexe 3 : Exemples de publication partagée et identifications

Lien site : <https://www.instagram.com/p/C6WboXIoZit/> et

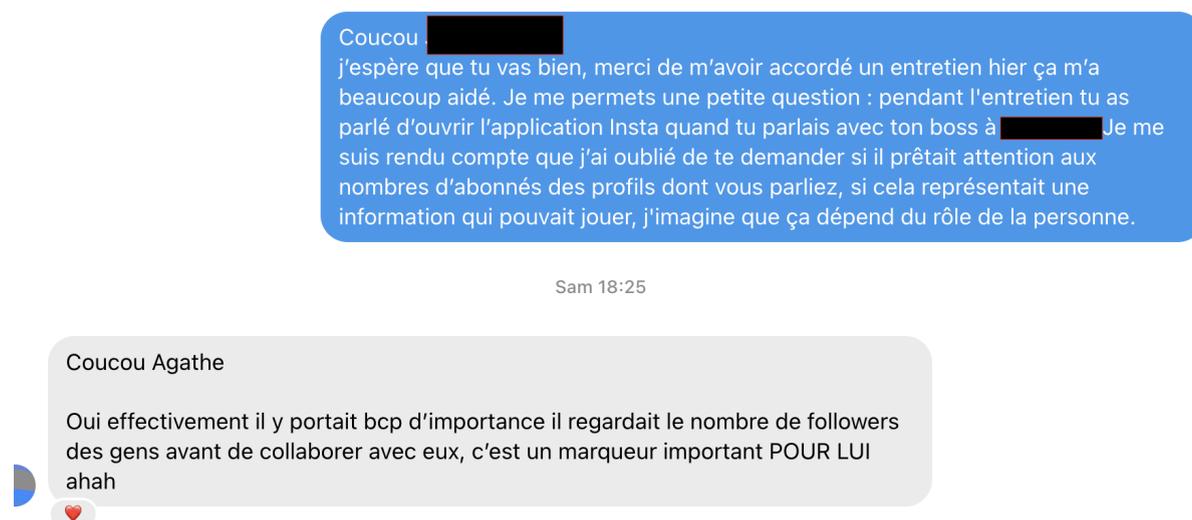
https://www.instagram.com/p/C1XWZgoteXj/?img_index=1

Capture prise le 28/05/2024



Annexe 4 : Capture d'écran d'un échange par messagerie privé Instagram

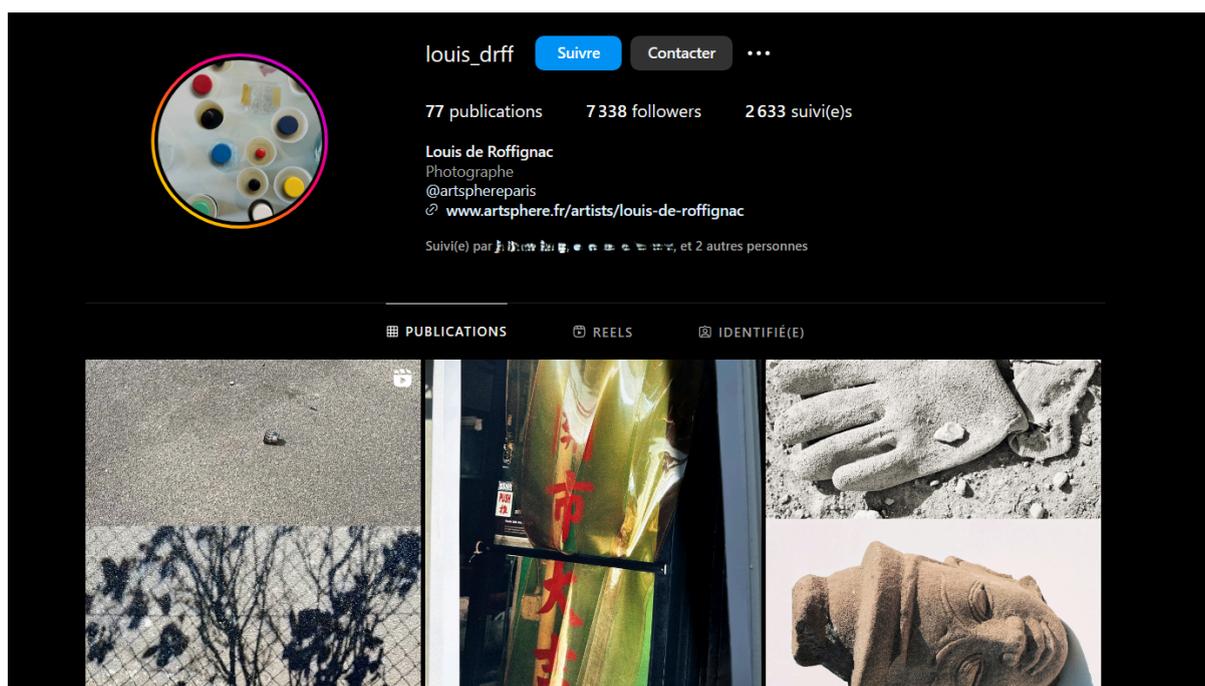
Capture prise le 25/05/2024



Annexe 5 : Exemple d'un compte Instagram avec le mode professionnel

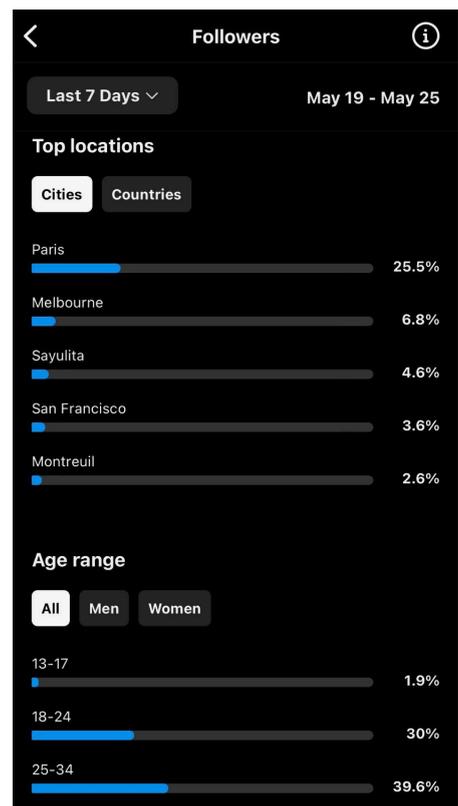
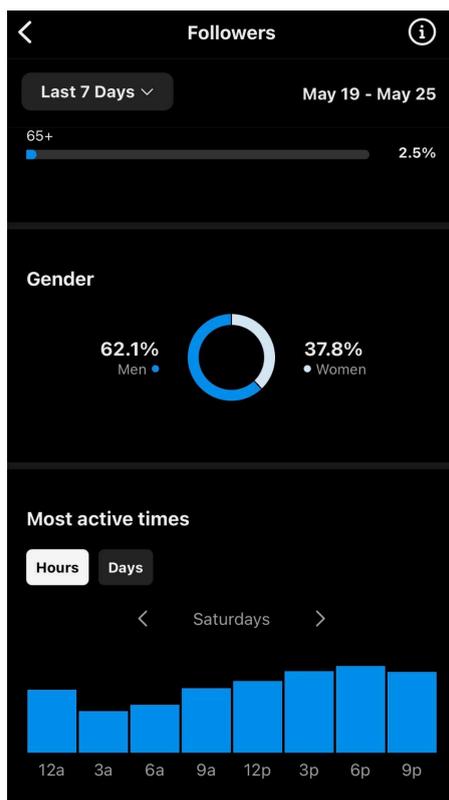
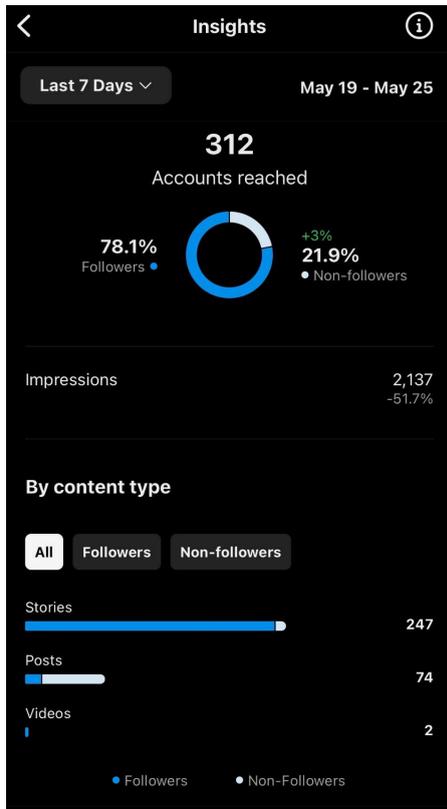
Capture prise le 26/05/2024

lien : https://www.instagram.com/louis_drff/



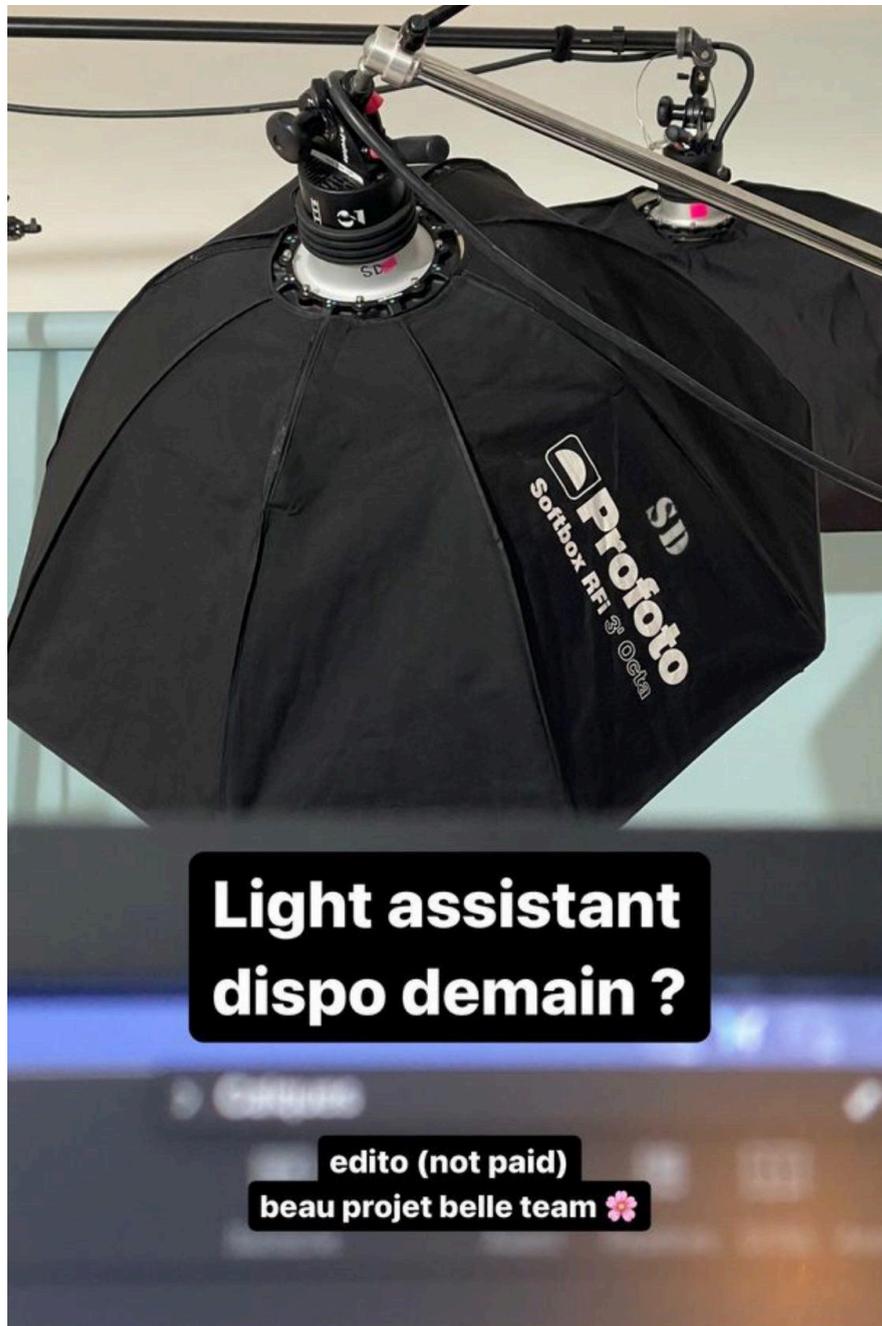
Annexe 6 : Exemple de statistiques utilisateurs

Capture prise le 26/05/2024



Annexe 7 : Exemple de publication éphémère (story) avec annonce pour une mission non rémunérée

Capture prise le 26/05/2024



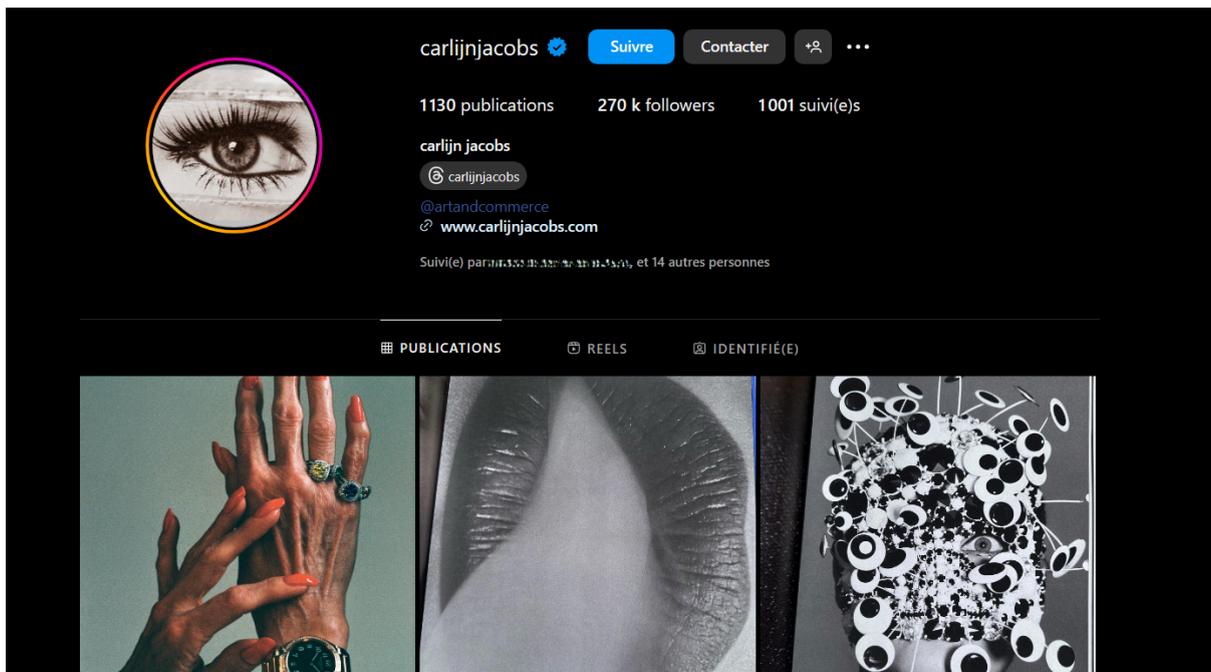
**Light assistant
dispo demain ?**

**edito (not paid)
beau projet belle team 🌸**

Annexe 8 : Exemple de compte de photographe représenté par une agence

Capture prise le 26/05/2024

lien site : <https://www.instagram.com/carlijnjacobs/>



Annexe 9 : Interactions les plus rares

Capture prise le 26/05/2024

Catégories

-  **Interactions les plus rares**
[redacted] et 45 autres personnes
-  **Les plus en vue sur le Fil**
[redacted] et 31 autres personnes
-  **Hashtags, Creators et entreprises**
[redacted] et 46 autres personnes

Annexe 10 : Exemple de grille d'entretien type

Questions générales professionnelles :

- Quelle est ta profession actuelle ?
- Depuis combien de temps est-ce que tu travailles dans la photographie ?
- Où est-ce que tu as fait tes études ? Dans quelle filière ? Combien de temps cela a duré ?
- Quel était ton objectif professionnel quand tu as commencé tes études ?
- Quelle est ton ambition professionnelle aujourd'hui ? Photographe professionnel ?
- Quelles sont les missions que tu exerces ? Photographe ? Assistant lumière ? Tu as plusieurs compétences ?
- Est-ce que tu travailles aujourd'hui sous le statut d'auto-entrepreneur ? Depuis combien de temps ?
- Est-ce que tu trouves que ta formation t'a aidé pour ton travail ? Par exemple pour te faire des contacts ou simplement est-ce qu'ils vous donnent des conseils pour mettre en valeur votre travail ?
- Comment décroches-tu tes missions généralement ?
- Est-ce que tu penses que tu aurais pu arriver là où tu es sans tes études ? Est-ce qu'il y a des photographes autodidactes aujourd'hui ? Où rencontres-tu des photographes (ou autre pro) qui n'ont pas de formation directe avec la photographie ou la mode ?
- Est-ce que tu as des projets photographiques personnels à côté de ton travail ? Est-ce que tu les publies sur Instagram ?
- As-tu déjà réalisé des expositions photographiques ? Comment en as-tu fait la promotion ?

Questions sur Instagram :

- Possèdes-tu un compte Instagram que tu utilises pour mettre en avant ton travail ? Depuis quand ? Est-ce qu'initialement il s'agissait d'un compte personnel "classique" ?
- Comment est-ce que tu décrirais ta "direction artistique" de ce compte ? Comment sélectionnes-tu tes publications ? Qu'est-ce que tu repostes ? Qu'est-ce que tu postes en *story* ?
- Est-ce que tu considères que tu t'investis dans l'administration de ce compte ? Est-ce que cela te prend beaucoup de temps ? Est-ce que tu as des attentes vis-à-vis de ce compte ? Est-ce que tu t'imposes une fréquence de posts ?
- Est-ce que tu envisages de consacrer plus de temps à ton activité sur les réseaux sociaux ?
- Est-ce que tu as mis ton compte Instagram en "compte professionnel" ? Quel avantage trouves-tu à cette configuration ?
- Est-ce que tu considères que dans le milieu où tu travailles, avoir un compte Instagram un peu pro est une formalité ?
- Est-ce que tu publies tous tes projets photographiques sur ton compte ? Est-ce que tu publies seulement ce qui a un rapport avec la mode de près ou de loin ?
- Est-ce que tu partages ton travail à côté, les shootings sur lesquels tu bosses ?

- Est-ce que tu utilises ton compte Instagram pour communiquer avec des personnes que tu connais du travail ? Est-ce que tu te fais démarcher pour des missions pro sur ton compte ?
- Est-ce que tu penses que le fait d'avoir un compte instagram avec beaucoup d'abonnés peut permettre d'ouvrir des portes pour le travail ?
- Est-ce que tu utilises ce compte pour communiquer indifféremment avec tes amis comme des connaissances professionnelles avec qui tu es plus ou moins proche ? Ou est ce que tu as plusieurs comptes instagram avec un compte plus personnel ?
- Est-ce qu'il t'arrive d'utiliser ce compte pour relayer des informations qui ne sont pas en lien avec le milieu photo ? ex : un repost militant ? drôle ? amical ?
- Est-ce que tu utilises Instagram pour suivre l'actualité de la mode mais également des personnes avec qui tu travailles ?
- Est-ce que tu te considères influencé par les productions photographiques que tu vois sur Instagram ? Est-ce que cela t'inspire ?
- Est-ce que tu penses que le contenu que tu suis sur Instagram a pu te motiver à suivre la voie pro que tu suis aujourd'hui ?
- Hypothétiquement, est-ce que tu pourrais accepter une commande non rémunérée ou peu rémunérée si c'est pour un client (peu importe sa nature) important avec beaucoup de visibilité ?
- Est-ce que tu penses qu'Instagram est voué à disparaître, qu'il va être remplacé par un autre réseau social ?
- Est-ce que tu envisages par exemple de poster des vidéos ou des projets qui prennent plus de temps ?
- Est-ce que tu as déjà participé à des concours de photographie sur Instagram ?

Transcriptions Entretiens (les prénoms ont été modifiés)

Annexe 11 : Retranscription entretien no. 1. Johan, 24 ans, photographe, assistant

Réalisé le 05/03

Quelle est ta profession actuelle ?

Ma... oulah... Ça commence déjà à être dur. (rires) Ma profession actuelle. Bah, en vrai, je fais plusieurs choses là tout de suite. Je suis en train de construire ma carrière de photographe. Donc, je peux dire que je suis photographe. Je suis assistant lumière. Non, je préfère dire assistant photographe, donc j'assiste des photographes. Et à côté, je fais un peu de production pour remplir les fins de mois. Voilà.

Et t'as fais des études dans la photo ou dans la mode c'est ça ?

J'ai fait des études dans la photo, j'ai toujours fait des études dans la photo.

Et c'est quoi ta formation ? Le lieu et l'intitulé de la formation.

Alors, en gros, après le collège donc au moment où il fallait trouver bah son lycée. J'ai fait un bac pro spécialisé en photographie au lycée Etienne Jules Marey à Boulogne Billancourt. Donc j'ai fait trois ans là-bas. C'est un bac professionnel et après ça, je suis rentré à l'école des Gobelins pendant trois ans aussi pour un bachelor en photographie et vidéographie. Pendant trois ans.

Ok d'accord et du coup t'as toujours fait ça en vue d'être photographe. C'était ton projet depuis le lycée.

Ça a été mon projet à partir du moment où j'ai commencé le lycée.

Et c'était photographe toujours dans la mode ?

Toujours dans la mode. Je savais que je voulais que mon métier gravite autour de quelque chose d'artistique et lié à la mode et à l'image donc, du coup, ça a tout de suite été logique pour moi.

Depuis combien de temps du coup, t'as commencé à travailler et que t'as finis les études ?

Alors, j'ai commencé à travailler pendant mes études. Donc j'ai commencé à travailler quand, pendant ma deuxième année de Gobelins.

Mais dans la photo déjà ?

Dans la photo déjà. En fait, j'avais fait un stage qui a mené ensuite vers une embauche chez un agent de photographe. Euh donc j'ai commencé à bosser voilà pendant ma deuxième année de Gobelins. C'était un job à mi-temps qui s'est transformé à plein temps.

Et t'as trouvé ce job grâce aux contacts que donnaient les Gobelins ?

Exactement c'était... Je l'ai trouvé après un stage en fait. Après je bossais déjà un peu en freelance vers la fin du lycée mais c'était des petits jobs par-ci, par-là. J'assistais vraiment très périodiquement. Mais voilà.

T'avais déjà créé ton auto-entreprise ?

Ouais, j'ai créé mon auto-entreprise en 2019 parce que j'avais une mission en production. Donc, c'était mon premier, ça a été l'un de mes premiers jobs ouais.

Et là en ce moment, t'as un statut d'auto-entrepreneur ? C'est ça qui te permet de gagner ta vie ?

Ouais, ouais c'est ça. Je suis toujours auto-entrepreneur.

Et du coup tu trouves que ta formation t'as aidé ? Tes études t'on aidé pour à la fois trouver des contacts et à la fois est-ce que tu trouves qu'ils t'on bien formé à la réalité du milieu ?

Franchement, oui. Ça a été un bon moyen d'apprendre tout en gagnant du temps. Techniquement, c'est sûr que ça m'a servi. Il n'y a aucun doute là-dessus. J'ai pu récupérer quelques contacts, mais en fait, ça a été... Je dirais que ça a été l'école, mais aussi le fait que j'ai toujours voulu avoir un pied dans l'industrie. Donc j'ai toujours voulu avoir des petits jobs à côté, rencontrer des photographes. J'ai toujours voulu avoir un pied là-dedans. Donc, du coup, oui ça m'a aidé mais il y a eu quand même aussi pas mal de recherches qui ont été initiées par moi-même, c'est-à-dire rencontrer des photographes, écrire à des gens que je démarchais sur Insta. Donc oui, ça a été l'école et comment dire la vie quoi (rires).

Ok et tu penses que tu aurais pu arriver là sans faire des études en photographie ?

Je pense ouais.

Et est-ce que, parce que je ne me rends pas compte est ce-que dans le milieu c'est courant de ne pas avoir forcément fait une école de photo et de bosser dans la mode. Ou de pas forcément avoir fait une école de mode et...

Ouais c'est assez courant, ça... On va dire que ça arrive. Pour moi, c'est du cinquante, cinquante. T'as tout autant des photographes qui ont fait des études pour ça et t'as aussi des photographes qui sont issus d'autres milieux. Soit qui gravitent autour du monde de l'image soit qui n'ont rien à voir. Mais disons que tu peux très bien faire ce métier sans avoir fait d'études.

Tu peux apprendre en autodidacte avec Youtube tu penses ?

Ouais c'est une certitude. Faut avoir la motivation mais c'est une certitude.

Comment tu trouves tes missions d'assistant photo ou photo généralement ?

Bah, disons que c'est pas quelque chose que j'ai fait par choix, mais c'est quelque chose que j'apprécie quand même parce que, en fait, ça vient compléter l'expérience. Ça vient compléter mon expérience que j'avais commencé à avoir seul en shootant mes projets. C'est vraiment un complément, ça me permet d'apprendre d'autres manières de travailler. De rencontrer des gens aussi, quand même. Et, en général j'aime bien, je suis à l'écoute, j'aime bien apprendre. Donc, même si bon, ça peut être pénible parfois parce que c'est pas forcément exactement ce que je veux faire, c'est c'est un moyen pour y arriver et surtout, je trouve ça enrichissant en fait.

Et comment tu fais pour trouver (du travail) ? Est-ce que c'est des gens qui viennent te démarcher, des contacts que tu t'es fait qui viennent te démarcher ?

Mmmh bonne question. Il y a certains photographes que je connaissais personnellement puis il y a aussi beaucoup de contacts c'est-à-dire que j'ai beaucoup de potes qui font ça. Donc du coup on s'échange entre nous les contacts. Non sinon je ne démarque pas vraiment en vrai c'est surtout beaucoup d'échanges de contacts. Et aussi dès que je vois une opportunité tomber, je la saisis direct. Si quelqu'un m'écrit ou si je vois une annonce qui passe, je réponds en général.

Tu les vois où les annonces ?

Euh par des potes sur Insta qui les republient en général ou alors ouais moi j'ai la chance d'être sur des groupes d'assistants.

Sur Whatsapp ?

Ouais sur Whatsapp. Donc dès qu'il y a un assistant qui est pas dispo je reprends les jobs quoi. Au fur et à mesure tu te créer quand même un carnet d'adresses et tu as des gens qui te rappellent donc ça c'est cool.

Mais en même temps si tu t'arrêtes de bosser longtemps tu te fais pas un peu oublié ?

Mmmh il y a des chances. Il y a de grandes chances et j'avoue ça me fait un peu peur ça, mais il y a des chances. Après, il faut, je pense il faut vraiment s'absenter pendant un long moment, mais il y a des chances. Il faut je pense rester actif comme dans tout en général.

Donc du coup t'as des missions de photographie ou assistanat et des projets en tant que photographe donc ça c'est ton objectif ?

Exact

Et à côté est-ce que tu as des projets personnels que tu finances toi-même.

Oui, parce que du coup, il faut construire son *book* en fait. Donc, les projets ne tombent pas tout seul, il faut qu'il y ait de la matière pour que les gens puissent s'intéresser à ton travail. Donc, oui j'investis quand même pas mal dans mes projets personnels, dans des shoots aussi dans des sorties en vrai. Je sors beaucoup quand même pour rencontrer des gens, enfin j'essaye en tout cas. Pour moi ça a commencé comme ça, c'est beaucoup de l'investissement sur soi-même, en fait. Tu commences à mettre de l'argent sur des projets qui n'ont pas forcément de retombées directes, mais au fur et à mesure tu peux créer quelque chose de solide et après, si ton travail est assez remarquable les gens te contactent.

Possèdes-tu un compte Instagram que tu utilises pour mettre en avant ce travail ?

Oui.

Depuis quand...Déjà est-ce que tu faisais ça sur Facebook avant ?

J'ai jamais fait ça. Ça a commencé sur insta parce que je suis arrivé au lycée insta était déjà là. Donc j'ai créé mon insta qui était au début mon insta perso qui est devenu mon insta pro en fait.

Alors question très vague mais comment est-ce que tu décrirais un peu la direction artistique, l'adn de ce compte ? Est-ce que déjà tu t'investis dedans et t'essayes d'avoir une direction artistique ?

Je ne sais pas si il y a une DA mais il y a clairement oui des intentions qui sont mises. C'est à dire que pour moi c'est plus vraiment un compte perso. Enfin si ça l'est quand même mais le plus gros du compte c'est mon travail. Donc c'est clairement un book en fait, un book sur Insta. C'est l'endroit où je poste mes travaux et il y a un peu de contenu perso parce qu'il faut que les gens voient ma personnalité mais ouais c'est un mélange des deux. Mais à part ça il y a pas vraiment de travail artistique c'est juste une réflexion de mon travail et de ma personne.

Tu postes tout ton travail dessus ?

Je poste le travail, je poste les choses dont je suis le plus satisfait. Mais il y a la grosse majorité de mon travail genre 80%.

Est-ce que tu as un compte plutôt personnel à côté ?

Non c'est mon compte et c'est tout, j'ai pas de compte personnel.

Est-ce que... tu m'as un peu répondu mais est-ce que tu mets des photos de toi? Si on va sur ton compte on sait un peu à quoi tu ressembles ou dans les identifications.

Sur ma photo de profil oui, mais sinon j'ai arrêté de mettre des photos de moi parce que bah je pourrais, mais j'y pense pas forcément. C'est pas conscient, mais j'en mets pas forcément parce que la priorité c'est le travail.

Est-ce que tu as mis ton compte en compte professionnel ?

Oui j'ai mis un truc qui dit que... ah non peut être que je l'ai enlevé en fait. Mais il y avait un truc qui disait que je suis dans les arts visuels, je crois que je l'ai enlevé.

Et ça ça permet d'avoir accès aux statistiques non ?

Je crois je t'avoue que je suis pas aussi calé en réseaux sociaux pour te dire.

Est-ce que tu considères qu'avoir un compte pro Insta c'est devenu un peu une formalité ? Est-ce que tout le monde à un compte insta un peu pro ?

En général ouais. Je ne sais pas si c'est une formalité, je pense pas qu'il y ait tant de règles que ça...

Un usage qui s'est développé ?

Ouais, ouais, c'est clairement oui, si, si on peut dire que c'est une formalité, parce que c'est clairement important. La plupart des images tournent sur Insta aujourd'hui donc c'est quand même assez important.

Est-ce que tu partages aussi un peu les shoots sur lesquels tu bosses mais en tant qu'assistant lumière ?

Rarement, parce que je n'ai pas envie de créer une confusion entre mon travail et celui des photographes avec qui je bosse. Ça m'arrive des fois, mais je reste assez discret sur mon travail d'assistant. C'est pas que j'ai pas envie que ça se sache je m'en fous un peu en vrai...

Où alors tu le repostes en story si t'es identifié ?

Oui, voilà, mais ça arrive rarement. C'est plutôt un truc que je fais pour, pour l'argent et pour ma propre pratique mais nan je vois pas trop l'intérêt en fait.

Est-ce que du coup tu utilises Instagram pour suivre l'actualité des gens que tu connais ? Est-ce que tu ajoutes des gens que tu rencontres sur les shootings ?

Oui en général parce que ça permet de garder un contact, comme un carnet d'adresses en fait.

Est ce que ça te permet tu penses de trouver des boulots ? Comme tu m'as dit t'avais déjà vu des annonces, répondu à des annonces en story sur insta ?

Des boulots en tant que photographe... En général, ce sont les gens qui me démarchent.

Ah les gens viennent te démarcher sur insta ?

Oui mais des boulots en tant que photographe je ne sais pas si j'en ai trouvé vraiment sur insta. Mais par contre il y a clairement un truc ou tu dois cultiver ce... C'est comme avoir une newsletter tu vois. Il faut un peu garder les gens au courant pour qu'ils puissent voir que tu es là et voir les nouveaux travaux qui sortent.

Est ce que tu penses qu'un compte Instagram avec beaucoup d'abonnés ça peut t'ouvrir des portes ?

Peut-être bien. Il y a des chances.

Est-ce que tu serais capable de t'investir dans ton compte instagram de façon à devenir presque micro-influenceur ?

Je pourrais l'envisager mais je sais pas si je serais capable. J'en suis pas encore là je pense.

Tu m'as dit tu te faisais démarcher des fois sur Instagram. Est ce que ça a mené à quelque chose ?

Alors oui et non des fois ça mène juste à des projets qui m'intéressent pas ou alors oui, ça a déjà mené à des shoots ouais.

Et ça tu les repost après ?

Oui, si j'y ai mis, si, si j'y ai trouvé mon compte et si ça me correspond créativement oui je le repost.

Alors. Est-ce que des fois sur ton compte tu postes des trucs qui sont moins en lien avec ton travail ? Par exemple une *story* un peu militante voir humoristique ?

Oui ça m'arrive.

Tu ne te contrains pas, tu ne t'empêches pas ?

Un peu, j'essaye de filtrer, j'essaye de garder quand même la priorité sur le travail. Mais oui je m'autorise tout, tu vois. Après, je pense qu'il y a des gens qui le font beaucoup plus que moi. Mais oui, je ne me restreint pas on va dire.

T'as pas peur que si t'affiches un truc un peu politique, un peu trop clivant...

Non, parce que, selon moi, l'entourage que j'ai partage les mêmes convictions. Donc je ne vois pas pourquoi je devrais avoir peur au contraire. Je pense que c'est même pas forcément utile que je le fasse, sachant que tout mon entourage a, je pense, les mêmes opinions que moi, parce que si tu fais partie de mon entourage t'as les mêmes opinions que moi.

Est-ce que tu penses que puisque t'es sur Insta depuis longtemps est-ce que tu penses que ça t'a donné envie d'être photographe ?

Non parce que c'est toujours quelque chose qui m'a attiré étant très jeune. Ça a peut-être nourrit l'envie que j'avais, parce que je voyais le travail de gens qui m'intéressaient et tout mais l'envie était là bien avant Instagram.

Mais du coup tu t'en sers pour suivre des photographes qui t'intéressent ?

Ouais, ouais, c'est un peu pour suivre le journal pour suivre l'actualité. Après il y a aussi beaucoup d'amis, pour voir ce que les gens font, voir ce qu'il se passe dans le monde. Mais oui, ça c'est un peu comme un journal.

Est-ce que tu penses que ça t'inspire sur tes projets, sur ce que tu veux faire ?

Si ça m'inspire je sais pas parce que j'essaye justement de pas m'inspirer de ce que je vois sur insta ou des tendances actuelles. Après oui, je pense que ça a clairement une influence, comme pour tout le monde, je pense. En général j'essaye de chercher. L'inspiration ailleurs, ou alors au profond de tout ce qui m'a inspiré étant plus jeune.

Mais hypothétiquement, peut-être que tu l'as déjà fait par le passé mais est-ce que tu pourrais, par exemple, accepter une commande non rémunérée ou peu rémunérée si c'est pour un client qui a, par exemple, beaucoup de visibilité ?

Oui et si créativement, j'y trouve mon compte. Si le client a beaucoup de visibilité c'est cool mais il faut aussi que je crée quelque chose qui représente sinon ça n'a pas d'intérêt.

J'ai vu des fois ça peut-être courant en tant que photographe de travailler gratuitement.

Ouais, ça arrive, mais je le fait que si créativement c'est hyper intéressant et ça peut renforcer l'esthétique qu'il y a autour de mon travail et possiblement remplir mon carnet d'adresses aussi. Mais voilà, il faut que esthétiquement, je m'y retrouve, sinon y'a pas intérêt à part ça, sinon il faudrait me payer en fait.

Et aussi, est-ce que tu trouves que Instagram met de moins en moins en avant les publications photographiques avec le développement des reels ?

Oui je pense que c'est un peu plus compliqué. Et surtout, j'ai l'impression que le fil d'actualité change, dans le sens où les gens les plus populaires sont mis en avant.

Il y a le terme *shadowban* qui est utilisé mais tu penses que le travail est moins mis en valeur ?

Oui quand je pense aux vieilles versions d'insta à l'époque clairement.

Même toi est ce que tu as plus de mal à suivre à l'actualité ?

Moi non parce que du coup j'ai conscience de ce truc là qui entre en jeu du coup, ce que je fais c'est que je prends des initiatives. En fait, il y a une option sur Insta qui te permet d'afficher que les gens que tu suis. Et en général je fais ça parce que j'ai pas envie de perdre le fil sur les gens que je suis, et j'ai envie de regarder des choses qui m'intéressent vraiment. Donc du coup je prends des initiatives pour ça. Je pense que les gens devraient faire pareil.

Est-ce que tu envisages de, par exemple, te mettre à l'édition vidéo pour publier des *reels* de ton travail ?

J'y ai déjà pensé. J'aimerais pouvoir dire oui, mais le problème, c'est que je pense pas avoir les capacités et le temps de le faire, sachant que je pense qu'il y a des gens qui sont très forts pour ça, qui sont forts en général pour gérer leurs réseaux sociaux. Moi je pense pas que ce soit ma plus grande force et peut-être que je déciderai de changer un jour. Mais là, tout de suite je ne pense pas que ce soit une bonne chose à faire. Je pense pas avoir les capacités ni l'envie, en fait. Donc, pour l'instant je me restreint enfin je me permets de ne pas le faire. Peut-être que ça changera un jour. C'est mon côté un peu conservateur, mais j'espère ne pas avoir à faire parce que c'est beaucoup de temps je trouve.

Dans l'état actuel des choses, on a un peu établi que c'est quand même mieux quand t'as un compte Instagram pour véhiculer ton travail. T'as un site internet à côté ?

J'ai un site internet, oui.

Est-ce que tu penses que le compte instagram est plus important que le site internet peut-être ?

Clairement, il aide beaucoup plus.

J'ai remarqué qu'il y a beaucoup de photographes qui ont un site internet en bio (Instagram) et je me demande si ce site est vraiment visité.

Moi, je pense que certaines personnes le visitent, mais c'est des gens en général que tu connais déjà ou qui s'appêtent à bosser avec toi. Je pense que c'est bien de l'avoir, parce que

moi, je pense que quand t'es dans ce milieu et que... Par exemple, j'ai fais un rendez-vous il y a pas si longtemps. Quand t'es dans le dur et quand t'es dans le réel, on va dire de ce milieu, il faut en fait en avoir, parce que les gens vont forcément te le demander.

Tu cherches un agent en ce moment ?

Mmm oui.

Est ce que du coup tu penses que ta gestion des réseaux sociaux si t'avais un agent elle serait différente ? Tu pourrais te reposer un peu plus sur lui ?

Je ne pense pas je pense que ce serait un plus. Parce que l'agent il va potentiellement avoir des *followers* que je n'ai pas, c'est l'un des buts d'avoir un agent. Sinon ça ne change pas du tout ma manière de gérer mes réseaux sociaux. Mise à part afficher que je suis représenté par cette agence.

Annexe 12 : Retranscription entretien no. 2. Maxime, 24 ans, assistant, photographe

Réalisé le 09/03

Quelle est ta profession actuelle?

Alors, j'en ai plusieurs. Vu que je travaille en freelance, en fait.

Tu travailles en *freelance* depuis combien de temps ?

Depuis Avril 2022 officiellement.

Et t'as créé ton auto-entreprise depuis quand ?

Je sais plus si c'était avril 2022 ou avril 2023, mais c'était en avril d'une de ces années. En fait hum, j'avais déjà fait des travaux, des shoots en tant qu'assistant, mais très rarement et on m'avait payé au black, comme ça. J'avais pas de statut quoi.

Donc oui, t'es auto-entrepreneur enfin t'as un statut d'auto-entrepreneur dans la photo... Du coup, c'est ce que tu fais. Tu travailles dans la photo ?

Alors oui, je travaille dans la photo du coup. Je suis assistant lumière, assistant set design. Après, il y a différents titres que les gens donnent à cette profession là, mais globalement, c'est ça. Après, j'ai fait d'autres missions aussi en freelance, mais pas nécessairement en tant qu'assistant lumière

Du coup, ça fait deux ans que tu travailles dans la photographie ?

Moi, je dirais plus quand même.

Combien de temps alors ?

Mon premier *shoot*, j'avais dix-huit ans donc six ans. Et je m'intéresse à la photo depuis huit ans.

Donc, est-ce que t'as fait des études en lien avec la photographie ?

Oui. Ça a commencé au lycée, où je pouvais faire des cours d'art et un des cours d'art c'était photo. Et ça m'a intéressé et j'ai regardé l'histoire un peu de la photo dans le monde et j'ai accroché aux personnages qui était un peu des références dans le milieu et c'est ça qui m'a inspiré à continuer à me focaliser là-dessus, professionnellement.

C'est quoi ta formation du coup ?

J'ai un diplôme de photographie professionnelle d'une école qui s'appelle spéos à Paris dans le onzième. Je ne dirais pas que ça m'apporte beaucoup de valeur.

Et combien de temps c'était la formation ?

C'était sur deux ans, avec une option de faire quatre mois en plus pour vraiment obtenir une certification officielle RNCP photographe. Mais c'était le double du prix des deux ans.

C'est en quelle année que t'es sorti de cette école ?

2020.

Et donc ton objectif professionnel, au moment où tu as commencé des études, c'était de devenir photographe ?

Oui, c'est ça. Après, c'est un peu, on va dire une phrase de débutant que dire que j'ai envie d'être photographe parce qu'il y a tellement d'options possibles que voilà, mais oui, à la base, c'était ça mon but. Ouais.

Et quel genre de photographe ?

Plus journaliste, documentaires, reportages, des choses un peu plus réelles. Ça ne m'intéresse pas trop personnellement la mode ou la pub, ou tout ça.

Parce que maintenant pour gagner ta vie tu fais des missions dans la mode ?

Alors du coup, oui, parce que, malheureusement on n'est plus dans les années 70,80 qui était un peu l'âge d'or de la photo reportage/documentaire ou des nouveaux sujets sortait sur des nouvelles choses qu'on n'avait pas vu. Maintenant, tout a un peu été fait et ce qui rapporte le plus, à mon avis et peut-être, on va dire que ce qui est le plus ouvert à certaines personnes c'est du coup la mode et la pub.

Mais à titre informatif parce que je ne connais pas très bien comment ça se passe, est-ce que pour devenir photo reporter, enfin photojournaliste, il faut pas avoir fait une école de journalisme et avoir une carte de presse ?

Ah si si ça aide beaucoup soit...Je connais des histoires où des gens sans carte de presse sont allés sur des fronts de guerre ou sont allés dans des endroits où il se passait quelque chose de

notable dans l'actualité mais c'est des gens qui sont pas mal aisés ou qui ont travaillé pour mettre de l'argent de côté pour pouvoir faire ce projet.

Mais toi, les études que tu as faites, elles étaient en lien avec le journalisme ?

Alors j'ai fait la spécialisation photojournalisme dans mon école de photo. Mais c'est-à-dire que de ce que je pensais on aurait accès à, peut-être des gens qui bossaient dans le milieu autre que nos profs, des intervenants spéciaux autres que des grosses conférences avec toute l'école conviée. Mais en fait il fallait payer à chaque fois pour avoir accès à des trucs un peu plus...je ne sais pas...

Donc, tu n'es pas sorti de cette école avec un diplôme de journaliste ?

Ah, non, pas du tout, pas du tout, nan, nan. Pour moi, l'école que j'ai faite, c'est pas une vraie école. C'est un peu un truc de com ou le diplôme en gros tu achètes, quoi. Parce que, contrairement aux écoles publiques françaises où même là tu payes cher, au moins il y a un laboratoire et il y a beaucoup plus de chances d'aboutir dans ce que tu veux faire en passant par là que en passant par des écoles privées comme moi. Parce que, si t'as pas, soit la certification RNCP qui coûte voilà super cher et bah du coup ton diplôme ne sert à rien. En fait, juste tu alimentes une entité qui t'apporte pas sur le plan professionnel quoi.

Donc, quelle est ton ambition professionnelle aujourd'hui ?

Ok, alors idéalement je serais que assistant lumière, assistant photographe c'est ce que j'aime le plus faire et c'est ce qui me stimule le plus, parce que, tous les jours, on fait quelque chose de différent. Assistant lumière, assistant photographe, même si en dehors du monde professionnel je me considère comme un photographe dans tous les cas. On va dire que bah, j'ai pas du tout réussi. Enfin, c'est pas que j'ai pas réussi, c'est que je n'ai pas atteint le niveau d'être reconnu comme un photographe, et il faut encore que je travaille là-dessus.

Est-ce que tu trouves que ta formation t'a aidé pour ton travail actuel ? Par exemple, pour trouver un réseau de contacts ou est-ce qu'ils vous ont donné des conseils sur, par exemple, les modalités d'organisation du travail, par exemple est-ce qu'ils vous ont parlé du statut d'auto-entrepreneur ou vous ont aidé dans les démarches comme ça, etc.

Alors oui ça m'a appris. Ça ne m'a peut-être pas appris comment gérer mes déclarations urssaf ou comment gérer même le statut que je détiens. Justement je pense que si j'avais fait le truc à la fin de mon diplôme pour le truc RNCP là, j'aurais vraiment, en tout cas, peut-être

qu'ils auraient parlé de ça je sais pas. Mais moi, on ne m'a jamais parlé d'auto-entrepreneurs. Moi, je pensais que tout était payé au black et tout (rires). Donc non, en vrai, ça m'a pas appris cette partie-là, par contre on était techniquement traités comme des photographes. Donc c'était plus axé sur son travail à soi et comment faire une autocritique, faire sa série, raconter une histoire ça m'a plus appris ces choses-là que professionnellement comment par exemple brancher des lumières.

Ok, donc pas trop de technique ni d'administratif, mais est-ce que ils vous ont appris de la communication ou est-ce qu'ils vous ont conseillé de faire un site internet ?

Oui un des exercices c'était de faire un site internet du coup après encore une fois on l'a fait c'était un cours à faire et le prof nous donnait une note, mais c'était pas comme dans d'autres écoles où ça fait vraiment partie de la note. C'est moins strict qu'un environnement plus académique classique.

Mais ça t'as servi ?

Bah du coup j'ai mon site oui mais mon site ne m'a rien apporté jusqu'à aujourd'hui.

Donc aujourd'hui t'es assistant lumière et set designer. Comment est-ce que tu décroches tes missions généralement?

Ça a évolué en vrai au début je dépendais du studio où je travaillais pour rencontrer des gens.

Et comment t'as trouvé le studio où tu travaillais ?

En rentrant en France je voulais retravailler dans la photo après deux ans de pause à la fin de mon école de photographie.

C'était en quelle année?

Entre 2020 et 2022. Je suis rentré en France en 2022 et j'ai un ami photographe qui m'a conseillé plusieurs studios dans Paris qui avaient une bonne réputation pour commencer à travailler dans le milieu que lui connaît c'est-à-dire la photo de mode de pub. Et après j'ai postulé pour un stage, parce que ça marche comme ça : on commence par faire un stage quelque part et après, on est pris, on est pas pris, sauf que c'est pas des stages de six mois, c'est des stages de un mois en général. Donc j'ai fait un mois et après j'ai redemandé de faire un autre stage de un mois et j'ai été embauché en CDI.

Parce que faut savoir qu'après il y a des postes différents dans un studio forcément, il y a des postes différents sur un plateau photos ou vidéo. C'est très compartimenté, tout le monde a son travail. Tout le monde a assez de compétences pour faire soi-même son travail. Du coup, j'étais en en régie, je m'occupais du matériel et de l'entretien du studio.

Donc, tu t'es fait un premier réseau en travaillant dans ces studios ?

Ouais, oui et non. En fait, je me suis fait un réseau avec mes collègues qui, eux, avaient pour but de travailler là un an, un an et demi et de sortir et de faire de l'assistantat en full time. C'est évolutif, du coup et il y a plusieurs chemins pour le faire. On peut soit être pistonné (rires) et connaître des gens dans le milieu et, du coup, avoir accès à ce milieu facilement, sans passer par le stage. On peut aussi faire des stages et gravir les échelons petit à petit et se focaliser sur ce qu'on veut faire comme rôle. Je connais des gens aussi qui sont très déterminés dans ce qu'ils veulent faire et qui acceptent pas ou qui ne font pas certains travail parce que cela va nuire à leur image...ou ça va comment dire...C'est juste pas comme comment ils se voient eux. Par exemple, je faisais mon stage avec un gars qui disait qu'il voulait être photographe. Il est devenu photographe.

Ma question, c'était déjà comment tu décroches tes missions maintenant ?

Maintenant du coup ça marche par bouche à oreille. Tous les shoots que je fais, je parle aux gens qui m'entourent. J'essaye d'être tactique et de laisser mon numéro à des gens avec qui je m'entends bien que j'apprécie. Des gens qui ont le statut que j'aimerais bien occuper pour travailler avec eux et gagner plus d'expérience. Du coup ça passe par conversation, par appel téléphonique, par message, par réseaux sociaux. Je suis un peu partout dans ce sens là.

Est-ce que tu penses que t'aurais pu arriver là, c'est-à-dire professionnellement ou tu es en ce moment, sans tes études ?

Pour obtenir le stage au studio on m'a demandé si j'avais fait une école de photo. Sur le moment, je l'ai pris comme si c'était une question plus de passion et d'intérêt, mais je pense que c'était plus une question de compétences pour voir ce que je pouvais faire ou ce que je ne pouvais pas faire. Mais rien que le fait de dire que j'ai fait une école de photo techniquement, je pense, m'a aidé à obtenir mon stage après c'est juste un stage. Donc, à part ça, pas trop hein. J'ai peut-être appris une chose qui m'est utile maintenant à part toutes les choses pour mon travail personnel. Étant donné de la spécialité que j'ai choisi la deuxième année je pense

que j'ai eu beaucoup moins accès au côté professionnel de la chose et plus au côté théorique de la photo.

Est-ce que les collègues avec qui tu travailles ils ont une maison fait une école de photographie, ou pas forcément ?

Pas forcément il y a de tout et c'est ça qui est cool aussi, c'est qu'il y a vraiment tout type de personne. Mais en général, tout le monde est plus ou moins passionné de photographie, ça c'est pas mal commun. Je pense que c'est plus des gens de ma génération, des gens plus jeunes, du coup qui ont fait des écoles, parce que, justement de plus en plus de monde a décidé de faire ça comme travail ou veut faire ça comme travail. Donc, je pense que cette partie du monde a évolué pour rajouter des critères d'entrée.

Est-ce que, à côté de ton travail du coup tu as des projets de photographie personnels ?

Oui, j'ai un ou deux/trois projets personnels sur lesquels je travaille.

Et ces projets tu comptes les diffuser où ?

Je suis un peu malheureusement obligé d'utiliser les réseaux sociaux parce que le monde dans lequel on vit fait que c'est un peu quelque chose d'obligatoire d'utiliser les réseaux aujourd'hui. Après le projet sur lequel je travaille qui est le plus avancé c'est situé dans un endroit du coup ce sera plus simple de faire des choses un peu comme avant internet : déposer des fleurs ou parler à des gens dans la rue ou dans des endroits mais c'est malheureusement ça va passer par beaucoup les réseaux et le bouche à oreille du réseau que je peux avoir sur Instagram, par exemple ou dans mon réseau de travail aussi.

Est-ce que t'as déjà réalisé, par exemple, des expositions photographiques ou d'autres projets que tu n'as pas seulement publiés sur Instagram ?

Ouais, ça m'est arrivé quatre/cinq fois d'être publié physiquement ou de demander à participer à une expo ou participer à des concours, mais c'est pas souvent parce que je dois travailler beaucoup.

Possèdes-tu un compte Instagram que tu utilises pour mettre en avant ton travail ?

Oui.

Depuis quand ?

2016.

Est-ce que initialement il s'agissait d'un compte personnel ?

Oui.

Est-ce que tu considères que tu t'investis beaucoup dans l'administration de ce compte ?

Récemment plus oui, mais avant pas du tout.

Récemment, c'est-à-dire depuis combien de temps?

Depuis que j'ai commencé le projet personnel sur lequel je travaille et en termes de durée, ça doit faire 6 mois.

Est-ce que ça te prend beaucoup de temps ?

Pas trop.

Est-ce que tu as des attentes vis-à-vis de ce compte ?

Que les gens voient mon travail.

Est-ce que tu t'imposes une fréquence de publication ?

Oui et non. Ça dépend de quand je prends des photos surtout quand j'ai du matériel à montrer.

Comment est-ce que tu décrirais la direction artistique de ce compte ?

J'essaye de d'avoir une vision assez classique du compte Instagram dans un sens où juste je montre des choses que je vois mais du coup, c'est mon regard photographique, pas juste mon regard de tous les jours.

Comment est-ce que tu sélectionnes tes publications ?

Ça dépend beaucoup de l'humeur que j'ai quand je vois mes photos et aussi par exemple quand je fais des photos à l'argentine je ne vais pas publier les 36 photos de mon rouleau en une fois. Je vais en sélectionner peut-être au moins trois, et je vais publier les trois : une le lundi, le mardi et le mercredi. Mais j'essaye de faire on va dire une sélection par thème ou par jour. Et des fois c'est très éclectique, des fois si je suis en voyage quelque part où dans un certain état d'esprit, je poste certaines choses, mais j'essaye de le faire régulièrement quand j'ai des nouvelles photos et de garder une certaine cohérence quand j'en poste plusieurs.

Comment est-ce que tu te définis sur Instagram, par exemple est-ce que tu as mis que tu étais photographe dans ta bio ?

Oui.

Est-ce que tu envisages de consacrer plus de temps à ton activité sur les réseaux sociaux ?

On va dire que si je veux être irréprochable, professionnellement, je devrais, mais que personnellement, ça me frustre beaucoup de devoir utiliser cette manière de publier mes photos.

C'est-à-dire être “irréprochable professionnellement” ?

En fait, c'est assez complexe comme réponse, je trouve, parce que la photo, c'est un média très nouveau. En tout cas, c'est pas comme je ne sais pas écrire un livre ou dessiner ou peindre. C'est pas aussi vieux que ça, c'est un procédé scientifique à la base. Et après ça a évolué et maintenant c'est devenu ce que c'est aujourd'hui, c'est-à-dire digital, n'importe qui peut faire des photos avec son téléphone, ça a beaucoup évolué. C'était quoi la question, la base ?

Parce que tu as dit que si tu voulais être irréprochable professionnellement il faudrait que tu travailles mieux ton compte Instagram.

Alors - c'est pour ça que je parle de l'histoire. Parce que, étant donné que ça évolue tout le temps avec la société. Maintenant, on a accès à certaines choses et certaines choses se sont installées comme des incontournables notamment Instagram pour la photo, parce que c'est un peu le but (pires) de l'application. Après c'est pour ça que je dis: si je voulais être irréprochable en termes de professionnalisme, j'essaierai de créer une chromie ou un mood pour toutes mes photos sur ma page ou les recadrer d'une certaine manière, ou faire les descriptions en dessous, écrire de la même... ce que je fais d'ailleurs. J'écris toutes les descriptions à peu près similairement, mais c'est à peu près la seule cohérence que j'ai avec mes images. Je ne vais pas me prendre la tête à créer une chromie unie pour toutes mes photos sur Instagram, parce que je ne vois pas l'utilité de ça. Tous les photographes qui m'inspirent ou dont j'aime le travail, n'ont pas une chromie particulière pour leur travail. C'est des séries avec des photos différentes, mais chacun a sa manière de retoucher, etc. Après moi, personnellement, la retouche je le fais un peu en fonction encore une fois de où je suis, de la

lumière, de mes émotions, le jour où je retouche les photos. C'est pas quelque chose de fixe- alors que d'autres qui sont, à mon avis, plus perfectionnistes ou irréprochables professionnellement dans un sens global créent une esthétique unie pour leurs pages et alimentent leurs pages de manière très similaire.

Les photographes qui t'inspirent, est-ce que tu les suis sur Instagram et est-ce que c'est comme ça que tu vois leur travail ?

Oui. Non du coup, vu que je me suis intéressé à la photo depuis un petit moment et que j'ai fait une école où on avait des cours sur l'histoire de la photo, je me suis intéressé aux photographes qu'on me présentait ou qu'on présentait pas. Donc on va dire que j'ai aussi des livres photos chez moi donc, j'ai plusieurs manières de regarder le travail des photographes que j'aime, surtout que sur les réseaux ils ne publient pas nécessairement les photos que je connais ou ne publient pas nécessairement des photos récentes. C'est beaucoup d'archives ou de gens qui gèrent leur page pour eux, qui postent leurs photos. La plupart du temps, c'est pas vraiment les photographes eux-mêmes si c'est des grands photographes qui gèrent leur page. Après, je suis d'autres pages où les photographes eux-mêmes postent leurs trucs et ça se voit et ça se ressent dans les images.

Est ce que tu préfères pas les comptes où ça se ressent que c'est les photographes qui postent leur images ?

Ah si si. Comme ça on sait que c'est vraiment la touche personnelle du photographe qui a été ajoutée à sa page. Il y en a qui sont comme moi, qui s'en fichent et qui mettent des photos à tout va et sans cohérence réelle. Il y en a d'autres qui sont un peu plus constants avec ça, ou qui postent que du noir et blanc, ou qui postent que un certain type d'images sur leur page, ou qui postent une série après qui la supprime et qui mettent leur nouvelle série. Les possibilités sont infinies là-dessus. Mais oui, je préfère la touche personnelle du photographe.

Est-ce que t'as mis ton compte instagram en compte professionnel ?

Oui.

Du coup, ça veut dire que t'as accès aux statistiques ?

Ouais.

Qu'est-ce que ça change d'avoir accès aux statistiques ?

C'est marrant, on peut voir qui regarde notre compte ou pas. On peut s'intéresser à la démographie ou au type de gens qui regardent notre compte et poster du contenu pour eux ou pas. Après, moi, ça m'intéresse pas de faire ça, moi, c'est juste pour voir qui regarde, ou qui regarde pas, et éventuellement peut-être- ça m'est déjà arrivé- de démarcher une agence qui pourrait *liker* et mon contenu, ou un journal qui pourrait me demander une image si je regarde dans mes *likes*. C'est marrant de temps en temps de regarder les pourcentages d'âge.

Est-ce que tu considères qu'avoir un compte instagram un peu professionnel- entre guillemets- dans le milieu où tu travailles c'est une formalité ?

Je pense que beaucoup de gens diront oui moi, je ne vais pas nécessairement dire oui, parce que je connais des gens qui bossent beaucoup qui ont un Instagram lambda.

Mais ils ont un compte instagram avec lequel ils suivent des gens de leur réseau ?

Ah, dans ce sens-là, pour être connecté avec les gens de son réseau. Oui, c'est un peu essentiel, mais c'est pas essentiel d'avoir une esthétique unis etc.

Plus pour les photographes peut-être ?

C'est un peu devenu comme ça aussi la photo maintenant, où on a besoin d'alimenter une certaine image sur les réseaux aussi, c'est un peu nécessaire maintenant.

Est ce que tu publies tous tes projets photographiques sur ton compte Instagram ?

Ouais. Je pense que la plupart de mes séries récentes. J'essaye de garder les choses un peu récentes parce que quand ça devient trop vieux, ça me saoule un peu.

Tu supprimes des fois ?

Non j'archive j'aime pas supprimer.

Est-ce que tu partages sur ton compte Instagram des missions professionnelles qui te font vivre ?

Des fois si je trouve que c'est pertinent, à l'esthétique de mon compte.

Est-ce que tu utilises ton compte instagram pour communiquer avec des personnes que tu connais du travail ?

Oui.

Est-ce que tu t'es déjà fait démarcher en tant que photographe sur ton compte ?

Très rarement, mais ça m'est arrivé. En tant que photographe ou en tant qu'assistant lumière ?

Par exemple tu m'as raconté que quand tu t'es déjà fait publier par un journal, ils t'ont démarché sur Instagram ?

Oui, ils m'ont démarché sur Instagram. D'accord. Bah voilà, je pense que c'est les seules fois où j'ai été démarché. La plupart du temps, c'est soit moi qui parle avec des personnes et qui leur propose de leur faire des photos en vrai.

Ok donc toi tu démarches des gens sur Instagram en te présentant comme photographe ?

Ah non, c'est pas ça que j'ai dit. Ce que je dis, c'est que, la plupart du temps, les photos que je fais, c'est soit des gens que je connais déjà, soit des gens à qui j'ai parlé en personne pour leur demander de faire des photos. Mais j'ai déjà démarché des gens en tant qu'assistant lumière pour trouver du travail sur Instagram

Ok. Et ça c'était fructueux ou pas ?

C'est comme parler sur whatsapp ou facebook messenger c'est juste pour contacter la personne. Après la logistique, c'est plus sur whatsapp,

Mais il y a des annonces de missions qui sont partagées sur Instagram ?

Oui aussi, les gens partagent en story s'ils ont besoin d'aide ou si quelqu'un de leur connexion a besoin d'aide. C'est assez fréquent.

Est-ce que tu penses qu'avoir un compte Instagram avec beaucoup d'abonnés peut permettre d'ouvrir des portes professionnelles ?

Malheureusement je pense que ça joue sur l'opinion que les gens peuvent avoir de toi. Et dans la mode, dans la pub c'est important d'avoir une identité et, malheureusement, l'identité est souvent validée par le nombre de gens qui suivent le compte qu'on a.

Est-ce que tu utilises ton compte Instagram pour communiquer indifféremment avec tes amis, comme des connaissances professionnelles, avec qui tu es plus ou moins proche ou

est-ce que tu as plusieurs comptes Instagram qui te permettent de hiérarchiser les échanges ?

J'ai un compte on va dire, professionnel photographe et j'ai un compte privé mais je communique avec les deux indifféremment. Parce que, éventuellement, les gens avec qui je travaille deviennent mes amis, donc ils ont accès à mon compte privé donc je leur parle sur les deux comptes.

Tu fais pas de distinction ?

Il y en a de la distinction, mais c'est plus de la distinction, par feeling, que par appartenance professionnelle ou quelque chose comme ça.

Est-ce que tu utilises ton compte principal pour relayer des informations qui ne sont pas forcément en lien avec le milieu de la photo ?

Oui, des trucs sociaux ou le travail des photographes que j'aime bien ou ce que je fais dans ma journée ou ce que je mange ou n'importe quoi comme un réseau social quoi. J'essaye de j'aime bien le côté d'Instagram, ou si c'est par exemple la célébrité ou le photographe ou machin qui gère son compte à lui, il peut mettre ce qu'il veut en story, et c'est pas nécessairement tout le temps super esthétique ou super beau. J'aime bien cette idée des réseaux où tu peux un peu poster ce que tu veux dans la limite de la décence et du respect.

Est-ce que t'as l'impression d'utiliser plus Instagram en tant que consommateur de contenu ou comme producteur de contenu ?

Producteur de contenu parce que quand je regarde le contenu des autres en général c'est des amis qui me sont proches. Je vais bien sûr aimer leur contenu, etc. Mais quand c'est des choses que je vois tous les jours, en fait c'est juste pour me bourrer le cerveau ou passer le temps, c'est pas vraiment quelque chose de conscient, je dirai plus que je produis, que je consomme.

Est-ce que tu te considères influencé par les productions photographiques que tu vois sur Instagram ? Est-ce que tu te sens inspiré ou, au contraire, tu essayes de te démarquer de la production tu vois ?

Les deux. Je suis inspiré par, comme je disais avant, les photographes qui sont des références dans le milieu et par les photographes autour de moi, que je connais personnellement ou pas, ou qui ne sont pas autant connus que ces gens-là. Mais des fois je vois aussi les angles que je

pourrais améliorer, ou les angles à ne pas faire. Ça m'inspire et ça me crée un sentiment de compétition aussi un peu.

Est-ce qu'il y a un sentiment de compétition sur Instagram ?

Ça me semble petit de dire oui, mais je pense que pour certaines personnes, c'est important. Personnellement, je m'en fiche, mais je pense qu'à certains moments, pas à chaque fois, mais à certains moments- ça joue sur quel photographe va avoir quel travail, avec quelle marque, par exemple.

Est-ce que tu penses que t'aurais plus de job en tant que photographe si tu te conformais à certaines règles esthétiques, certaines tendances ?

Oui, sûrement, mais ça ne m'intéresse pas de faire ça.

Est-ce que t'as l'impression que les photographes qui marchent le mieux ils suivent ou ils représentent une tendance ?

Pas tout le temps. Après, chacun son style, on va dire. Après, je pense que, en général, le monde professionnel, c'est quelque chose de compétitif, il y a un esprit de compétition en général, mais après en photo il y a un peu aussi ce truc de: "ouais, on est tous photographes", bon, c'est un peu, "on est tous artistes", tout ça, sauf que, oui, en vrai, il y a de la compétition, c'est juste que c'est pas vraiment assumé et c'est pas un truc pas discuté ouvertement, c'est un truc que que certaines personnes se disent entre eux.

Est-ce que les photographes se considèrent comme des artistes ?

Oui, je pense, après, ça dépend vraiment du type de photos que le photographe fait, par exemple les photojournalistes pur peut-être sur leur carrière peuvent être considérés comme des artistes, parce que il doit sûrement y avoir des très belles images entre guillemets. Belles parce que, encore une fois, ça dépend du type de photo qu'on fait ou de sa sensibilité à la chose. Je sais que Robert Capa, il faisait des très "belles" photos, mais c'était très journalistique aussi, c'était très factuel. Une fois, ils ont publié dans un journal la photo d'un soldat qui venait de se faire tuer. Au moment où Capa a pris la photo on voit la balle sortir de l'autre côté. D'une certaine manière, c'est très artistique, mais je pense pas que sa démarche en prenant la photo était artistique. Du coup, ça dépend vraiment du type de photos que le photographe fait.

Est-ce que les gens avec qui tu travailles se considèrent comme des artistes ?

Oui, je pense que la plupart oui. Après il y en a qui ne se définissent pas, il y en a qui font du journalisme, il y en a qui travaillent pour une agence photo, donc qui ont une certaine esthétique. Il y en a d'autres qui sont juste photographes et qui se disent juste photographe, et voilà quoi.

Est-ce que tu aimerais bien être représenté par une agence ?

Ouais, ça pourrait être utile.

Est-ce que les gens représentés par une agence ils ont plus d'abonnés sur instagram ?

En dépendant de la taille de l'agence qui le représente. Oui,

Est-ce que les gens qui sont représentés par une agence ont dû avoir beaucoup d'abonnés avant de pouvoir gagner une place en agence ?

Je pense pas que ce soit basé là-dessus. Après peut-être. Je ne sais pas en fait, parce que je ne connais pas toutes les agences, mais les agences auxquelles je pense ne sont pas nécessairement les agences où le photographe a pas beaucoup de followers. Je pense que les agences regardent l'ensemble du travail du photographe ou la série qu'il propose, quand l'agence a des ouvertures de spots.

Est-ce que tu penses que le contenu que tu suis sur instagram a pu te motiver à suivre la voie professionnelle que tu suis aujourd'hui ?

Non je pense pas. Je pense que c'est juste, il y a tellement de choses que, juste, je vois des choses défiler. J'aime ou j'aime pas.

Est-ce que, hypothétiquement, tu pourrais accepter une commande en tant que photographe non rémunérée pour un client, peu importe sa nature, s'il avait beaucoup de visibilité ?

Je pense que j'y réfléchirai, mais je m'en fiche de pas être payé et d'être publié sur un compte connu. Je préfère être payé, pas être publié, justement. Je pense que ça va un peu à l'encontre de comment je fais de la photo moi personnellement.

Est-ce que t'as l'impression qu'avec le développement des vidéos sur Instagram les publications photos classiques ont tendance à disparaître ? Est-ce que tu les vois de moins en moins ?

Non, parce que je suis des pages de photos ou des photographes donc, à part si il réalise un film, je ne trouve pas. Après les marques oui, certainement, mais je ne suis pas beaucoup de marques.

Est-ce que tu trouves que tes photos avaient plus de visibilité avant les reels ?

J'ai pas remarqué, mais maintenant que tu le mentionnes, ouais, ouais, peut-être.

Est-ce que a déjà participé à des concours de photographie sur Instagram ?

Peut-être que j'ai déjà mis une photo, mais pas beaucoup quoi. En tout cas, je n'ai jamais gagné. Donc je pense que c'est pour ça que j'ai pas continué à postuler (rires).

Est-ce que tu penses qu'Instagram est voué à être remplacé par un autre réseau social ?

Je n'y pense pas franchement, c'est pas une question que je me pose en vrai.

Est-ce que tu envisages de te mettre à faire des vidéos ?

J'en ai déjà fait sur mon compte, j'en ai deux je crois. Il y en a une, c'était un de mes projets pour l'école photo que j'ai aimé, donc que j'ai publié. Une autre, c'est une apparition que j'ai faite dans un clip vidéo musical de mon pote que j'aime bien. Mais à part ça je ne sais pas.

Tu envisages pas de te mettre au montage ?

Ah de me mettre au montage ? Non non grave pas c'est pas quelque chose que je vais faire de manière régulière.

Annexe 13 : Retranscription entretien no. 3. Mickaël, 62 ans, photographe

Réalisé le 19/03

Depuis combien de temps est-ce que tu travailles dans la photographie ?

Dans la photographie en tant que travail, ça fait exactement 45 ans. J'ai commencé à travailler, j'avais 17 ans, donc c'était en 79.

Comment est ce que tu as commencé la photographie ? J'imagine que tu as commencé à l'argentique ?

ah oui, j'ai commencé à l'argentique et j'ai commencé comme apprenti. J'ai arrêté l'école pour devenir apprenti photographe direct. A l'époque il n'y avait pas d'apprentissage en photographie, l'apprentissage en photographie c'était l'apprentissage de laborantin. C'était le seul truc qui était reconnu et revendiqué par la nation. C'était l'apprentissage de laborantin, dont j'ai un diplôme d'apprenti en laborantin.

Ah donc tu as quand même fait des études ?

L'apprentissage c'est 70% chez un patron et 30% de l'enseignement général.

Et t'as commencé à Paris ?

A Marseille, j'ai commencé à Marseille. Rue neuve sainte-catherine en parallèle du vieux port à côté de la rue Sainte-Croix. Et j'ai travaillé chez un, j'ai eu beaucoup de chance, j'ai travaillé chez un très grand photographe

On peut dire son nom ?

Oui, Marcel Coen.

Donc t'avais envie de devenir photographe depuis...

J'ai toujours fait de la photo, en fait. Depuis gamin, je faisais de la photo. Depuis gamin, j'avais toujours des appareils photos, des petits Instamatic. En vacances, je faisais toujours des photos en fait, depuis le début très jeune. J'ai dû commencer à faire mes premières photos j'avais 10 ans.

Parce que dans ta famille il y avait des appareils ?

Parce que dans ma famille, il y avait...La photographie était présente. Mon grand-père était un très grand photographe amateur.

Ca veut dire que quand t'es devenu photographe, enfin quand t'as poursuivi cette voie pour ta famille, ce n'était pas en rupture, ils étaient d'accord avec ça ?

Oui, oui j'ai jamais eu aucun bâton dans les roues pour choisir ce métier. Quand je l'ai annoncé à mon père que je voulais être photographe, il a dit: ok. Tu arrêtes tes études si tu veux être photographe, mais tu travailles. Donc, j'ai travaillé de suite, en fait, parce que apprenti, c'est du travail, tu as un salaire et tout.

Maintenant, tu prends des apprentis ou pas ?

Non, parce que prendre un apprenti ça veut dire avoir du travail tous les jours et le former tous les jours, en fait. Et moi, j'ai pas la structure pour former quelqu'un tous les jours, mais j'aurais monté un studio j'aurais sûrement pris un apprenti.

Et après, du coup, t'es arrivé à Paris en quelle année ?

Alors, j'ai fait l'apprentissage pendant deux ans. C'était sur trois, mais je l'ai fait en deux parce que, bon, j'avais quand même le niveau qu'ils demandaient pour l'enseignement général. Et donc j'ai passé mon examen une année plus tôt que j'ai eu, et du coup dans la foulée, j'ai voulu tenter ma chance à Paris. Parce que j'avais pas vraiment d'idée de ce qu'était le métier entre guillemets: de photographe. J'avais pas choisi. Je vais devenir photographe de nature morte, photographe de reportage, photographe de mode. Mais j'étais quand même assez attiré par la mode. Et donc la mode, c'était Paris.

C'est toujours à Paris ?

C'est toujours à Paris oui et non, mais dans l'imagerie de la mode on parle de Paris.

Et à Paris du coup, tu t'es établi direct en tant que photographe ?

Nan nan quand je suis monté à Paris, deux ans après j'avais 19 ans, j'étais un gamin quand même, mais j'avais tellement bien appris avec Marcel Coen qui m'avait tout appris en fait.

Le labo, la prise de vue, le développement, les tirages tout quoi. Le matériel, on travaillait avec toutes sortes de matériel. Donc, quand je suis arrivé à Paris, j'étais bien quoi, un bon, un bon assistant. Et là je me suis présenté comme assistant.

Et après, comment ça c'est fait pour devenir photographe ?

Alors à l'époque, à l'époque on parle d'une époque, on parle des 80. Il y avait un syndicat de photographes à Paris qui s'appelait l'opep. L'organisation professionnelle des photographes de publicité ou de mode je sais plus il y avait un truc comme ça. Donc, j'ai tapé à la porte de l'opep et je suis tombé sur la responsable de l'opep qui était une gentille dame secrétaire. Là, j'ai laissé un dossier d'assistant en disant : "Voilà si vous avez des photographes qui ont besoin d'assistants, voilà je donne ma candidature." Donc elle m'a dit: "vous revenez me voir. assez souvent" parce que quand j'ai donné ma candidature elle l'a posé sur une pile qui était grosse comme ça. En me disant "si tu veux avoir des chances il faut que tu m'appelles souvent comme ça- je pense à toi et si j'ai un truc, je te mets dessus." Et une semaine après, je l'ai rappelé et m'a dit: "Bah tiens, j'ai un jeune assistant qui commence à devenir photographe et qui là fait un test et il a besoin d'un assistant."

Il existe plus ce syndicat ?

Non. Il y a plus de syndicats de photographes je crois.

Si, il y a des syndicats, y'en a mais c'est plutôt pour les photos reporter. Je sais qu'il y a l'UPP et quelques uns.

Ca je ne sais plus. En tout cas, l'opep, ça n'existe plus. Et donc voilà, j'ai pris de suite le job, moi, j'étais monté à Paris en disant à ma famille, à mon père et à ma mère que je partais et que j'avais de quoi tenir un mois, quoi. Et donc quinze jours après, même pas dix jours après, j'avais cette opportunité. J'ai rencontré le mec qui m'a dit: "Je shoot dans deux jours, viens il y a un studio machin truc." Et là, je suis arrivé chez un studio de photographie, en fait, où il était, lui, assistant. Et le photographe en question lui avait prêté le studio pour qu'il fasse son test. Donc, j'ai fait ma journée d'assistant et, pendant la journée, le photographe qui avait le studio il est passé deux, trois fois pour voir. Il avait son bureau, il travaillait là aussi. Je l'ai rencontré et il se trouvait que son assistant allait partir, il m'a vu travailler la journée. Et deux jours après, c'est lui qui m'a appelé pour me dire: "voilà mon assistant est pas là si tu veux tu peux venir."

Donc c'est un truc de chance un peu quand même.

Oui c'était de la chance, et là, je suis rentrée donc petit à petit. Il a commencé à me prendre un jour, deux jours, puis son assistant est vraiment parti, et puis là, il m'a proposé de m'engager.

C'est la première fois que j'étais en fait, après mon apprentissage. Et là pareil j'ai résigné avec un photographe qui, lui, à l'époque, travaillait dans la pub, surtout la nature morte. Portraits et nature morte mais qui était booké non-stop quoi. Et donc il lui prenait des salariés, justement parce qu'il avait un studio, et même si on travaille pas, on avait toujours des trucs à faire. Préparer le matos, préparer les archives. J'avais toujours du travail à faire avec lui.

Et t'es resté combien de temps ?

Avec Antoine ? Je suis resté... Alors lui, il s'appelait Antoine Pétin, il était très reconnu dans la pub. Donc là j'ai travaillé bien 2 ans, 3 ans avec lui. Et donc de fil en aiguille. De temps en temps il avait des potes qui étaient des photographes entre guillemets, arty moins pub, dont un qui s'appelait Federico Cimatti. Qui était lui, le photographe en vogue à l'époque et qui travaillait pour tous les magazines. Il faisait beaucoup de presse surtout, aussi de la nature morte. Et donc, quand il lui prêtait le studio, il lui louait le studio pour les boulots et bah il me louait avec. Et donc, du coup, j'ai travaillé avec Federico Cimatti qui, lui aussi, avait un assistant, dont j'étais le deuxième assistant, et qui, de fil en aiguille, lui aussi, il aimait travailler avec moi.

Ok, donc le réseau il se fait par le travail ?

Ah oui, surtout sur le lieu de travail. C'est comme ça que ça s'est fait. Voilà. Jusqu'au jour où j'ai rencontré via toujours Antoine, un autre de ses potes qui, lui, était un photographe de mode. Et donc. Et là, la mode ça a fait un petit clic dans ma tête. Mais j'avais mes connexions avec Antoine, avec Federico. J'avais mon réseau de photographes avec lesquels je bossais. Et le fameux Denis Jobron, ça, c'est le photographe de mode. Lui, était en fin de carrière de mode parisienne française. C'était un mec qui avait cinquante balais à peu près et qui se refaisait une nouvelle vie en Australie. Et donc quand je l'ai rencontré, il était au moment où il allait tout vendre à Paris pour aller s'installer à Sydney, en Australie. Et moi quand j'ai appris ça, ça a fait qu'un clic dans ma tête. Je l'ai rencontré un soir et il partait une semaine après en Australie et moi je lui ai dit "si je me paye mon billet, si je prends tout à ma charge, si je viens est-ce que tu me prends comme assistant là-bas ?" Et il m'a dit : "moi, je n'ai pas d'assistant là-bas. Si tu viens, je te fais bosser." Et donc, quinze jours après, je prenais un billet d'avion et je partais à Sydney. Parce que je voulais apprendre à parler anglais, parce que je voulais voyager, j'étais jeune, je te parle de ça j'ai 22 ans,

L'anglais c'est obligatoire dans la profession ?

Dans tout, je pense maintenant. Déjà à l'époque c'était obligatoire. Fallait avoir son permis de conduire et parler anglais pour être un bon assistant. Donc, me voilà parti. Donc, j'ai 22-23 ans, me voilà parti en Australie, où là j'ai fait une année. J'y suis resté huit mois où je travaillais comme assistant avec Denis. Après il a fallu que je quitte le pays pour faire valider mon visa. Je suis revenu en France. J'ai travaillé avec Federico comme assistant. J'étais toujours assistant. De là je suis parti à New York où j'ai fait mes premiers tests de mode. J'ai fait des connexions à New York, j'ai rencontré des gens de la mode, des agences de mannequins et tout. Et j'ai pu travailler avec des mannequins. J'ai pu organiser des tests avec un ami qui avait une boutique de vêtements, donc j'ai travaillé pour lui aussi. Et quand j'ai fait tout ça, je suis retourné en Australie, mais là comme photographe. Donc j'ai vraiment commencé à travailler comme photographe. J'avais 24/25 ans.

Mais t'avais un agent ou pas ?

Au début, non, j'avais pas d'agent. Mais quand je suis arrivé en Australie un jeune français. qui fait de la mode, qui arrive de New York et qui arrive en Australie. Bah j'ai eu du travail de suite.

Donc quand t'as commencé en tant que photographe, c'était des sujets de mode du coup ?

J'ai commencé. Oui, j'ai commencé. Sujet de mode: J'étais un bon photographe assistant de nature morte. J'en avais fait beaucoup avec des très bons photographes donc ça ne me faisait pas peur. Donc, en fait, non, je prenais un peu tout ce qui me tombait. Au début, je ne cherchais pas, mais je me vendais plus comme photographe de mode et portraitiste. Ma marque c'était le portrait et la mode. Ce qui a toujours été en fait. Parce que la nature morte je sais la faire mais je ne la revendique pas quoi.

Ce qui m'intéresse aussi, c'est le passage de l'argentique...

Ah bah ça c'est plus tard. Parce que le passage de l'argentique au numérique, ça se passe juste avant les années 2000, c'est vers 98,-97. C'est cette période un peu violente parce que ça a été une remise en question. Ah ouais, c'était une crise terrible pour les photographes. Ça a été un truc terrible de changer tout notre rapport à l'image en fait. Mais moi, j'ai fait vite, j'ai fait de suite le numérique. Parce que ouais j'ai vu autour de moi tous les anti numériques qui étaient purs et durs, qui se battaient contre ça et tout. Et je voyais bien. J'étais dans une période où là je commençais vraiment à travailler beaucoup et je voyais très bien que la demande... et il

fallait y passer quoi. Donc très vite je me suis séparé de mon matériel argentique parce que c'était beaucoup d'investissement. Et surtout que les bascules pour arriver à un numérique de qualité ça ne s'est pas effectué en un an ou deux, ça s'est effectué sur dix ans.

C'est-à-dire ?

C'est à dire que les capteurs, au début c'était pourri, et puis après, 2 ans après, ils sortaient des capteurs qui étaient meilleurs, puis 2 ans après, ils sortaient des capteurs qui étaient encore meilleurs, et ainsi de suite. Puis là, tu rentrais dans une logique commerciale avec les gens avec qui je dealais pour le matériel et donc, c'était des remises à jour permanentes de dos d'appareils de machins...

Parce que, en tant que photographe, c'est complètement à tes frais ?

Ah oui. Moins maintenant, parce que maintenant la location est devenue un truc qui est rentré dans l'idée de tout le monde, quand on fait des photos, on loue du matériel. Mais à l'époque, on avait son propre matériel. C'était aussi notre identité le matériel. On choisissait telle ou telle caméra pour tel ou tel rendu. C'était beaucoup plus associé à l'argentique ça.

Raconte-moi comment s'est passé ton expérience avec un agent

Quand tu es jeune photographe tu rencontres des vrais agents qui parient sur toi et qui ont des connexions. Parce qu'au début décrocher des contrats avec des budgets assez intéressants et importants pour des productions, pour tout ça...Bon au début, quand tu connais personne. Dans le monde de la pub, c'est important que tu aies un agent. Il négocie pour toi, ils prennent leur com mais ils te font travailler, donc c'est bien. Donc, au début, j'avais un très, très bon agent qui m'a permis de m'émanciper et de devenir un photographe tout doucement qui était reconnu sur la place de Paris pour tel ou tel travail. C'est mon premier agent qui m'a permis de faire ça avec qui j'ai travaillé pendant 10 ans au moins. Et, au bout de 10 ans, l'agent est devenu de plus en plus gros, de plus en plus important avec son passage au numérique justement, et fait évoluer tous les trucs. Il est tellement devenu gros et important qu'il a commencé à faire des conneries et faire du *jumping* de boîte en boîte pour payer une boîte, il en ouvrait une nouvelle jusqu'au jour où il a fait banqueroute. Je m'en suis bien sorti. Je suis parti avec le dernier chèque de l'agence, qui était ce qui me devait. C'est une fois de plus un coup de coup de chance.

Et donc, pour revenir, au passage au numérique c'est à ce moment là que t'apprends la retouche photo ?

Oui, mais la retouche photo, au début, je l'ai appris avec des gens qui la faisaient pour moi. Donc au début c'était de la magie pour moi ce qui se passait parce qu'on pouvait retoucher directement les fichiers et les images sur l'ordinateur. Alors qu'avant, on pouvait retoucher mais on faisait tout ça sur les tirages. Donc à l'époque, c'était au scalpel et pour retoucher on mettait de la peinture c'était très artisanal. Et là, d'un coup, on pouvait tout faire ça directement sur l'écran. Et donc oui, à force de le faire avec des professionnels qui avaient eux fait le pas du numérique. À force de le voir faire et tout, j'ai commencé à apprendre à poser des questions. Et puis tout doucement jusqu'à j'arrive à un point où j'arrive à faire toutes mes retouches.

Et du coup, aujourd'hui, t'as un statut d'indépendant ?

J'ai toujours été travailleur indépendant. Donc, je fais les factures et je suis assujetti à la tva et à la gesa c'est par là qu'on paye nos charges sociales, comme l'urssaf et autres.

Tu perçois des droits d'auteur ?

Oui.

Comment ça se passe ?

Pareil, ça se définit par rapport à l'exploitation de l'image.

Du coup ça s'est complexifié ou pas ?

Non, pas vraiment, t'as un cahier de l'utilisation. Et puis, par rapport à une campagne qui va être internationale, ou nationale, ou qui est de la plv (publicité sur lieu de vente) boutique ou de l'abribus. Chaque utilisation d'image on me facture des droits d'auteur. Je ne te cache pas qu'aujourd'hui, souvent, ils sont inclus dans le tarif du photographe. Donc on facture notre journée de prestation en ayant englobé les droits d'utilisation pour une période donnée. Quoi qu'il arrive, il y a toujours une période donnée. On ne peut pas utiliser une photo qui est prévue pour une campagne dite et la personne veut la ressortir l'année d'après il faut refaire des droits.

Et est-ce que les commandes comme ça ça te plaît ? Est ce qu'on te laisse assez de liberté artistique dessus ?

Bonne question. En général, on te prend parce qu'on aime ton image. Le client va choisir le photographe par rapport à ce que moi je lui présente. En général je présente souvent dans mon travail du travail de commande mais aussi beaucoup de travail perso, de recherche, des choses qui nous touchent. Après il y a le cahier des charges de chaque commande. À partir de là, c'est plus ton travail, à toi unique. Tu vas travailler avec eux. Dans le cahier des charges ils veulent tel ou tel maquillage ou coiffure, tel ou tel style de vêtement, telle ou telle ambiance, et tout. Donc, à partir de là, tu travailles avec une équipe. Plus tu avances dans le projet et plus tu dois *dealer* avec la styliste, avec le maquilleur et le coiffeur, avec le lieu qui va être choisi... Et tout ça fait que t'arrives à un moment où le projet ne t'appartient pas qu'à toi, en fait. Et donc, à partir de là, tu fais pas vraiment ce que tu veux. Même si c'est toi le chef, d'orchestre, mais t'as un orchestre à diriger et il faut faire avec. Donc dans tout ce qui est commande, dire que tu fais exactement ce que tu veux ça arrive de temps en temps. Quoi qu'il arrive, tu dois photographier quelque chose et ce choix-là, c'est pas toi qui le fait évoluer. Alors tu dis oui pour le faire, mais si, par exemple, tu dois faire des lunettes, tu dois te concentrer sur les lunettes, tu dois faire juste une image pour te faire plaisir.

Mais est-ce que du coup on peut dire que ce n'est pas un travail artistique ?

Bah définir le côté artistique dans le commercial, c'est très compliqué quand même. Il n'y a pas vraiment de place. Tu donnes ta touche, tu donnes dans ton émotion mais, comme je l'ai dit, le cahier des charges est tellement rempli que non. On ne peut pas considérer la commande comme un travail artistique.

Peut-être pour la presse ?

Pour la presse, c'est différent, bien que tu travailles quand même avec des stylistes, des maquilleurs, des coiffeurs, tu travailles quand même avec une équipe, mais là, le cahier des charges est beaucoup moins important. Et là le chef d'orchestre, donc le photographe à beaucoup plus de choses à défendre. Pour la presse, c'est un peu différent, mais ça reste de la commande quand même. Il ne faut pas croire que... ce qui n'est pas de la commande, c'est tout ce que tu fais perso. Là on peut le qualifier de travail artistique.

Et aujourd'hui, comment trouves-tu des missions, des commandes ?

Alors, il se trouve que je ne démarcher pas beaucoup. On me contacte parce que aujourd'hui, après 45 ans sur Paris, les gens savent qui je suis et donc on m'appelle souvent. Mais il n'empêche que, il faut tout le temps démarcher et même après toutes ces années. Aujourd'hui,

par exemple, je me remets à démarcher, à faire la démarche de contacter les gens. Ou de dire “vous vous rappelez ?” ou de dire “ voilà, je suis un photographe. Et je fais ça, ça, ça ça.”
Sauf que maintenant, j'ai quand même beaucoup plus de choses à montrer.

T'as un site internet ?

J'ai un site internet.

T'as un compte Instagram ?

J'ai un compte Instagram. Aujourd'hui, Instagram est la plateforme sur laquelle on me contacte le plus. Moi, c'est par instagram aujourd'hui que oui...pareil, parce que pareil, Instagram, je m'y suis mis et puis...

Tous les photographes ont dû s'y mettre ?

Je pense oui.

Mais toi, ça fait longtemps que t'es dessus.

Je sais plus, on avait regardé, 2013, un truc comme ça. Ouais, ça fait 10 ans 2013.

C'est vraiment le moment où l'application a percé.

Oui, comme je te l'ai dit moi, j'ai toujours été... Avant instagram il y avait une autre application qui s'appelait...comme elle s'appelait...

Flickr ?

Alors il y a eu Flickr mais ce n'était pas Flickr, c'est une autre encore. Oui, il y a eu flickr.

Voilà, c'était les périodes de flickr et de l'autre je ne sais plus.

Mais est-ce que tu as vu un autre changement au moment où les réseaux sociaux sont arrivés ? Notamment les réseaux sociaux, avec des photos.

Oui, tu sais, notre métier de photographe en fait, il est très envié et il est très accessible aujourd'hui tout le monde est capable de faire une bonne photo. Après se revendiquer comme photographe et se vendre en tant que tel ça c'est une autre démarche, quand même. Ce n'est pas la démarche de monsieur tout le monde, tout le monde est capable de faire une très belle photo avec une très belle personne, un très beau moment. Ça, c'est à la portée de tout le monde. Tout le monde a un appareil photo sur soi aujourd'hui, avec un téléphone de qualité,

tout le monde est capable de faire une très bonne photo. Après la démarche de dire que tu es photographe, ça c'est autre chose. Alors, bien évidemment, les réseaux sociaux on fait apparaître des tas de personnes qui, d'un coup, se sont dit qu'ils étaient aussi bons que n'importe quel autre photographe. Donc, on s'est retrouvé avec une période, ou dans la partie commerciale de notre métier. Ben, on s'est retrouvé avec des gens qui voulaient faire ça et qui, d'un coup, découvraient ça, et qui, du coup ont cassé les prix, ont fait en sorte de décrocher des boulots. Après, sur la continuité, bon, on revient toujours à des professionnels. Quand t'as 40 ans de métier tu sais *driver* un mannequin, tu sais l'emmener où tu veux l'emmener et tu sais comprendre le client avec qui tu travailles, et faire en sorte que le résultat soit convaincant pour tout le monde. Donc, oui, les réseaux sociaux, ça a été encore un truc à gérer, parce que ça a été, ça a été difficile. D'un coup on s'est retrouvé encore avec une nouvelle compétition- entre guillemets- avec d'autres personnes. Mais bon après t'apprends à vivre avec avec ça. C'est un métier où comme je te dis, c'est un métier qui donne envie à beaucoup de personnes. Il y a beaucoup de monde sur le marché, beaucoup de gens talentueux. Mais après il faut rester honnête avec soi-même et faire ce que tu aimes. Après, ça plaît, ça plaît pas, tu passes par des périodes difficiles, des périodes fastes. C'est le métier d'artiste en général, quel qu'il soit. Devenir *bankable* à tout moment c'est pas facile.

Est-ce que t'as déjà fait des expositions photos ?

oui.

Tu peux m'en parler ?

C'est pareil quand t'es photographe, tu fais de la photo dont tu pars dans des projets différents. Il y en a qui aboutissent, puis il y en a que tu gardes dans des tiroirs, pour les faire aboutir quand ils seront prêts. Et des projets d'expos. Ouais, j'en ai fait trois, quatre. Qui ont tourné et qui ont été d'abord des expos, puis qui ont fini en bouquin, qu'on finit en catalogue. Ça c'est les moments les plus intenses et les plus importants de ta carrière de photographe. C'est ceux-là où, justement là, tu dépends de personne. Donc là tu présentes toi. Toi et ta vision de l'image et ce que tu veux faire passer comme message. Là, il y a pas de personnes qui t'impose, quoi que ce soit, le galeriste, peut-être qui va te faire chier pour le nombre d'images ou le format.

Et pour l'expo c'est toi qui démarche ?

C'est toujours toi qui démarche. Ah moins que non, non je dis des conneries si t'as un agent.

Sur le travail perso l'agent il va te répondre “ça, c'est ton travail, vas-y.” Il va te soutenir si t'as besoin, un bon agent. Un bon agent doit soutenir son artiste. Un bon agent, un agent.

Dans le mot agent. C'est ça qu'on veut entendre c'est qu'il te soutienne, justement dans ces moments-là où on ne parle pas d'argent mais on parle d'image. Comme un agent de comédien ou autres, il est là pour te soutenir dans les bons moments. Un agent qui est juste là pour prendre ses 25 % ou 35 % de commission si il a trouvé un job, c'est un agent, mais pour moi, c'est pas ça le mot agent. 85 % des agents de photographe, c'est ce qui les intéresse avant tout, c'est la com quoi c'est prendre de la thune. Y en a des bons agents, je peux t'en citer un, Madé, par exemple, qui, lui, a toujours eu une agence avec une galerie. Ça a toujours été sa base, c'est à dire qu'il a toujours exposé ou des photographes qui ne sont pas les siens ou les siens s' ils ont besoin de faire une expo il y a une galerie à disposition. Donc ça, c'est un véritable agent, c'est un agent qui, en plus, donne un outil pour de t'exprimer, et ça, franchement, il y en a pas beaucoup sur Paris. Il y en a eu, il y a eu de très grands agents mais il y a surtout beaucoup de requins. Parce que c'est un business, rien d'autre qu'un business. La Photo de pub c'est un pur et dur business où l'on parle de gros sous en plus.

Moi ça fait maintenant 20 ans que j'ai plus d'agent. Je fais tout tout seul.

Et du coup, Instagram c'est un outil pour toi ?

J'ai mon site professionnel où là je mets mes séries de commandes et autres, et aussi une petite partie travail personnel. Et Instagram c'est un mélange de ma vision au jour le jour. Avec des commandes, mais aussi beaucoup de photos perso que j'alimente. C'est une bibliothèque en plus...

Une archive ?

Ouais, c'est un peu comme une archive d'images qui me parlent et qui, le tout concentré, me représentent.

Et c'est quoi ton rapport à Instagram ?

Addictif ?

Par exemple.

Ça peut l'être. Mais ça c'est par phases. En fait, il y a des phases où je vais y être parce que j'ai plein de trucs à montrer, donc du coup, je montre. Il y a des phases où du coup ça me saoule et j'ai pas trop besoin d'y aller.

T'y vas que quand tu veux montrer des trucs ?

J'essaye de pas trop traîner dessus. Après instagram, c'est tellement large. Tu passes du bricolage à la mode, à la politique. Il y a plein de choses à voir sur Instagram, Instagram, c'est pas simplement la photographie. Donc après pour la photographie je suis beaucoup trop de personnes il faut que j'épure aussi là dedans.

Tu suis aussi des gens avec qui tu travailles ?

Aussi bien sur les gens avec qui je travaille, en général, je suis connecté avec eux, quoi. Donc, euh voilà instagram, ça fait un mix de temps en temps ça te vide la tête de traîner une heure dessus et puis après tu te pose. Par exemple, là ça fait vingt minutes, on l'a pas ouverte (rires). Mais Instagram, je pense que c'est oui, c'est un bon outil. C'est un bon outil pour aller plus loin. Sur mon insta tu as un lien qui tombe directement sur mon site.

Donc tu te fais démarcher sur ton compte Instagram ?

Oui.

Des trucs qui aboutissent ?

Oui, oui, des choses qui aboutissent, des choses qui aboutissent pas, des choses qui m'intéressent pas, plein de choses, mais on me démarque. On me contacte souvent sur Instagram. Beaucoup plus que sur mon site. Les gens qui me contactent sont souvent les gens qui ont vu mon environnement visuel sur instagram. La démarche du site professionnel, elle vient après. Les gens, ils voient d'abord Instagram et s' ils veulent aller un peu plus loin ils ont plus qu'à cliquer sur le lien qui les emmène sur le site professionnel. Où tu retrouves des photos d'Instagram dedans et tout, mais là c'est beaucoup plus ciblé.

Les photographes pourraient utiliser les mêmes plateformes que d'autres pour trouver des annonces, etc. Il y a plein de plateformes pour les gens en freelance, pour trouver des annonces et là, ce qui est marrant, c'est que ça se passe sur Instagram.

Ouais mais Instagram c'est tellement facile. Tu veux envoyer un message... Des fois, ça se fait même les gens le font sur l'instant ils te connaissent pas. Ils cherchent quelque chose et d'un coup t'as trois images qui correspondent à ce qu'ils cherchent. Clack ils t'envoient directement un message. Alors après y a toute une logique aussi Instagram où je ne suis pas dedans.

Oui, tu ne fais pas particulièrement attention à ton nombre d'abonnés ?

Non, non. Moi maintenant j'ai cette plateforme qui montre mes images. J'ai jamais fait trop les démarches de faire en sorte que mon nombre d'abonnés gonfle et tout. Ça c'est une politique qui marche aussi. Il y a des gens qui le font, mais du coup et du coup ça devient encore plus crédible. Tu travailles avec quelqu'un qui a 300k et un autre qu'en a 6 700 comme moi bah d'un coup les gens ils vont trouver que le travail de celui qui a 300k il est vachement mieux que celui de 6 700. C'est un indicateur qui est rentré en phase. Et après, qui rapporte même des sous.

Annexe 14 : Retranscription entretien no. 4. Charlotte, 27 ans, photographe et assistante

Réalisé le 21/03

Depuis combien de temps est-ce que tu travailles dans la photographie ?

Alors officiellement travailler, être rémunérée ça doit faire depuis 3 ans. Mais sinon, avant, j'étais à l'école pendant 3 ans.

Et c'était quoi ton école ?

C'était Goblins.

Et l'intitulé de la formation ?

C'était un bachelor en photographie et en retoucheur. Donc, en gros, on avait des cours techniques sur la photo mais on était assez libres quand même. C'était un peu sous forme d'ateliers on avait des sortes de workshop, par exemple : soit en mode où on devait répondre à une commande pour une marque. Par exemple, on devait faire un shooting plus commercial pour eux, un shooting plus éditorial, donc plus justement comme nous on imagine la marque. Et ensuite, on avait des workshops pour découvrir d'autres techniques.

Du coup vous apprenez la retouche photo ?

Oui, on a des cours de retouche, donc sur Photoshop. On a eu les classiques donc la retouche beauté. On a eu les chromies. Les trucs que j'aime pas, c'était tout ce qui était montage et tout, tu vois, genre où vraiment tu veux recréer une image. Donc tu faisais du détourage, des trucs un peu où tu mets du temps sur ça. Il faut savoir le gérer, parce que j'avoue que si tu commences et que tu comprends pas l'histoire de calques ça peut vite être complexe et surtout, faut pratiquer souvent, parce que même moi, ça faisait longtemps que je n'avais pas fait du photoshop et tu perds vite quoi.

Parce que si tu proposes des photos c'est à toi d'assurer la retouche aussi ?

Ouais, c'est ça, c'est ça. Mais tu pars déjà avec une idée un peu de ce que tu veux et, en soi, c'est des trucs basiques comme la chromie. Tu retouches un peu la peau si t'as envie. Mais oui, ça dépend en fait de tout ce que tu veux, tu vois. Mais moi perso, je retouche pas beaucoup mes photos. Je préfère le faire tout de suite dès la prise de vue.

montre une photo

Et ça c'est un projet perso par exemple ?

Ouais, ouais, que j'ai fait il y a longtemps, parce que vu que je n'ai pas shooté depuis deux ans, depuis que j'ai travaillé, en fait, je n'ai j'ai plus du tout shooté... parce que j'étais frustrée... Enfin en gros j'ai eu une période de la vie en mode drama (rires). Pendant longtemps et là ça va je commence un peu à me remettre à faire des trucs.

Avant ton école de photo, t'avais fait une formation ?

Oui, j'avais fait une licence d'Arts Plastiques donc à Bordeaux. J'avoue que j'ai beaucoup séché. Mais après c'était cool. Donc, c'est là où j'ai commencé à faire de la photo du coup, parce que je ne faisais pas de photos avant la fac. J'étais plus dans le dessin et la peinture. Et du coup, j'ai découvert la photo à la fac. Un an après, j'étais à Gobelins.

Dans l'intention de devenir photographe c'est ça, et du coup photographe plus artistique ?

Au début oui, j'avais plus des projets... Vu que j'étais très timide à l'époque. Je suis déjà timide encore maintenant, mais à l'époque, c'était très maladif. J'avais vraiment du mal à aller vers les autres et du coup, je n'avais pas de mannequin. Donc je me prenais en photo moi-même, et ma maman. Les seules photos que je faisais à l'époque, c'était plus des trucs un peu artistiques. Ce n'était pas vraiment du documentaire, mais c'était plus sur des thèmes qui me parlait un peu plus. Tu vois des trucs un peu plus comme ça, qui avaient du sens. Et ensuite, j'ai commencé à faire de la mode à l'école. Parce que, mécaniquement, on nous a emmené dans ce truc de photographie studio, donc forcément mode, et donc autour de nous tout le monde faisait de la mode en plus, donc ça m'a fait un peu bifurquer vers faire ça.

Mais en même temps, est-ce que c'est pas grâce à ça que tu peux trouver du travail plus facilement ? C'est peut-être un secteur qui embauche un peu plus ?

Si, si complètement.

Parce que photographe artistique c'est quand même un statut très, très privilégié...

T'as pas de travail. Il faut que t'ai tes parents dans le milieu, et encore ce truc.

De même, le marché de l'art de la photo, bon, c'est pas mon sujet, mais déjà le marché de l'art en général, c'est vivre ça en vendant...

C'est compliqué. Ouais, c'est hyper élitiste, c'est, je pense, fin. Faut avoir une chance sur je ne sais pas combien pour réussir à vendre des tirages et à ce que ce soit récurrent. Et puis, même le milieu de l'art contemporain je pense que c'est encore différent du milieu, de la mode, etc. Déjà que le milieu de la mode, c'est quand même assez...j'allais dire c'est détestable. Oui et non, je pense qu'il faut trouver les bonnes personnes. Mais c'est vrai que c'est super élitiste, mais je pense que le milieu de l'art contemporain l'est tout autant, voire plus, parce qu'il y a vraiment un truc de, tu sais ce truc un peu pédant de fausse supériorité. C'est vraiment genre donner à manger un peu aux vieux riches qui se pensent hyper intelligent. Tu vois, c'est pas accessible aux classes sociales genre classes moyennes, voire un peu pauvres. Encore une fois, c'est ce truc d'entre-soi pour les riches. Moi je pense à J... tu vois, lui qui a grandi en banlieue d'une mère seule en plus...

Mais J... lui il a une curation de son compte Instagram qui est très carrée et tout...

Ah mais lui c'est au millimètre. Des fois il se prend la tête genre "Pour ma prochaine publication tu penses que je mets ça et ça et peut être celle-là après ou les deux vont pas ensemble" Tu sais il va vraiment se prendre la tête (rires). Moi je suis là "bah moi je vais poster celle-là parce qu'elle me plaît".

Il y a un tel niveau de photos sur Instagram.

J'avoue. Mais tu vois, c'est fou, parce que je trouve ça triste, quand même, les réseaux sociaux, ce que ça a créé, parce qu'en fait tu te dis, de base, c'était juste pour poster des trucs lambda. C'est surtout avec les nouveaux iphone, tu vois vu que c'est des appareils tellement qualitatifs- la qualité de la photo est ouf. Et du coup je sais pas, c'est un truc super sérieux, où il faut que tu montres...T'as ce moi social, qui doit prouver aux autres que "vous avez vu ma vie, c'est comme ça". C'est bizarre.

Pour moi, il y a une espèce de compétition qui ne dit pas son nom.

Complètement, c'est un métier à part les réseaux sociaux, je trouve ça met trop la pression. Je pense qu'on y voit de la compétition. On se dit, il y a plein de photographes sur le marché, mais combien il y en a qui vont vraiment travailler ? Tu vois, c'est parce qu'encore une fois c'est si t'es dans ce milieu si tu connais telle personne, tu vas travailler et voilà.

Ok, et donc, pour revenir un peu sur ton parcours, comment t'as fait du plateau au studio ** ? Est-ce que t'as fait ça directement après l'école et comment t'as trouvé le contact ?**

On a une de nos meilleures amies avec A***, qui était dans notre classe, L***, qui avait un contact au studio pour y travailler parce qu'elle comptait le faire juste après être diplômée et elle nous a dit qu'ils cherchaient du monde. Donc, A*** et moi on y est allé et en fait on a commencé à travailler quatre jours après avoir été diplômé. On n'a même pas eu de vacances (rires).

C'est comme ça que tu t'es fait des contacts ?

En vrai oui, parce que, surtout que j'étais super timide. Vraiment très maladif. Et en fait en rentrant en plateau c'était très dur au début, très, très dur, parce que j'avoue que j'ai beaucoup pleuré, parce que déjà c'est un milieu d'hommes et au studio **** particulièrement, c'était des gars, je les adore maintenant, mais au début ils me faisaient super peur. Et du coup, quand t'es une fille un peu pas fragile, mais très sensible et très timide, du coup c'est deux personnalités qui ne vont pas ensemble.

C'est sûr, en plus en tant que femme...

Surtout en plus en tant que femme, je tiens à préciser, qui n'est pas dans les codes de beauté classique. Je suis blanche, je suis fine, mais tu, je veux dire, je ne suis pas dans les codes on va dire de ce qui est attirant sexuellement pour des hommes blanc cis etc... qui ont tendance à sexualiser les femmes en général. Moi, j'avoue que je suis arrivée j'avais ma petite tête de petit garçon. Heureusement, du coup, je travaillais avec A***. C'est ce qui me faisait tenir, mais du coup c'était un peu effrayant. Et sachant que j'avais un peu peur des hommes en général, encore à cette période. Et du coup, en fait, je travaillais avec L***, mon amie et une autre fille. Elles avaient deux grosses personnalités et, du coup, je pense, c'était un peu dur pour moi aussi de de m'intégrer, parce que tout le monde prenait leur place et du coup je n'en avais pas pour m'affirmer. Et en fait, quand ma pote L*** est partie et que l'autre fille est partie aussi bah, du coup, là, je me suis dit "bah, en fait, il y a plus entre guillemets cette grande sœur pour t'aider. Donc, là, en fait, t'as pas le choix, tu dois ouvrir ta gueule, sinon tu te feras pas respecter quoi". Et en fait, je l'ai ouvert, et c'est un peu comme Caroline dans *Nos jours heureux*, tu vois ou pas l'exemple. J'étais vraiment comme ça, et d'un coup c'était hyper extrême fin tout de suite j'ai explosé et du coup, je me suis fait respecter et après, au final, j'ai grave bien vécu le reste de mon année en plateau et tout.

Pourquoi t'as décidé de partir du Studio ** à un moment ?**

Bah ça c'était un peu la suite logique. En général, quand tu fais du plateau, tu fais ça genre un an et demi, deux ans. Il y en a qui arrivent à faire trois ans en plateau, mais je ne sais pas comment ils font. Mais après, c'était juste, j'en avais marre, j'avais plus rien entre guillemets à apprendre. Du coup bah maintenant je vais faire assistante photo, assistante lumière.

Oui tu avais assez de contacts pour te lancer ?

Assez de contacts, ça je sais pas, puisque la première année, c'était quand même flippant. Quand je suis partie, je n'avais pas forcément beaucoup de boulot, mais quand même. C'était bizarre. Je pense que j'aurais pu rester un peu plus longtemps pour avoir plus de contacts mais on a la fois je pense que je j'aurais pas été peut-être assez motivée.

Du coup maintenant t'es en auto-entrepreneur ?

Oui c'est ça. Ça fait un an et quelques mois maintenant, depuis novembre 2022.

Maintenant pour vivre, tu fais des missions d'assistant lumière, tu fais que ça ?

Oui c'est ça, je fais que ça. Ouais, j'assiste des photographe donc du coup en studio ou en extérieur. Mais c'est hyper cool.

Et tu trouves assez de boulot ?

Ouais, là ce mois-ci par exemple au mois de mars, surtout au bout d'un an tu commences à te faire tes petits contacts, des gens qui finissent par te rappeler.

Est-ce qu'à l'école ils vous forme pour cette vie là ? Est-ce qu'il y a des cours sur la compta etc ?

Pas du tout. On a eu des cours de droit en soi mais plus pour être photographe.

Genre droits d'auteurs ?

Ouais voilà artiste-auteur les trucs comme ça. Parce qu'en fait à l'école ce que je leur reproche un peu c'est que on nous a vraiment vendu le truc en mode : "Quand vous allez sortir, vous allez être photographe" Ce qui n'est absolument pas le cas et qui arrive rarement en général. Donc, au final, on n'a pas vraiment eu de trucs "Tu vas être assistant lumière, tu vas être si". Donc en fait, tu le découvres un peu sur le tard par la force des choses. Tu te

rends vite compte qu'en fait, même les pros que t'as rencontré, à qui t'as montré ton travail, même si ils étaient intéressés bah, ils vont pas te rappeler, pour te donner du taf en tant que photographe, que c'est beaucoup du. C'est beaucoup de la "gueule" qu'ils ont. Ils disent "Ah oui j'adore ton travail, mais on se reparle". En fait, ils t'en jettent un peu plein les yeux et finalement, tu vois, ça fait trois ans qu'on est sortis et on les attend encore. Après, je comprends encore une fois, c'est des questions d'argent.

Alors, oui, je voulais revenir pour savoir si tu avais beaucoup de filles dans ta classe à l'école ? Plus que la moitié ou par la majorité ?

Oui quand même, je pense la majorité. Il devait y avoir peut-être 10 garçons sur une promo.

Par exemple, les amies dont tu parlais avec qui était au studio **, elles continuent dans la photo ?**

Ouais, aussi. Alors, il y en a eu une elle était en stage parce que elle, elle est plus dans le domaine styliste mode. Et mon ami du coup qui était avec moi, elle, elle a fait du coup peut-être quatre mois au studio **** et ensuite elle est partie dans une entreprise liée aussi à la photo, mais plus en mode de production. Tu vois, et là, c'est ce qu'elle fait, elle continue, elle est à son compte en freelance.

Alors que de base elle voulait faire photographe ?

Ouais photographe aussi et elle fait aussi des photos familiales, des photos pour des books, trucs de casting à côté.

Je te demande ça parce que j'ai lu qu'il y avait apparemment, un peu un phénomène d'évaporation entre une majorité de filles dans les classes, et dès que tu montes, de moins en moins de femmes en tout cas pas au statut de photographe.

Ça c'est vrai, je trouve. Et ça, je l'avais vu aussi quand j'étais au lycée, j'étais en arts appliqués, donc, on était une classe de majorité de filles, sur 30, il y avait que 3 mecs. Et dans le milieu du design, tu le vois vraiment, c'est que je trouve que la majorité des designers reconnus, c'est des hommes. C'est toujours le même système. C'est toujours, par exemple, même dans la photo en soi. Surtout la photo de mode bah il y a une majorité de d'hommes, photographes. Ça commence maintenant à avoir des photographes femmes, un peu plus, mais majoritairement, je trouve que ça reste un milieu d'hommes. Et encore pire, dans le milieu un

peu technique, justement: assistanat, lumière, photo. Donc, dans ce que je fais, t'as une majorité d'hommes.

Ah oui ? Parce qu'ils considèrent que c'est un travail physique ?

Exactement, et technique, en plus tu vois. Au studio des fois, je portais des trucs lourds et les hommes venaient et me prenaient le truc des mains. Non, c'est trop lourd et tout. Alors en fait, je peux le faire je fais ça toute la journée. Voilà, et ça m'est arrivé la semaine dernière. Je portais juste une chaise avec un sac de quelqu'un, mais qui était peut-être plus lourd que d'habitude. On porte de la lumière photo, des fois, c'est très lourd. Et genre là, il y a un mec de la prod qui vient et il me dit: "non, non mais porte pas la chaise je vais le faire" Et j'avais envie de lui dire: "mais en fait, mon gars, t'as vu tout ce que je porte dans la journée. Et toi, tu ne veux pas que je porte une chaise avec juste un ridicule sac dessus, quoi". Et en plus, tu sais, il y a un truc un peu paternalisant. Alors que là c'était un mec qui était plus jeune que moi. Mais il y a toujours un truc en mode : "mais c'est lourd tu vas te faire mal" comme si on était des petites choses fragiles. C'est insupportable.

Le monde de la pub reproduit tellement de clichés que être dedans ça doit conforter les hommes dans leurs positions.

Surtout les hommes de 35 jusqu'à 60 ans, ils ont vraiment vécu...il y a encore dix ans, c'était comme ça, tu vois le milieu hyper sexiste, les filles fermaient leur gueule. Elles ne disaient rien, alors que maintenant on l'ouvre un peu plus. Et surtout, que maintenant, ils savent que grâce aux réseaux sociaux, on peut les metoo tu vois ce que je veux dire. Donc le pouvoir il est de notre côté, pour la première fois. Je pense que ça les a un peu calmés. Je pense qu'il y en a beaucoup qui ne dorment pas correctement et tant mieux.

Est-ce que t'as déjà réalisé des expos photos ?

Juste une.

Est ce que tu peux m'en dire plus ? Comment ça c'est fait ?

Ouais, en gros, c'était pour Karine Paoli, elle est photographe et elle fait aussi une asso, pour mettre en avant les femmes photographes. C'est Objectif FEMMES. Et, en gros, c'est en partenariat avec la mairie du 9e. Et en gros donc, tu exposes dans la mairie et donc, en fait, si tu veux participer à un prix. C'était le prix des agents associés. C'est plein d'agents qui se rencontrent et tu leur envoies un dossier et t'es finaliste ou pas. Et du coup j'ai fait partie des

finalistes pour ce prix et en gros. Donc, du coup, ça fait que j'ai rencontré plein d'agents, dont une c'était Valérie Paumelle. C'est cette dame qui m'a ensuite contacté pour me dire: ah mais si ça t'intéresse il y a tel personne qui fait une sorte d'expo pour mettre en avant le travail de cinq femmes photographes. Ça te dirait de participer. Évidemment de ouf. En plus, avec ce truc de mettre en avant le travail de femme je trouve ça intéressant. Et donc, du coup ça s'est super bien passé. Les quatre autres femmes étaient super sympa. C'est drôle et c'était hyper intéressant parce que c'était la première fois que j'exposais. Donc, du coup, tu as un autre rapport à ton travail parce que, vu que, surtout à l'ère du digital, t'imprime pas tes photos.

D'un ça devient matériel. C'était super chouette même de suivre tout le processus de comment faire une expo. Ouais, c'était super cool, super intéressant même de voir un peu l'avis de gens lambda, entre guillemets- quand ils viennent dans la salle, qu'est ce qu'ils en pensent. Tu entends des petits trucs, des critiques positives ou négatives, comme d'hab, et du coup, c'est intéressant. Et puis surtout, en plus de voir, le travail d'autres femmes aussi. Je trouvais ça intéressant aussi.

T'as été payé pour ça ?

Non ce n'est pas payé. Même les tirages, on avait les tirages offerts. Mais du coup, si tu voulais les contrecoller, les encadrer c'était à tes frais. Ça, c'était la seule partie, je trouve un peu dommage, mais en même temps c'est une petite asso encore, donc je comprends quoi. Mais encore une fois, c'est toujours pareil, c'est les projets un peu comme ça où t'as le moins de rémunération.

Tu t'es renseigné ou pas sur d'autres assos ou même un syndicat ?

J'en ai entendu parler. En gros, c'est ceux qui arrivent à vivre un peu de la photo qui s'intéresse à ça. Mais c'est vrai que quand t'as assistant lumière, assistant photo... Faut avoir le statut d'artiste-auteur tout ça. Donc, c'est vrai que non pas encore, je pense que ça viendra, mais pour le moment vrai, vu que je gagne pas ma vie en faisant des photos moi-même.

Pour le moment, non mais j'espère qu'à un moment donné ça viendra peut-être. Surtout que ça m'intéresse quand même beaucoup de continuer à avoir ce truc un peu, d'être en lien avec un groupe de femmes ce truc un peu toujours social. J'aimerais trop pouvoir travailler dans un atelier mais avec d'autres personnes, qui font d'autres disciplines. Je trouve que c'est hyper enrichissant, il y a un truc un peu commun.

Dans les écrits que j'ai lu, les photographes ont vraiment payé ce manque de syndicalisation. Il y a une image du photographe tout seul, peut-être le photographe reporter alors que parfois pas du tout. Dans la photo de mode, c'est vraiment un travail collectif.

C'est vrai que, dans la mode, t'es obligé d'être avec du monde en fait. Entre les maquilleurs, les stylistes, les assistants, la direction artistique, les clients, ça fait vite beaucoup de monde. T'es minimum dix, quinze sur un petit projet et après quand c'est des gros projets ça donne du taf quoi. Il y a vraiment du travail. On ne penserait pas en voyant les images.

Maintenant je pars, je vais te poser des questions sur Instagram. Est-ce que tu as un compte Instagram déjà ?

Oui.

Professionnel ?

Oui, oui.

Qui était à la base un compte personnel ?

Oui, complètement mêmes (rires) j'ai tout supprimé. C'était mon premier compte et j'ai changé mon pseudo.

Est-ce que, à l'école, ils vous apprennent ça: le portfolio, le site internet et le compte instagram, et tout ça ?

Ouais ça par contre, ouais. À Gobelins, on a eu des cours de webdesign, ou on faisait notre site avec un prof qui nous aidait justement à le construire. Donc, il nous a aidé, il faisait vraiment du cas par cas. C'était super ça, c'était en dernière année. Et donc, du coup, on faisait notre site, on travaillait un peu le choix de ce qui allait être notre *book*. Ça, c'était vraiment en dernière année, on a fait vraiment tout une partie pour notre book, on a fait des shootings pour notre book, etc. On avait quand même des cours même Instagram c'était important. On avait une prof de *moodboard* et qui nous parlait beaucoup d'Instagram, de comment se montrer sur les réseaux sociaux. De l'impact que ça avait, de comment présenter les posts etc. De nous vendre en tant que photographe, de pas mettre trop notre vie perso sur les réseaux ou en soi, de créer ce truc de stories amis, proches pour mettre nos bêtises, etc. Mais que notre compte Instagram devait être entre guillemets professionnel et nous montrer,

en tant que photographe. Donc, en soi on a eu un peu tout de suite cette conscience que Instagram c'était sérieux. Après on n'allait pas dans ce truc de statistiques de postes, etc.

Ah oui, ça c'est quand tu mets ton truc en professionnel. Tu l'as ou pas ?

Ouais, ouais je le regarde de temps en temps, mais j'avoue que j'y comprends pas. Enfin c'est compliqué en fait le nombre de comptes touchés surtout que le l'algorithme d'Instagram, il est bizarre. Parce que c'est un truc où, faut poster régulièrement et quand tu postes pas régulièrement, bah soit tu vas avoir un énorme pic et le post d'après ça va être *down* un peu. Et même en fonction des stories que tu mets, tu vas avoir beaucoup de vues. Des fois, je vais avoir 300/400 vues sur une *story* et je vais poster une autre *story* sur un autre sujet. C'est horrible à dire, mais par exemple, quand je mets des trucs sur la Palestine, j'ai quasiment personne tu vois.

Et est ce que pour toi Instagram ça représente un vrai truc ou tu t'en fiche un peu comme une formalité ? Est ce que ça te sers peut-être plus pour les contacts ?

Oui la majorité, c'était sur insta à chaque fois. Genre par exemple les magazines, etc. Ou même les gens, je leur donne tout de suite mon Instagram et tout de suite ils voient direct mon travail. Ou soit des fois, j'ai reçu des demandes de stages, genre des gens qui voulaient être mon stagiaire (rires). Je leur disais: mais comment te dire, je ne suis pas photographe professionnel. Je suis assistant, donc.

Mais juste parce que justement les trucs perso je vais les poster en story amis proches, mais sinon je poste rien sur insta. Donc, je pense que j'ai un truc un peu clean où les gens se disent peut-être que c'est une photographe qui ça se trouve bosse. Mais je ne poste jamais de story par rapport au fait que je sois assistante.

C'était une de mes questions mais j'ai l'impression que ça ne se fait pas trop.

Oui.

Il y a des enjeux derrière les tags ?

Ah mais des fois il y en a qui font des scandales parce qu'ils ne sont pas tagués. Par exemple les maquilleurs souvent ils peuvent ne pas être tagués. Alors que quand même ils vivent grâce à ça. Pour les maquilleurs, pour les coiffeurs, c'est hyper important pour eux d'être tagués pour être visible pour avoir du travail après. Et donc là, je comprends. J'avoue que je vais pas faire de scandale si les assistants lumières ont pas taggés parce que j'avoue, on est là, mais en

soi, ça ne va pas. Je connais peu de personnes qui veulent vraiment être tagués sur les photos en tant qu'assistant. Alors que, au final la lumière, c'est hyper important sur un shooting, mais vu que la majorité des assistants photo, je pense, veulent être photographe. Il y a ce truc où il faut pas montrer ça, parce que, justement, être assistant c'est mal vu. Il y a un tabou parce que tu es assistant pas photographe, donc, du coup t'es catalogué assistant.

C'est bizarre en plus parce que tous les photographes ont avant été assistants.

Mais c'est un tabou ça. C'est hyper tabou ça. J'avoue que c'est un tabou que j'ai du mal à comprendre parce qu'on est tous passés par là même truc mais non. Et surtout, par exemple, t'as des photographes qui commencent à réussir ou quoi mais qui pour manger ils ont besoin encore de faire l'assistantat, bah ils sont discrets par rapport à ça parce que les clients seraient capables de plus plutôt donner de taf en tant que photographe si ils savent que t'es assistant encore. Tu as vraiment ce truc où tu peux pas jouer sur deux tableaux tu vois.

Et en même temps vous êtes obligés de jouer sur plusieurs tableaux. Tu ne peux rien refuser.

Pour vivre.

Même votre propre réflexion artistique demande des moyens, du temps.

Oui faut le financer. Faut manger, faut payer le loyer.

Et même si vous bossez beaucoup, difficile de trouver du temps pour les projets personnels.

Et même, freelance, tu travailles pas tous les jours, mais du coup les jours où tu es en repos t'as peut-être pas forcément la force de taffer sur tes projets perso. J'avoue que pendant deux ans, je n'ai pas fait grand-chose. Et A te dirais la même chose. Lui pareil quand il est en repos, il a envie de jouer, il a envie de se sortir la tête de la photo. D'avoir toujours la tête dans la photo, je pense t'as besoin de faire autre chose que la photo. J'il y arrive très bien M aussi, j'ai l'impression.

Est ce que tu considères que dans le milieu en photo c'est genre une formalité d'avoir un compte Instagram ?

Je pense que c'est important d'avoir un compte instagram maintenant. C'est obligé même.

Même en tant qu'assistant change j'imagine, ça permet de suivre des gens. Il y a évidemment les numéros de téléphone etc.

Oui mais Instagram ça marche mieux. Franchement, pour garder contact, pour rappeler : “hello, je suis là si t'as besoin”. Il y a un truc un peu plus personnel, tu vois ce que je veux dire, il y a plus de proximité. Tu vois les stories des autres, ils voient tes stories et donc ils se rappellent de toi. C'est vachement ce truc un peu aussi, quand tu es assistant photo, par exemple, tu travailles parce que les gens se souviennent de toi aussi. Et donc Instagram, je trouve que ça permet d'aider à ce qu'on se souviennent de toi. C'est plus simple, en fait.

Est-ce que ça te sers par exemple, d'archives ton compte instagram ? Est ce que tout ce que tu fais, tu le publies sur Instagram ? Est-ce que par exemple ton exposition, tu l'as communiqué sur Instagram ?

Moi je suis la pire pour ça. Je suis vraiment, mais pas du tout assidue. J'aimerais bien me dire: bon allez, je vais être assidue, je vais poster ça proprement. Mais en fait ça me gêne. Je me sens pas légitime. Je me dis: c'est bon, je suis pas une star, je suis personne. Et c'est con. Je pense être légitime comme tout le monde, mais dans ma tête, je ne le suis pas. Tu vois donc, pour l'expo, j'ai partagé des stories, mais j'ai pas fait de post, par exemple. Parce que les stories je sais que ça va disparaître.

En plus, j'ai l'impression que les gens regardent plus les stories que les posts.

Oui complètement. Tu as cette fonction sur Insta où tu fais “suivi” pour voir. Et c'est vrai que t'es là de base “je me suis abonnée à des gens, c'est pour que mon feed je vois leurs publications” et en fait bah Insta est trop nul et ça devient comme Tik Tok. Sauf que c'est pas Tik Tok. Je trouve que Tik Tok il y a un truc qui est réussi, c'est que en fonction de ce que tu vas regarder l'algorithme sait.

Alors que je trouve qu'Instagram se professionnalise.

Ça devient linkedin. Il y a vraiment un truc super sérieux.

Est-ce que tu pourrais accepter une commande même si ce n'était pas rémunéré, mais qu'il avait une énorme exposition sur Instagram ?

Je pense que j'accepte pas.

Même si c'était en dehors d'Instagram ?

En fait ça dépend. En fait, j'ai tellement changé par rapport à ça... j'ai pas envie de me soumettre à tout ça. En fait, c'est un peu niais de dire ça mais ce truc un peu capitaliste vu que c'est pas les valeurs que je partage parce que je sais que c'est des sociétés en général. Tous les magazines comme Vogue, etc. qui sont pas honnêtes, qui réussissent par justement l'exploitation de personnes. J'ai pas envie d'être associée à des gens comme ça, en tout cas que mon travail perso soit associé à des gens comme ça. C'est pour ça que, du coup, j'hésite même à être photographe de mode. Parce que j'ai pas envie de bosser pour des entreprises comme LVMH au final. Être assistant lumière t'es un acteur secondaire c'est pas personnel. Alors que être associé avec ton travail à eux et que tu contrôles plus cette image-là. Je ne sais pas si je l'accepterai tu vois. C'est ça qui est compliqué je trouve quand t'es photographe commercial faut arriver à te dire "ça. C'est juste mon gagne-pain, entre guillemets." Il y en a plein qui ont fait ça, ils ont travaillé pour telle marque alors que ils ne sont pas du tout en accord, avec par exemple Hermès qui torture des animaux pour leurs sacs, etc. Donc, un photographe va travailler pour eux, mais c'est contre ses valeurs. Mais en attendant, il va prendre leur argent pour l'utiliser et faire des campagnes, justement pour la protection des animaux. Je trouve que c'est cool de faire ça. Parce que c'est un truc en mode, je t'ai piqué ton argent, mais par contre je l'ai réutilisé. Mais je ne sais pas si, personnellement, j'arriverai à faire cette dissociation.

Effectivement quand t'as un minimum de convictions politiques en plus, en tant que femme où tout est politique.

Ouais moi c'est pour ça j'ai vraiment du mal. Est-ce que t'es prête à ce que ton travail, genre tu photographies une mannequin, la DA ou la cliente dit "Putain faudra la maigrir sur photoshop parce qu'elle est grosse. Faudra lui enlever les poils aux jambes parce que, bon, les poils, c'est dégueulasse." C'est des trucs moi j'ai déjà entendu moi perso, je ne serais pas prête, je pense, à dire: bah, en fait, non, c'est mon image, en fait, moi, j'ai envie qu'elle garde ses poils. Elle est pas grosse. Et puis, même si elle l'était c'est vous qui l'avait casté ça représente une majorité de femmes qui ne font pas du 34 ou du 36. Tu vois, il y a un truc comme ça où ça me ferait chier je pense que mon image soit modifiée et que j'aide des gens à complexer des femmes qui, au final, n'ont aucun souci, elles sont très bien.

Après, il y a cette question de censure aussi des corps nu de femmes sur les réseaux quand le nu est vraiment tout un pan de la photographie.

Il y a un homme qui va être nu, on va pas le censurer mais par contre une femme alors qu'il n'y a aucune différence entre les tétons, ce qui est vraiment censuré, qui pose problème. Ça rend ce truc un peu le corps d'une femme, c'est sexuel, c'est sale donc on va pas le montrer. Alors que de base en fait le corps d'une femme c'est pas sexuel. Les seins c'est pas une partie sexuelle de la femme. C'est vrai que Instagram, rien que pour ça, je trouve ça déjà. Ça, quand tu fais de la photo de nu, c'est des photos que tu ne peux pas partager ou il faut mettre une censure.

Mais je me dis quand même que y a plus de body positivisme, avec certaines femmes photographes notamment sur Instagram. Celles qui ont la liberté et les moyens de faire leurs projets et tout, je trouve qu'elles vont quand même à contre-courant.

Mais je trouve que ça peut être bien aussi. Tant que c'est des gens qui produisent de la qualité et qui divulguent des messages positifs, je trouve que ça peut être un bon outil.

Parce qu'il y a quand même encore en photographie un système de reconnaissance. Il y a des étapes à passer, faire une exposition ou sois de la presse, soit éventuellement son livre photo.

Et est-ce que tu penses que d'avoir attiré une grande communauté sur Instagram ça peut permettre de contourner certaines étapes pour rencontrer des gens importants qui pourraient te faire bosser en tant que photographe ? T'as des histoires, des exemples de ça ?

Je sais pas si j'ai des exemples, je pense que j'en avais, mais je ne vois pas lesquels mais je pense sincèrement qu'Instagram, ça peut vraiment aider. Ça peut t'apporter du travail parce que si tu partages régulièrement ton travail, que tu fais régulièrement des shootings, etc. Que tu postes, et surtout si t'es actif en terme avec ta communauté. On revient du coup à ce truc un peu influenceur. Ou tu communique genre: qu'est ce que vous aimez, est-ce que vous avez vu ma dernière publication ? N'hésitez pas à me dire avec quel appareil vous shooter. Je dis des trucs un peu bateau mais. Ça crée un lien, et du coup c'est ce qui fait que ça amplifie ta communauté. Donc, en vrai, je pense que ça aide quand même, parce que je pense qu'il y a beaucoup de photographes qui ont commencé avec Instagram et qui ne sont même pas passés par la case assistant. Tout de suite, ils avaient, ils ont eu la chance d'avoir l'heure de trouver leur style tout de suite, de poster sur les réseaux et que ça fasse du bruit. Parce que en vrai genre, ça c'est une autre question, c'est un autre sujet mais quand tu travailles dans ce milieu, des fois, tu te trouves pas tout de suite ça met du temps forcément. Il faut te connaître

toi-même, tes goûts évoluent, etc. Mais il y en a qui ont la chance d'avoir leur esthétique tout de suite, et du coup, ça peut aider effectivement. Et Instagram ça peut être vraiment un tremplin.

Tu penses que ça peut être le cas même encore aujourd'hui ?

Complètement, je pense encore aujourd'hui. Parce que tu vois comme photographe je pense qui est pas passé par l'assistantat, mais je pense que les réseaux les ont bien aidés. Et après ils avaient forcément des amis.

Des fois c'est le bon contact.

Voilà le bon contact, c'est ça. Et après, qui te fait rencontrer d'autres personnes, et ainsi de suite. Je ne sais pas si tu vois Carlin Jacobs c'est une grande photographe mode, elle fonctionne super bien dans le milieu. Elle je crois qu'elle n'a pas été assistante, par exemple, mais elle a une identité visuelle hyper forte, propre à elle et tout, et elle je crois qu'en fait ça fait super longtemps que son nom, son mari ou son copain c'est un grand styliste aussi qui bosse. Il est directeur mode du magazine Dazed. Et en gros eux ils sont ensemble depuis super longtemps. Je crois que le mec apparemment bossait en boîte de nuit et elle sortait de l'école et ils se sont rencontrés et ils ont commencé à faire des projets ensemble, qu'ils ont commencé à poster, et tu vois, ça a pris. Donc, je pense que, vraiment, les réseaux sociaux c'est...

Mais du coup, c'est vrai que Instagram ou pas, ça permet de construire un réseau, et pas forcément un réseau de photographes, mais par exemple un styliste qui perce et du coup ben comme t'es son pote, il va te prendre pour les photos etc.

C'est ça, c'est du copinage quoi. Et après, c'est légitime, je comprends en soi. Tu prends les gens que tu connais, c'est normal, je ne vais pas leur jeter la pierre. Après, des fois, je trouve que c'est pas juste toi, parce que c'est bien d'ouvrir aussi son horizon. Juste pour pas revoir tout le temps les mêmes images parce que le truc d'Instagram, c'est quand il y a des millions d'images tous les jours, on est brassé dedans et, malheureusement, c'est toujours les mêmes images qu'on voit, toujours le même standard, toujours le même style. Et puis on se fait noyer dans la pub, quoi, et c'est ça qui est un peu perturbant, je trouve. C'est par exemple ce qui se passe avec la Palestine genre tu vois des images horribles et d'un coup tu vas voir: Oh venez à McDonald's pour avoir 5€ de réduction sur votre menu maxi Best-of, mais en fait je viens de

voir un truc horrible je sais pas c'est bizarre. C'est un super outil et à la fois je trouve que c'est hyper dangereux.

Je sais que t'es pas au stade de recruter des gens, mais tu penses que les gens qui recrutent, ou si t'en connais qui recrutent pour des shooting photo, tu pense qu'ils se servent d'Instagram...

Pour recruter ? Par exemple des mannequins, les make-up, coiffeur, tout ça ?

Oui.

Oui, Insta. Tout. Je pense dans ce milieu ouais parce que tu vois le travail des autres, en gros c'est une sorte de linkedin. Tu te dit : pour ce projet j'ai besoin de tel genre de boulot. Elle elle serait bien, lui il serait bien. Et donc tu leur demande en fait. En vrai que comme ça, moi, quand je faisais mes shoots, je ne contactais que par Insta, quasiment pas par mail donc ça devient super professionnel.

Annexe 15 : Retranscription entretien no. 5. Gaspard, 25 ans, photographe

Réalisé le 03/04

Donc, je vais te demander de me raconter un peu ton parcours qui t'a amené à la photo, les études que t'as faites.

J'ai commencé la photo assez jeune parce que j'ai commencé à l'âge de dix ans, je dirais pas du tout dans une démarche professionnelle du coup. J'ai vraiment commencé ça parce que je cherchais, en fait je m'ennuyais, moi je viens de la campagne dans le sud-ouest. Et c'était super chouette de grandir à la campagne mais c'est vrai qu'à un moment je m'ennuyais. J'ai une grande sœur de deux ans et demi mon aînée du coup c'est le moment où elle voulait plus jouer avec moi et tout ça parce que on avait plus le même âge et du coup je me suis ennuyée hyper vite. Et du coup j'ai cherché des activités pour pas m'ennuyer et je me souviens il y a la grande sœur d'une de mes copines qui avait l'âge de ma sœur justement qui elle faisait déjà un peu trop de photos et qui le partageait sur Skyblog je me souviens. J'étais sur Skyblog et du coup je regardais vu qu'ils étaient plus âgés que nous c'était un peu nos idoles et tout ça. En fait ça m'a vachement intéressé, intrigué. J'avais trop envie d'essayer et j'ai trouvé chez moi, dans un tiroir de la bibliothèque, un tout petit appareil photo numérique. C'était le tout premier, un peu rectangle comme ça dont ils se servaient jamais c'était juste pour les occasions.

Tes parents ne faisaient pas particulièrement de photo ?

Non du tout. Il y a pas du tout, mon père a fait un peu de musique quand il était jeune mais sinon y a pas du tout dans leur métier en tout cas, il y a pas du tout ce côté art. Mais du coup j'ai pris ça et j'ai commencé à faire la photo avec ça. Je prenais vraiment en photo mon chien toute la journée, des fleurs et des cailloux dans mon jardin.

Et tu postais sur Skyblog ?

Ouais. Dans un truc d'imitation de justement la grande sœur de ma copine puisque je trouvais ça super cool et tout. Donc je me disais : vas-y je vais faire mon blog aussi. Et j'avais fait un blog de photos où je partageais les photos de mon chien, c'était très faune et flore, des abeilles...Et après ça a pris comme ça et j'aimais trop. C'était vraiment mon moment à moi et mon moyen d'expression enfin je m'éclatais. Puis petit à petit j'ai commencé à faire du portrait parce que ma sœur m'exploitait pour ses photos de profils facebook. Du coup, je

devais la prendre en photo je détestais ça, c'était vraiment des moments de torture. Elle me disait : c'est toi le photographe, tu dois trouver des idées et tout.

Et là t'avais quel âge du coup ?

Et là je pense j'avais quelques années de plus, j'avais douze, treize ans. Voilà, ensuite, il y a quand même un truc dans le portrait qui m'a bien plu parce que j'étais très solitaire et très timide et en fait l'appareil photo me permettait, quand je faisais du portrait d'avoir un lien avec les gens et d'être caché derrière quelque chose et du coup c'était un peu un prétexte aussi pour pouvoir regarder les gens d'un peu près, d'échanger avec eux mais sans trop me mettre en danger. Parce que je considérais comme un danger d'être regardé par les autres, qu'on me parle et tout, j'avais un peu peur du lien social. Et j'ai commencé à prendre justement ma copine qui avait la grande sœur qui avait un blog photo. Elle, ça a été ma première modèle photo pendant des années. On avait plein de shootings, on se voyait le week-end. On se faisait des petites sorties photos dans la campagne et c'est comme ça que j'ai commencé le portrait.

Mais du coup t'as fais des études de photo, comment ça s'est passé ?

Alors du coup, ça c'est vraiment développé dans cet âge-là, c'est-à-dire au collège, c'était vraiment hyper important pour moi, j'étais vraiment obsédé par la photo. Je ne faisais que ça des mes journées etc. Et du coup vient le moment où...j'adorais l'école fin j'avais des très bons résultats, j'aimais beaucoup apprendre et tout ça. Et vient le moment où en troisième tu dois choisir ce que tu fais et moi je voulais faire un bac pro photo. Mes parents ont pas voulu parce que bac pro on voyait un peu ça comme, quand t'étais bon à l'école les gens prennent ça pour du gâchis. À l'époque, c'était déjà très ancré et en plus de ça dans la photo, à la campagne c'est quelque chose qui était inenvisageable. Les seuls photographes qui existaient pour les gens de la campagne où j'ai grandi, en tout cas, c'était ce qu'on appelle les photographes de quartier, ceux qui font les photos d'identité, les photos de mariage, les portraits de grossesse et tout. Moi c'est pas du tout ce que je faisais dans ma pratique, et du coup, mes parents ils avaient demandé à des photographes du coin : est-ce que ça marche, et tout, et tous les photographes répondaient que c'était très bouché, que c'est très compliqué. Du coup ils ont eu vachement peur, ils ont dit non, tu ne feras pas de bac pro photo. Ce qui au final m'a vachement servi parce que j'ai fait un bac général et j'ai adoré mes études générales. J'ai fait un bac littéraire du coup, option arts plastiques donc je faisais pas mal de photos dans l'option arts plastiques c'était chouette. Et ça a continué comme ça dans les années lycée, j'ai

vachement développé en plus le portrait. Et c'est les premiers pas vers la photo de mode. Du coup aujourd'hui, je fais de la mode principalement. Et ensuite j'ai fait un bts photo.

À Paris ?

À Biarritz, y'en a un qui s'était ouvert on était la quatrième promo c'était tout récent. J'avais entendu des bons échos et je crois que j'avais été aux portes ouvertes, et ça m'avait vachement plu. Et aussi c'était pas loin de chez mes parents donc c'était la transition douce vers l'indépendance.

Donc après le BTS, t'as préparé les Gobelins ? C'est assez sélectif non ?

Exactement. J'avais jamais entendu parler de cette école avant la première année de bts où nos profs nous ont un peu expliqué qu'est ce qu'il se faisait du coup si on voulait continuer après le bts. C'est là où j'ai entendu parlé des Gobelins, Louis Lumière et Arles, les 3 grandes écoles de photos en France. Et je ne m'étais pas posé la question: est-ce que je voulais continuer après le BTS. Je pense que je voulais arrêter après le BTS et travailler mais vu la photo de mode est vachement arrivée fin lycée début BTS bah j'avais un peu un sentiment d'insatisfaction. J'avais l'impression qu'il fallait que je creuse encore plus dans un truc un peu plus précis de ce que je voulais faire. Et quand on m'a présenté Gobelins justement, j'avais été voir sur le site les sortants et tout ça, et j'avais vu qu'il y avait vachement de trucs mode et là j'avais eu des étoiles dans les yeux et du coup les profs m'ont dit : tu sais, c'est très compliqué d'y rentrer il y a un concours, il y a plusieurs étapes et en plus, c'est cher. C'est très cher, c'est une école privée. Moi, mes parents avaient pas les moyens de me payer une école privée et du coup, si je voulais y entrer, c'était prêt étudiant. Mes parents m'ont dit: si jamais tu veux faire ça, tu fais pour étudiant. Ensuite, on est ok pour t'aider pour le loyer et tout ça, mais par contre, tu vas devoir te payer le prêt. C'était déjà une énorme chance qu'ils puissent me payer le loyer. Donc du coup c'est ce qui s'est passé. J'ai passé les concours, ça s'est bien passé donc j'ai eu le concours et je suis arrivé à Paris en 2018.

T'es sorti en 2021 de l'école alors ?

Exactement Juin, Juillet 2021, donc ça fait 3 ans.

Et est-ce que tu travaillais déjà un peu à côté ?

J'avais déjà fait mon statut auto-entrepreneur à l'époque, non c'était artiste-auteur ouais. Et

de part les stages que j'avais et tout, j'avais déjà rencontré des gens dans le milieu du travail, et du coup de temps à autre, c'est pour ça que j'avais du faire mon statut, puisque une fois dans l'année j'avais un job pour quelques centaines d'euros et tout, mais c'était déjà hyper bien pour moi. C'était des photos d'événementiel des trucs comme ça et du coup j'avais été obligé de faire mon statut. Mais sinon, oui, je faisais des photos de particuliers aussi au black.

Mais du coup juste pour être sûre, t'as fais ton statut d'auto-entrepreneur ou t'étais encore en artiste-auteur ?

Alors non en fait mon premier statut ça a été artiste-auteur tout de suite je ne sais pas pourquoi. J'avais développé mon double statut, donc j'avais les deux mais finalement, parce que j'ai fait de l'assistantat pendant un temps en sortant de l'école même pendant l'école et tout ça. Et là les studios avec qui je travaillais ou les photographes que j'assistais, ils voulaient que j'ai un statut d'auto-entrepreneur et pas d'artiste-auteur. Du coup, j'ai dû développer les deux mais aujourd'hui mon auto-entreprise ne me sert pas. D'ailleurs faudrait que je ferme mon auto-entreprise.

Mais c'est mieux non ?

Bah pour moi, ce que je fais, vu que je fais des shoots, campagnes, e-commerce, et tout ça et où je facture mes droits d'auteur, je ne peux le faire qu'avec le statut d'artiste-auteur. Normalement, légalement, on est obligé de le faire comme ça. On ne peut pas facturer des droits d'auteur avec un statut d'auto-entrepreneur, moi c'est ce qui me sert le plus.

Ok parce que j'ai interviewé un autre photographe sur les droits d'auteurs et il m'a dit que souvent c'était inclus dans le contrat.

On peut le faire aussi en étant auto-entrepreneur. C'est ce que j'avais compris, mais en gros, tu gonfles le tarif de la prestation sans vraiment le noter, je crois, mais du coup c'est inclus dans ce que tu factures. Alors que nous, c'est deux choses distinctes dans la même facture. Tu as tant pour la prestation en elle-même, soit le jour du shoot, la retouche, par exemple, et après t'as un autre tiret pour le droit d'auteur avec tel montant. Je crois que auto-entreprise ils combinent les deux pour que justement, ils ne se fassent pas avoir.

Comment ça s'est fait pour rencontrer des gens ? Pour avoir des opportunités de travail ? C'était sur le lieu de travail ?

Oui.

Et est-ce que l'école t'a servi pour rencontrer des gens par exemple ?

Alors les gens que j'ai rencontré dans le milieu du travail, ça a vraiment été par le biais des stages. Parce que tous les stages que j'avais fait au BTS je les ai fait à Paris. C'était un souhait que j'avais eu vu que j'avais envie déjà d'arriver à Paris après mon BTS, même si je n'avais pas eu Gobelins je serais venu je pense. Et du coup c'était important pour moi de faire tous mes stages à Paris, et du coup je pense que c'est ça. Et, du coup, je dirais que c'est quand même, même si c'est pas l'école qui nous a donné les contacts directs, sans l'école et sans, du coup, le fait de faire des stages pour l'école, je pense que je n'aurais pas rencontré les gens.

Et du coup c'était des gens assez différents c'était soit des photographes que j'ai assisté pendant des stages des photographes de mode qui m'ont beaucoup appris et qui m'ont permis de comprendre comment ça fonctionnait. Ça et après c'était des studios pour comprendre aussi tout ce qui se passe dans un studio parce que c'est vraiment un microcosme en lui-même. Il y a tellement de gens qui travaillent dans un studio pour un shoot, que ce soit des gens à l'intérieur ou à l'extérieur, des prestataires et tout.

Et aussi, peut-être pour travailler dans la mode t'es un peu obligé d'aller à Paris ?

Ouais, ouais. Moi c'est ce que j'ai compris en fait assez vite. Bah la preuve c'est que avant de comprendre et de voir un peu ce qui se faisait sur les gobelins quand je le voulais, le tenter, quand j'étais au bts dans le sud, j'avais pas encore conscience de la photo de mode.

J'avais conscience qu'il y avait des magazines de mode et tout ça mais c'est pas quelque chose que j'avais conscientisé, ni la photo de mode, les grosses campagnes. C'est des choses que je voyais passer mais c'est quand t'es à Paris, tu vois tout le temps dans le métro et tout, c'est vraiment la culture, la fashion week et tout ça. C'était vraiment un monde qui n'existait pas pour moi ou inatteignable peut-être. Et j'ai très vite compris que si je voulais essayer dans ce pan là ou juste voir comment ça se passait bah il fallait monter à Paris dans tous les cas.

Pour revenir sur la formation aux Gobelins, est-ce que ils vous ont expliquer comment ou est-ce qu'il vous ont dit que c'était bien d'avoir un compte Instagram professionnel ?

Ou un site internet ? Est-ce que vous avez des heures dédiées à ça ?

Ouais, on a eu surtout, je dirais, à partir de fin deuxième année, troisième année, pour sûr. En fait, notre diplôme c'est le mémoire qu'on doit faire. Et on doit justement passer l'écrit du

mémoire qui est noté on le passait à l'oral devant un jury extérieur composé de gens du milieu, que ce soit des agents d'artistes, des photographes, des galeristes, des gens qui gravitent autour de l'image. Et on a aussi notre site internet qui est noté. Donc, c'est quelque chose qu'on doit développer pendant la troisième année, on est accompagné par un développeur web graphiste qui nous aide à faire notre site. Donc, c'est quelque chose qu'on a forcément en sortant des Gobelins. Donc ça c'est très pratique, parce que je pense qu'ils l'ont intégré pour que, justement, on puisse sortir et qu'on ait quelque chose à présenter aux clients. Et c'est quoi l'autre question ?

Sur Instagram, est-ce que vous avez eu des informations dessus ?

Sur Instagram, je pense que c'était au tout début de la troisième année. J'ai pas trop la notion du temps. Je pense que c'était par là où on a eu une intervention. Je sais pas si c'était une agente d'artiste ou quelqu'un du milieu qui nous a fait une intervention, un workshop, et qui nous avait parlé justement de l'importance d'avoir Instagram et, justement, c'était des choses qu'on nous a dit c'était : mettez quand même de l'importance aux réseaux sociaux et on nous avait vraiment présenté ça comme un outil essentiel aujourd'hui, dans l'ère des réseaux et de s'en servir et que ça pouvait vraiment nous apporter beaucoup de choses.

Est-ce que toi du coup est-ce que t'avais déjà un compte Instagram que t'avais axé sur la photo ?

Oui, alors ça c'est fait en plusieurs étapes. J'ai eu Skyblog pendant un temps. Skyblog a commencé à s'essouffler parce que Facebook est arrivé.

T'avais une page Facebook de photos ?

Ouais j'avais une page Facebook de photos. Ça c'était un moment des années 2010 qui a été complètement fou pour les amateurs de photos. Ça a été une expérience qui était folle parce que ça a bien pris, c'était euphorisant parce que c'était la première fois qu'on pouvait toucher d'autres personnes que nos parents, nos soeurs et les gens du collège quoi. Je pense que c'était vraiment les débuts de l'influence parce qu'on se montrait déjà en train de... Par exemple, si on avait une journée de shoot, il y avait déjà un truc de montrer un peu les backstages et tout ça. Et ça a pris énormément, fin les pages Facebook photo à l'époque c'était suivi par des milliers de personnes.

Et ensuite pareil, Facebook a commencé aussi à s'essouffler, mais ça a quand même duré quelques années. Et je me souviens parce que j'avais développé un gros groupe d'amis de

gens que je ne connaissais pas sur facebook et qui partageaient dans toute la France, pareil leurs travaux sur leur page photo. Et je me souviens d'une très bonne amie à moi à l'époque qui avait énormément de gens qui la suivait ici. Et un jour, elle m'envoie un message sur messenger et elle me dit : est-ce que t'as entendu parler d'Instagram c'est une nouvelle application pour les photographes, c'est trop bien parce que c'est dédié à la photo. Je lui dis non, qu'est-ce que c'est ? et elle m'envoie le lien de téléchargement, j'y vais et là c'est le tout début d'Instagram.

C'est en quelle année ?

Alors, moi, je me souviens pour sûr qu'en 2012 j'étais déjà dessus mais je pense qu'on y était en 2011. Donc, c'était vraiment les débuts d'Instagram en France. C'était un autre monde par rapport à ce qu'on voit aujourd'hui.

Donc maintenant t'es full photographe ? T'as fait un peu d'assistantat ?

Ouais. J'en ai fait beaucoup enfin en terme de temps, pas tant. Pendant l'école, on nous a dit pour ceux qui étaient intéressés par la mode justement, qu'il y avait un peu un passage obligé qui était l'assistantat plateau pour comprendre comment ça se passe. Pendant mes années Gobelins, j'ai commencé à assister de temps à autre des photographes mais c'était très ponctuel. Donc, j'ai fait ça, et puis dès que je suis sorti de l'école j'ai assisté pas mal de photographes mais l'assistantat plateau j'ai fais que ça pendant 6 mois non-stop.

Donc maintenant t'as des projets perso et des photos pro, et en termes de photos pros tu fais ?

E-commerce, campagnes, lookbooks. Je fais un peu de vidéo aussi. J'ai un gros projet depuis 2 ans. Je travaille avec Fisheye manufacture du coup c'est le magazine mais c'est leur partie production. Ils ont un gros projet avec La Poste et là du coup c'est du reportage et je l'ai fait pendant deux ans, c'était une fois par an. Et c'est un truc avec Gobelins, c'était que des anciens Gobelins qui ont fait le projet c'était hyper intéressant. C'est pas du tout ce que je fais à la base puisque c'est du reportage, prendre en photo des vraies personnes.

Ça t'as plu ?

Ça m'a énormément plu, c'était quand même assez cadré, on devait répondre à un cahier des charges assez pointu et tout ça, mais en fait, ça m'a plu parce que, comme je disais, c'est très différent de la mode de prendre en photo des personnes sur leur lieu de travail. Et puis, c'est

un exercice hyper compliqué parce que, justement, quand t'es habitué à des photos de mode c'est très cadré aussi mais tu dois pas faire du tout la même chose et du coup là sur le terrain, prendre en photo des personnes qui ont pas du tout l'habitude et sont très gênés des objectifs c'est un super exercice et ça me sert aujourd'hui pour la mode. Je refuse pas qu'on me propose des trucs même en reportage parce que je trouve ça hyper intéressant.

Sur ton compte Instagram est ce que tu montres tout ça ou tu sélectionnes ?

Je sélectionne.

Et c'est à la fois des projets pro et perso ?

Ouais, mon site pareil.

Donc c'est un peu comme un portfolio ?

Oui exactement. Oui, c'est un peu ma vitrine.

Est-ce que tu as un agent ?

J'en ai eu un pendant quasi un an, je crois et je suis parti en juillet dernier.

Pourquoi ?

Parce que ça ne me plaisait pas. Là, pour le coup, c'est mon expérience personnelle, ça ne se passe pas comme ça avec tous les photographes qui sont représentés mais moi je n'ai pas eu l'impression d'être vraiment accompagné, ni soutenu. Enfin tout ce qu'avait un peu, pas promis mais expliqué au départ et surtout que je ne bossais pas quoi. Donc, j'étais un peu bloqué.

C'était une grosse agence, tu l'as rencontré comment ?

C'était pas une énorme agence. C'était alors une agence qui est née à Biarritz justement. C'était une petite agence mais qui avait quand même des photographes assez connus dedans, et j'ai eu un premier contact avec eux quand j'étais sur Biarritz au BTS, parce qu'ils m'avaient contacté- je pense qu'ils avaient vu passer mes story sur Instagram justement.

Donc t'as un compte Instagram un peu pro depuis 2012 à peu près, c'est toujours le même ?

C'est pas celui que j'ai depuis 2011/12 mais je pense que celui là je l'ai depuis 2014.

Est-ce que tu as le mode professionnel sur Instagram pour voir les statistiques ?

Ouais.

Est-ce que cela te sert ?

C'est quelque chose que j'ai beaucoup regardé quand même pour essayer de comprendre justement. Parce qu'en fait oui, étant sur Instagram depuis 10 ans, enfin plus même. J'ai vraiment vu des différences d'algorithmes, de choses tout ça. J'ai vraiment vu le passage de Instagram application pour les gens passionnés de photos qui partagent leur travail à Instagram qui est devenu un site de vente de plein de trucs, d'influence, presque de boutiques en ligne voilà. Du coup ça a été très compliqué pour les photographes qui étaient là depuis longtemps, de faire face à ce changement, on a été un peu largués et du coup, j'ai essayé de me servir de ces outils qui nous était proposé pour essayer de comprendre l'algorithme pour le dompter. Continuer à entretenir quelque chose pour notre audience en soi. Mais c'est quelque chose qui ne me sert pas, parce qu'en fait c'est tellement flou. Parce qu'on a quand même des chiffres et tout ça mais pour moi c'est du vent, je ne comprends pas. Je me souviens de voir un onglet des statistiques en gros où tu vois quel jour de la semaine tu dois poster, enfin où tu peux poster parce que c'est le jour de la semaine où il y a plus de gens connectés sur Instagram, tout ça. Tu cliques ensuite du coup tu vois quelle heure il y a le plus de gens et si même quand tu suis ça t'essayes de poster à telle heure pour avoir le plus de d'audience en fait, ça ne fonctionne pas plus que si t'avais posté...fin tu vois. Pour moi, c'est hyper flou, c'est très aléatoire.

Est-ce que tu mets des photos de toi ou tu les laisses dans les identifications etc ?

Non, ça aussi il y a eu un gros changement. Même dans le milieu de la photo, les photographes qui de base partageaient que leurs travaux maintenant il y'en a pas mal qui postent entre deux photos pro, des shoots, des selfies ou des photos un peu plus lifestyle où on les voit.

Ça c'est maintenant ?

Ouais, j'ai l'impression que les gens le font parce que justement c'est aussi l'algorithme qui met en avant des comptes où on voit les personnes. C'est ce qui plaît le plus à l'audience. Mais moi je ne le fais pas sauf en story. Les seuls moments où on voit je pense c'est par exemple quand je suis en shoot et que je repartage par exemple la prod qui a fait une story en

mode “shoot day” où on me voit avec l'appareil photo là je vais le repartager. Ou alors je suis en studio et à un moment je vois le miroir, et je vais prendre en selfie le miroir avec l'appareil photo en mode aujourd'hui, c'est shoot. J'ai l'impression d'être un gros vieux (rires). Et je vois la différence d'algorithme quand je poste ma tête d'ailleurs c'est fou.

Combien as-tu d'abonnés ? Est-ce que tu connais tes abonnés ?

Un peu moins de 7000 il me semble. En fait, vu que j'ai ce compte depuis très longtemps je ne saurais pas dire. Il y a forcément une partie de mes potes un peu ma famille ou des gens qui aime la photo ou des clients aussi maintenant.

Est-ce que tu considères que tu t'investis pas mal dans ton compte ? Je sais que c'est un peu “nul” de l'avouer mais est-ce que t'y penses ?

Ah oui oui, j'y pense mais dans mon sens, je ne le fais pas assez justement. Si je réfléchis, je pense que si on regarde la dernière photo que j'ai posté je pense que ça doit faire 2 mois.

Là si tu parles à quelqu'un qui est dans un métier de comment être actif sur les réseaux, il te dit : mais ça va pas, t'es en train de te bousiller. Et du coup je poste pas assez parce qu'en fait je me détache. Instagram c'est pour moi un amour poison, un peu. C'est quelque chose qui doit être très présent et à la fois que je déteste parce que je déteste ce truc d'être un peu dépendant en fait d'une application et qu'on soit obligé de poster souvent pour avoir un minimum de...C'est pas du tout pour ça qu'on fait de base de nos métiers et ça me saoule.

Mais du coup oui, par contre je regarde un peu ce qui se fait aussi en mode qui poste à quelle fréquence. En vrai c'est assez constant dans ma tête dès que je vois un truc ou alors quand je marche dans la rue je vois un truc qui m'inspire je me dis : ah bah je vais le prendre en photo pour le partager en story.

Tu t'impose pas de rythme de posts ou de story ?

Non, je devrais mais je ne le fais pas.

Est-ce que tu t'es déjà fait démarcher sur instagram?

Oui.

Est-ce que ça a donné quelque chose ?

Oui. Là, j'ai deux exemples en tête des moments où je voyais par exemple des boîtes de prod ou des clients qui cherchaient des gens pour tel shoot ou qui cherchaient juste à voir de

nouveaux books. Donc en mode: si vous voyez cette story envoyez-nous votre *book* par mail donc je l'ai fait. C'est ce qui s'est fait avec une boîte de prod qui est aujourd'hui un de mes plus gros clients je pense donc c'est fou. Donc quand même ça sert. Ou d'autres qui viennent me démarcher directement. C'est vraiment aléatoire. Parfois c'est du bouche-à-oreille. Si j'ai travaillé avec un client et que ça s'est bien passé. Par exemple dans les créateurs de petite marque ils se connaissent entre eux. Ça m'est déjà arrivé aussi d'avoir du bouche-à-oreille comme ça ou 2 créateurs se parlent.

Est-ce que tu considères que dans la photo c'est une formalité d'avoir un compte Instagram ?

Oui.

Est-ce que toi-même si t'as un shoot à faire tu contactes aussi sur Insta ? Par exemple pour recruter des assistants ? Ou tu fais d'abord avec tes connaissances proches ?

J'ai toujours les mêmes personnes qui m'assistent maintenant donc je fais pas de story pour ça, mais par contre, il m'arrive de si on cherche un/une styliste, make-up artist, coiffeur et tout par contre oui. Moi, je fais ce genre de story si je cherche telle branche de métier pour tel shoot je le fais en story oui et ça fonctionne tout le temps.

C'est fou parce que oui, je pense que c'est vraiment un truc très important dans ce milieu là, que ce soit pour les photographes ou les gens qui font le make-up coiffure, et tout ça. On est tous un peu à l'affût un peu de ce qui se passe en story. Et par exemple quand je cherche une make-up artist, il y a une make-up artist qui la voit et elle est partagée sur leur groupe de make-up artist je pense, tu sais après j'ai 28 messages de personnes qui sont intéressées du coup c'est hyper dur.

Est-ce que tu repostes des fois des publications pas forcément en lien avec la photo, mais juste parler pour parler de trucs un peu militants etc ?

Ouais ça peut m'arriver. Je le faisais beaucoup plus avant. Je pense que je le fais moins parce que j'étais plus jeune. C'est con à dire, mais je pense que quand on est plus jeunes, enfin pour ma part quand j'étais plus jeune, j'étais plus en colère parce que quand on est jeune, on a envie de changer le monde et tout ça. Plus je vieillis, j'ai encore ces mêmes convictions mais je suis un peu découragé par tout ce qui se passe et surtout ça plombe énormément le moral.

Au-delà du côté militant, il m'arrive parfois de partager des trucs que j'aime bien. Par exemple j'aime bien le design, le mobilier vintage donc il m'arrive de partager.

Ça permet de créer du lien aussi vu qu'on est plus obligé d'envoyer des dm et qu'on peut juste liker.

Je pense que c'est un peu le contrepied que j'ai voulu prendre. Je l'ai fait beaucoup à l'époque, de parler face cam en story et tout. À l'époque où on est arrivé sur Instagram en 2011-2012 toute la communauté des pages photos facebook est arrivée sur Instagram. Et en fait, au début, Instagram France c'était que des photographes amateurs mais qui adoraient ça. Et avec mes potes on avait construit des énormes communautés de gens qui nous suivaient. Moi, j'ai des potes c'était des grosses resta du milieu, ça me fait trop rire mais c'était des stars.

C'était combien les chiffres à l'époque ?

J'ai des potes qui en quelques mois on eu 10 000 abonnés sur Instagram et en 2011 avoir 10 000 abonnés c'est le million d'aujourd'hui. Et qui, après ont continué et là j'ai des potes qui ont encore leur communauté de l'époque qui ont 100 000 abonnés et qui sont photographes c'est fou. Je sais pas si c'est des noms qui te parlent mais Elliot Aubin, c'est des gens comme ça. Mais du coup on parlait face cam à l'époque. On avait vraiment pour but de construire des communautés comme le font les influenceurs aujourd'hui.

Tu faisais des story en mode sondage, avec des questions tout ça ?

Ouais, ouais.

Tu le fais encore ou pas ?

Non. En fait il y a quelques années je dirais 4-5 ans je dirais, j'ai complètement arrêté de me montrer en story, de parler face cam. C'était plus du tout ce que je voulais faire ni même raccord avec ce que j'étais à l'aise de faire et tout. Et du coup c'est pour ça je te disais je pense que le contrepied à ça vu qu'il faut quand même créer un peu d'interaction sinon ton compte il sert à rien. Du coup je pense que j'ai pris le contrepied de partager des moments de ma vie sans forcément me montrer pour créer des interactions.

Est-ce que t'as déjà reçu des commentaires négatifs sur tes photos ?

Plus à l'époque. Je ne saurais même pas dire...Plus quand ce n'était pas mon métier en fait c'est étonnant. Mais aussi parce qu'on était encore dans ces trucs de communautés, c'était l'époque où on postait la photo et en légende on disait : quelle photo vous préférez, donnez-moi vos avis et tout. Et du coup forcément tu demandes l'avis des gens donc t'es plus à-même de voir des gens qui n'aiment pas alors qu'aujourd'hui je ne demande pas du tout l'avis. C'est comme si c'était mon site internet donc je poste mon truc et voilà.

Plus sur la partie vidéo, comment est-ce que tu t'es formé à la vidéo ? J'ai vu que t'avais quelques *reels* sur ton compte ?

Ouais. J'ai commencé la vidéo il y a longtemps mais pareil c'était des petits trucs que je faisais moi de mon côté, quand j'étais chez mes parents. Mais après ça, j'ai toujours été intéressé par la musique et du coup pendant Gobelins j'ai commencé à apprendre vraiment comment on faisait une vidéo parce qu'on avait quelques cours vidéo justement. Depuis que je suis sorti de l'école, j'ai fait 2 clips je crois et après des jobs vidéos, j'ai fait par exemple une vidéo de campagne pour une marque de fringues.

Et t'as envie de développer ça ?

Ouais j'aimerais bien, c'est quelque chose qui me plaît et tout et qui est très différent de la photo justement. Même pour le côté plus perso et edito. Par exemple il y a quelques mois j'ai fait un édito pour un magazine j'en ai profité pour faire une petite vidéo aussi que j'avais partagé en *reels*. Des petits formats, mais ça me plaît bien aussi.

Ça marche mieux les formats vidéo ?

Bah moi, j'ai pas l'impression que ça prend énormément. J'ai l'impression que c'est un peu la même portée que quand je poste des photos. Je n'ai pas vraiment vu de différence.

Annexe 16 : Retranscription entretien no. 6. Marie, 27 ans, maquilleuse

Réalisé le 04/04

Quelle est ta profession ? Depuis combien de temps ?

Je suis maquilleuse artistique depuis je sais pas trop en fait, ça fait plus de trois ans que j'ai commencé à l'école mais je suis sortie diplômée au mois de Juillet. Donc, là ça fait moins d'un an, 6 mois aller un peu plus.

Et tu fais maquillage, coiffure ?

Maquillage, coiffure, ongles sauf que je n'aime pas ça mais en vrai je suis formée pour. Je suis spécialisée dans les effets spéciaux de base mais déjà que maquiller ça paye pas, alors les effets spéciaux encore moins. En plus, le matériel, c'est à ta charge, ça coûte une couille donc en vrai je ne le fais pas. Donc, j'ai de moins en moins envie de le faire, puisque voilà.

Tu peux me donner le nom de ton école ?

Ça s'appelle ITM Institut technologique maquillage je crois un truc comme ça.
C'est une école payante, évidemment.

Il n'y a pas d'école publique ?

Non, il y a des écoles d'esthétique où te dit que c'est la même chose mais c'est pas du tout le même métier, mais c'est les seules choses qui sont gratuites, sinon tu payes ta race, ouais.

Tu fais quel type de maquillage ?

Bah du coup de base pour les effets spéciaux. Je me suis formée pour faire ça. Je suis rentrée dans l'école pour faire de la mode. Finalement, j'ai découvert que c'est un monde de cons donc, j'ai dit: non, c'est pas pour moi, je peux pas faire ça. J'ai découvert les tournages, j'ai adoré ça et je me suis dit: ok, autant se diversifier. Je suis là pour apprendre c'est parti commence par faire des effets spéciaux. Je commençais à apprendre à faire des prothèses, des blessures, des trucs, c'est hyper intéressant. Et en fait, on m'a toujours dit: faut tout faire.

Tu sors de là, tu fais tout ce qu'on te donne. Tu fais de la télé et tu fais de la musique, tu fais du clip tu fais tout. Et en fait, je suis sortie de l'école et j'ai fait ce que j'ai pu quoi.

Donc t'as fait de la télé par exemple ?

Pas vraiment, parce que j'ai pas fait d'émissions de télé j'ai fais de la pub qui passe à la télé. Je n'ai pas du tout envie de faire d'émission de télé. Ça m'angoisse de ouf je veux pas faire ça.

Peut-être que ça donne un truc plus...

Régulier ? Ouais ouais. En fait, tout fonctionne au réseau si je commence maintenant à rentrer dans le réseau de la télé, comment je vais faire pour ensuite en ressortir rentrer ensuite dans le réseau du cinéma. Là ça fait 8 ans que je fais étudiante, ça fait 8 ans que suis dans la merde financièrement parlant. Je suis plus à un an ou deux près de galères. Donc, je me dis c'est maintenant que je me fais mon réseau dans le cinéma, c'est maintenant que je galère et si dans dix ans ça me casse les couilles, j'irai dans la télé parce que c'est plus tranquille. Mais ce n'est pas ce que j'ai envie de faire.

Donc t'as un objectif vraiment cinéma ?

C'est ça.

Et tu fais aussi des shootings photo mode ?

Ouais.

Ah oui t'as eu des expériences aussi, t'as fait des stages ?

En fait quand on était à l'école, c'était archi axé stage. On nous disait qu'il fallait en faire un maximum sans pour autant nous en donner. Donc il fallait qu'on se débrouille pour trouver des stages. Et quand je te dit stage c'est pas vraiment un stage c'est juste une expérience. Donc, tu te débrouilles pour trouver un plateau de tournage avec que des étudiants ou un défilé avec que des étudiants et tu rentres dedans et tu makeup et tu fais ton truc et machin, et en fait j'ai bossé pour des défilés où t'as une meuf. La meuf qui gère la DA qui arrive avec une feuille, avec un *face chart*, avec un make-up, elle te dit: tiens, tu fais ça sur quinze personnes, vingt personnes, trente personnes, et c'est tout. Pas, bonjour, pas merci, pas au revoir pas rien du tout. Et ça m'a, j'étais en mode: ok, d'accord, donc en fait mon taf, c'est juste de reproduire à la chaîne le même makeup sur cinquante personnes. Pas possible pour moi ça, je ne peux pas faire ça. Sans avoir ne serait-ce que de la gratitude. T'étais pas payée évidemment.

Les produits c'est à ta charge ?

C'est à ta charge, et j'ai je pas au moins 3000 ou 4000 balles de matos. Donc, en règle générale, quand je travaille, même si je ne suis pas payée je demande 50 euros par jour pour rembourser mon matériel. C'est 1,6% de mon matos, 50 balles, j'ai fait le calcul. Et les gens galèrent à cracher 50 balles. Et moi, je suis censée investir tout mon argent dans leurs projets tu vois.

T'as le statut d'auto-entrepreneur du coup pour facturer ?

Oui et je veux le statut d'intermittent. Tu peux l'avoir dans le cinéma, dans le théâtre, en fait du moment qu'il y a une scène, la mode, tu peux pas.

Est-ce que les études vraiment au maquillage sont obligatoires pour faire ce travail ?

Ben, je sais qu'il y a plein de gens qui sont autodidactes. Moi, j'avoue que au moins une formation, je pense que c'est bien, parce que ce n'est pas du tout la même chose de se maquiller, maquiller les gens. Par exemple, dans mon école, j'ai eu une formation pour maquiller les peaux noires. Parce que il y a quand même un gros problème que les maquilleuses savent maquiller que des blanches, c'est quand même particulier, on est quand même en 2024. Donc voilà, et il y a des filles qui ok apprennent toutes seules et tout. Bon, je suis pas contre mais par exemple, l'influenceuse qui se maquille sur Instagram et qui va être prise sur un film parce que elle a 10 000 abonnés et moi pas ça je trouve ça un peu con parce que c'est pas son taf.

Ça existe vraiment ça ?

Ça existe, ouais.

Est-ce que ta formation t'as aidé à rencontrer des gens, même si j'ai pas trop l'impression d'après ce que tu viens de me dire.

C'est pas la formation c'est moi en vrai.

Ils vous donnent pas tant de contacts ?

Je pense pour les mode ils donnent mais moi, ce n'était pas de la mode que je voulais faire, ils sont plutôt axés mode je pense. Ils te laissent un peu te démerder, ce qui est bien en soi parce que ça fait le tri. Non, j'avoue que j'ai quand même payé 8 000 balles l'année. J'ai fait trois ans donc...

Est-ce qu'ils vous ont donné des conseils pour faire un Instagram un peu professionnel ?

Ils nous ont pas donné de conseils mais ils nous ont- entre guillemets- évalués sur notre Instagram. En gros, à la fin, on devait rendre un espèce de rapport de stage de je sais pas combien de pages avec chaque stage détaillé, chaque expérience et tout, et à la fin nos réseaux. Donc un site assez pro plus un Instagram. Ils nous ont juste mis une note on nous a jamais dit ce qui allait, ce qui n'allait pas. Mais après c'est assez facile de comparer ton Instagram avec le Instagram de certaines maquilleuses tu vois. Tu te dis bon, bah, faut que je poste moins ci ou plus ça. Tu te formes toute seule en fait.

Du coup t'as un site internet ? Tu l'as mis en lien sur ton Insta ?

Oui. Non parce qu'il est pas assez pro, je l'ai mis, je l'ai enlevé. Je trouve que ça me dessert plus. À la limite si je pouvais payer quelqu'un pour me faire un joli site je le ferais. Je n'ai pas les moyens de faire ça donc, pour l'instant, je me dis que, écoute, le insta, ça suffit.

En même temps le insta suffit non ?

Ça reste quand même, mon taf c'est bosser souvent avec des chefs makeup qui ont genre 40 50 balais et elles, elles ont quand même envie de voir un joli site.

Et comment t'as constitué un peu ton réseau de contacts ?

J'ai commencé par les écoles. Au début, tu rencontres des gens qui font la même chose que toi et, en fait, c'est énormément de bouche-à-oreille. Si les gens sont contents de ton taf ils vont te rappeler. Pour peu que eux ils percent dans quelque chose. Il y a une meuf en particulier on s'est rencontrés sur un tournage par hasard, on s'est super bien entendu, on s'est jamais vu en dehors. On se recroise par hasard sur des tournages en plus à chaque fois qu'elle voit une cheffe maquilleuse elle lui parle de moi comme si j'étais géniale quoi, mais genre vraiment. Et du coup il y a des chefs make-up qui m'ont contacté grâce à elle. Sinon, au fur à mesure c'est instagram que instagram, j'avoue. Genre j'ai vu des stories. J'ai commencé à suivre des meufs qui étaient à peu près dans la même situation que moi mais qui étaient peut-être sorties d'école 2-3 ans avant moi donc qui avaient déjà commencé à construire un réseau. C'est pour ça que je te dis que j'ai bossé de ouf dès qu'il y avait une story je répondais, j'y allais tout le temps, peu importe le projet.

Depuis quand est-ce que t'as commencé à avoir un compte Insta un peu pro ? C'était un peu ton coup personnel avant ?

Ouais parce que je voulais garder les followers (rires). En fait c'était mon compte perso et je me suis dit: ok, flemme, de me refaire un compte et d'avoir 50 personnes qui me suivent. Parce que en vrai, c'est horrible mais en vrai ça compte. En vrai les personnes quand ils te choisissent ils regardent. Du coup je n'avais pas beaucoup d'abonnés mais peut-être 600 un truc comme ça, ou 500, et je me suis dit: ok, vas-y, je pars de ça. Et ben, j'ai commencé à supprimer progressivement, il faut pas faire tout d'un coup, sinon il y a plus personne qui te suit. Des photos de ta gueule, tu supprimes progressivement ta tête et, au fur et à mesure tu remets des voilà.

Est-ce que t'as mis le mode pro sur insta pour avoir les stats ? Est-ce que tu sais t'en servir ?

Un petit peu. J'essaye de poster à l'heure qu'il faut.

Ça marche ou pas ?

Alors moi, figure toi que oui, parce que tu vois pourquoi il y a longtemps j'ai regardé et j'avais vu qu'il fallait que je passe vers 18 heures parce que c'est à peu près l'heure à laquelle mes abonnés étaient actifs, et du coup, j'ai toujours fait ça depuis ça m'est resté en tête, tu vois, et par hasard, la dernière fois que j'ai posté, il y a deux semaines, trois semaines, je suis aller regarder sur mes stats et j'ai vu qu'en fait ça avait changé. Maintenant je pense que je suis devenue plus vieille et que mon réseau a un peu augmenté en âge. Les gens, c'est à 9 heures du matin qui sont sur leurs réseaux. Moi, 9 heures du matin, je dors donc, j'ai programmé ma publication pour qu'elle se poste toute seule, à 9 heures genre 9h07 un truc comme ça. Et là, j'ai eu plus de j'aimes que mes photos. Au lieu d'en avoir 20, j'en ai eu 35 mais en vrai, ça va.

Tu vois qui c'est tes abonnés aussi ? Et tu peux voir si c'est meuf, mecs ?

Bah ça je l'ai pas trouvé l'autre fois. Avant, je pouvais voir, je pouvais voir la tranche d'âge je crois. Mais je regarderai...Je peux plus le faire de mon tel maintenant je crois que je peux le faire que de mon ordi.

Est-ce que tu publies tous tes projets pro ?

Non je suis trop mauvaise j'avoue. Il y a des trucs que j'ai reçu que j'ai pas envie de publier parce que je ne suis pas satisfaite du résultat. Pas forcément par mon make-up mais par exemple par la photo. Ah ça avait l'air trop bien mais en fait c'est trop laid. Il y a des trucs où

ça fait pas pro du tout, il y a des trucs où je l'ai fait juste pour la thune. Et j'ai une liste dans mon tel en mode ça faut que je le publie, ça il faut que je le publie, ça j'ai pas encore eu les photos...Je suis pas très douée pour les réseaux j'avoue.

Et est-ce que ça te rajoute un stress ?

Ouais de ouf, je déteste Instagram, c'est horrible genre ça m'angoisse de ouf. En fait, j'essaye d'y aller le moins possible, je me suis mis un régulateur et tout. J'ai essayé de follow que des gens qui font du make-up et de les mettre en fav pour que je vois que ça, pas que ça me prenne la tête. Et en fait, au début ça allait mais maintenant ça me prend la tête parce que je vois les gens travailler alors que moi non. Je vois les gens travailler alors que moi non.

Je vois des gens qui sont en mode : telle elle cherche une assistante, je lui ai répondu pour être assistante et finalement c'est une autre meuf que je suis aussi qui va être prise. Et du coup, je suis en mode: putain, et j'ai l'impression que c'est jamais moi. Ce n'est pas vrai en vrai, mais dans ma tête.

Parce que je pense que les gens se disent aussi ça de toi.

Mais les gens se disent ça sûrement en voyant mon compte parce que je poste des storys, des machins. Mais bon, quand c'est ton tour, c'est pas pareil du coup c'est archi anxiogène. Du coup, j'essaye de relativiser un peu.

Est-ce que tu repostes les stories où on te mentionne et tout ?

Oui, j'essaye de ouf. Ça fait fonctionner un peu le réseau mine de rien.

Apparemment ça marche bien de mettre ta tête en story.

Je sais, quand je mets ma tête en story je fais plus de vues que quand je la mets pas. Les peu de photos où il y a ma tête sur Instagram- elles ont plus de 100 j'aime, celle où je poste un truc, c'est genre maximum 40 quoi. Parce que en plus on m'a dit que comme c'était un compte perso mon algorithme il est fait pour montrer à mes followers ma tête, donc en fait ma publication elle va être plus vu quand il y a ma gueule dessus. Et en fait les gens qui prennent un compte du début normal, ils vont peut-être avoir plus de visibilité que moi. Après je me dis si il y a 50 personnes qui te suivent t'as pas vraiment de visibilité donc, c'est à double tranchant.

Ah oui, parce que j'ai entendu des conversations des gens dans la photo qui se battent pour se faire mentionner sous les posts de photos ? Est-ce que tu trouves que les maquilleurs/coiffeurs se font mentionner ?

Nous on se fait jamais mentionner, à la limite quand quelqu'un poste ta photo il va poster ton nom parce que t'as fait la photo. La maquilleuse, c'est très rare. Donc, moi j'essaye de reposter pour que au moins les gens qui me suivent voient. Tu peux avoir ce genre de discussions avec certains artistes où ils disent : bah ouais, il y a pas assez de visibilité, tout machin. Et parfois ils sont en mode : ah ok je comprends, et ils te postent. En fait on comprend pas mais ça marque que comme ça maintenant, les gens sont en mode : Ah oui, putain, c'est vrai, il a bossé avec lui. Si tu ne mets pas mon nom, les gens sont en mode : Ah super photo, basta et moi je pète mon seum. J'ai beau le reposter derrière mais je n'aurais pas autant d'impact. Tu te bats pour tes crédits, en plus t'es pas payé. Les gens sont en mode : c'est bon t'as de la visibilité bah même pas.

On t'as fait le coup de “on te paye en visibilité” ?

Mais meuf on m'a fait que ça. T'es payé en visibilité t'es payé en bonne humeur mais va payer mon loyer en bonne humeur. “je te paye une bière” bah super mais au lieu de me payer trois bières payes moi trente balles non mais tu vois ce que je vais dire ? Mais en vrai, quand tu emploies une maquilleuse, c'est mon putain de matos et c'est du consommable. Donc, tu ne payes pas, tu défrayes. Un fond de teint ça coûte 50 balles, quoi. C'est pas normal.

Il n'y a pas des shooting où le makeup est à dispo ?

Non et en plus, tu me dis: t'inquiète, tu peux maquiller avec mon propre maquillage bah moi j'y vais pas.

Est-ce que t'as déjà trouvé des shootings ou des tournages grâce à Instagram ?

Moi, c'est que ça c'est vraiment que ça.

En démarchant, en répondant à des story ?

Plutôt en répondant à des story qu'en démarchant parce que quand tu démarches les gens voient pas parce qu'ils sont pas en demande. Donc, t'as beau aller contacter le photographe qui a 15k, il va jamais te répondre parce qu'il a pas vu ton message.

Et tu t'es déjà faite démarcher aussi ?

Oui, encore une fois, c'est des gens qui sont en mode: ah oui, du coup t'as travaillé avec un tel donc du coup on m'a parlé de ça après moi c'est beaucoup de trucs pas payés. Parce que il y a longtemps j'ai bossé avec telle équipe de telle école et du coup ils ont filé mon contact pour la prochaine équipe qui va passer son partiel et tout. Et je leur dis maintenant: bah oui, ok, mais c'est 300 balles la journée. Parce que maintenant je fais que des jobs payés, c'est faux. Mais plus tu dis que tu fais des jobs payés et plus les gens viennent te payer. Et généralement ils sont en mode : ah bah, en fait, non, nous c'est pour un truc bénévole et tout. Et je leur dis: bah ok, y a pas de soucis, je vous donne un compte instagram où vous pouvez poster dans un bde de maquilleuse. C'est des étudiantes elles feront sûrement le projet pas bénévolement, mais au moins défrayée, moi, je le ferai pas.

Je sais c'est dur à estimer mais est-ce que tu sais à partir de je ne sais pas combien de milliers d'abonnés sur insta t'es considéré comme installée dans le milieu ?

Pour les maquilleuses j'ai l'impression qu'il y a pas trop ça. Enfin, ça dépend, je pense dans la mode oui parce que y'a une meuf que je suis qui a plus de 3000 abonnés et elle commence vraiment à beaucoup bosser pour des belles marques mais en fait pour le ciné moins. C'est plutôt qui te suit. Si t'as telle maquilleuse qui connaît telle maquilleuse qui te suit là t'es en mode ok. Ce que j'essaye de faire moi à chaque fois que je regarde un film je regarde qui est le maquilleur ou la maquilleuse et je vais la follow sur insta, même si c'est pas des français ou quoi, au contraire, et y a genre la maquilleuse du film pearl eh bah la maquilleuse elle me follow.

Parce qu'elle a vu que t'es maquilleuse ?

Parce qu'elle a vu que je suis maquilleuse et elle s'est dit: ah ok. Et en plus j'essaye de quand je poste un truc, je marque la femis ou j'ai fait un truc c'est aller aux Césars donc les Césars ou au Festival de Cannes. Et j'essaye de poster tout le temps les petits trucs qui font que, parce que les gens ils cliquent en plus si ils sont étrangers ils se disent : ah la femis c'est prestigieux, à les Césars c'est prestigieux et du coup ils te follow alors que j'ai rien fait, juste les films pour lesquels j'ai make up y sont allés et parfois j'ai fais que un seul jour de renfort dessus mais je l'ai quand même mis sur mon compte.

Quels films par exemple ?

J'ai bossé pour Boléro. C'est un court-métrage qui est allé à Cannes, qui a gagné la queer palme et qui est allé au Césars. Ce film-là, tout le monde était payé sauf moi. Ils m'ont engagé en tant que stagiaire, ils ne m'ont pas payé. Ils m'ont fait bosser dix jours, 30€ par jour pour défrayer le matos alors qu'il y a des jours où j'ai maquillé 18 personnes. J'étais toute seule et ils m'ont annoncé que j'étais pas payé la veille du tournage. Et en plus, je suis sûre et certaine vu que c'est un milieu très gay machin je suis sûre et certaine qu'ils me rappelleront pas si jamais il y a un autre truc. Par exemple la boîte de prod elle s'est ouvert un Instagram, elle a follow plein de gens du tournage, elle m'a follow et après elle m'a unfollow.

Est-ce que c'est une formalité d'avoir un compte Instagram professionnel quand on est maquilleuse ?

C'est obligé. Je ne vois pas comment tu démarches les gens sinon et je pense quand même que même si tu donnes un site les gens ont quand même envie de voir un Instagram où on voit ta gueule, où on voit des stories, où on voit rapidement ce que t'as pu faire, où on voit qui te suit, qui tu connais les choses qu'on verrait pas sur un site.

Quand tu te fais démarcher est-ce que tu sais que c'est parce que t'es identifié sur une publication d'un autre compte ou parce que c'est des gens qui te suivent ?

Je pense que c'est des gens qui me connaissent par d'autres gens. On m'a déjà suivi pour ça en mode une artiste poste une photo ou une vidéo et m'identifie comme makeup, il y a genre 2 3 personnes qui vont me suivre derrière. C'est déjà arrivé, mais on n'est pas venu me démarcher en mode : ah j'ai vu que tu étais sur tel machin non.

Est-ce que tu te forces à poster souvent sur ton compte Instagram ?

Oui j'essaye.

Genre une story par jour ?

Non les stories, en vrai ça va. Je le fais un peu plus régulièrement parce que je ne fais pas trop attention, je ne regarde pas tellement qui a vu ma story ou quoi, plus les gens qui likes mes story mais pas tellement les gens qui ont vu. Mais je trouve que ça touche plus de monde. Et les publications Là, par exemple, je n'ai pas posté pendant plus de 6 mois, je crois. Donc, là, j'ai recommencé, et en deux semaines j'en ai mis 2. Et je me suis dit : je fais une pause et ok dans 2 semaines j'en remettra une. En fonction des trucs qui tombent aussi. Parfois tu fais que des projets que t'as pas envie de poster ou tu les as pas parce qu'il faut aussi trimer ta race

pour recevoir tes photos. Faut courir hein pour ton argent il faut courir et pour tes photos il faut courir, c'est un enfer.

Est-ce que tu postes des trucs pas en lien avec ton travail ?

J'essaye que non, sinon on me unfollow. J'ai 2 comptes du coup.

Est-ce que tu mets des photos de toi ?

En vrai, ça m'arrive genre, si j'ai un truc à dire ou quoi sur une story, je mettrai ma gueule parce que je sais que ça va avoir plus d'impact.

Est-ce que il y a une solidarité entre maquilleuses ?

Oui. Moi je suis sur des groupes Facebook, c'est surtout souvent en mode quand t'as déjà dépanné quelqu'un il te dépanne. Quelqu'un poste une story en mode j'ai besoin d'aide en urgence t'y vas et la fois d'après ou la personne te rappelle ou le jour où toi t'as besoin tu lui dis bah, j'ai besoin nanana. Moi généralement quand je peux pas faire un job j'envoie à une de mes potes. Parce que j'ai un petit groupe, enfin c'est mes copines de l'école, elles travaillent pas toutes. Je pense que, honnêtement, que sur toute une classe, on est 3 ou 4 à travailler et encore on travaille pas vraiment. Et du coup, on essaye de se refiler un maximum les plans parce que tout le monde a abandonné parce que c'est vraiment un milieu de chien, mais t'essayes quand même un max pour que tout le monde puisse en vivre.

Les groupes facebook ça marche moins ?

J'ai l'impression. En fait, j'y suis quand même mais j'ai l'impression que les groupes facebook c'est un peu plus les trucs de mariage ou ce genre de truc, et ça, ça ne m'intéresse pas du tout.

Comment tu définis tes tarifs ?

J'ai déjà discuté avec un prof à moi qui m'a un peu donné une grille de combien tu peux être payé de manière indépendante et après j'ai fais aussi en fonction de mes fiches de paye parce que j'ai fais du renfort, après quand t'es assistant t'as un minimum et quand t'es chef make-up t'as un minimum mais bon je me suis quand même basée sur ma grille de renfort. Sur une grille de renfort je suis à peu près à 250 € par jour. Quand je suis pas en renfort je demande minimum 350 € parce que je suis en début parce que je suis pas chère etc. Et un jour un mec me contact sur Instagram, c'est un acteur youtube. Je sais pas je connais pas mais il a plein de followers et tout. Bref il me contacte pour m'expliquer son projet, il me demande

mes tarots et tu donnes jamais tes tarifs, tu demandes combien il est prêt à te donner. Donc je lui dit écoute ça dépend. Le mec me fait des pavés pour m'expliquer que : c'est dommage, je devrais pas me brader, je devrais pas me vendre parce qu'il faut que je puisse en vivre et que c'est pas comme ça que ça fonctionne et je devrais m'imposer et que si j'ai vraiment envie de percer dans ce métier il faut que... Il faut que je fasse ci, faut que tu fasses ça, le mec il m'a expliqué comment fonctionnait mon métier. Dans deux ou trois pavés comme ça où on tournait en rond parce que moi je lui disais pas de prix et au bout d'un moment il m'a rendu ouf et du coup je lui ai dit ok bah tu prends comment ? Tu prends en facture ? Tu prends en cachet ? Tu ne factures pas pareil parce que du coup en facture tu vas payer plus contrairement au cachet où tu vas moins te faire taxer. Il me dit en facture, du coup je lui dit : ok c'est 300 balles la journée il m'a laissé en vu, il m'a jamais répondu.

Annexe 17 : Entretien no. 7, Jeanne, 26 ans, photographe, graphiste et directrice artistique

Réalisé le 03/05

Quel est ton travail et depuis combien de temps ?

Du coup moi je suis graphiste et photographe, j'ai un peu cette double casquette mais le graphisme il prend toujours un peu le chemin d'image en premier. Je n'ai pas une pratique hyper typographique ou hyper branding mais je pense que, vu que je fais une image, je mets vraiment la place de l'image au centre des questionnements, et ça autant en freelance que quand je travaille dans des boîtes, en tant que *free* aussi. Après mon diplôme, j'ai fais beaucoup de *free* dans un studio de scéno et design produit sur Paris. Et en gros, c'était un peu ma première expérience. J'avais déjà fait un stage avec eux qui c'était bien déroulé et, justement, on a continué à collaborer ensemble parce que eux dans leur DA globale, ils cherchaient vraiment à montrer leurs pièces et aussi à développer un peu leur protocole en interne en fait : à rendre les documents plus beaux en interne, mais aussi avec de la clientèle. À côté de ça, j'ai toujours fait des photos, des shootings en *free*. Depuis 3-4 ans je pense. Je pense que j'ai même plus de clients shooting que de clients graphisme. Parce que je me suis toujours insérée dans des boîtes pour le graphisme et j'ai un peu fait ma sauce à côté en photo. Après Dopple je suis rentrée chez (magazine de mode) pendant un an en tant que directrice artistique. Donc là on gérait un magazine de 400 pages avec des marques des shooting à organiser.

C'est un magazine qui sort tous les combien de temps ?

C'est un biannuel, et le magazine, il est installé depuis 13-14 ans. Donc ça fait quand même déjà un moment que c'est là, et moi, je mettais en place les shootings, je faisais les 400 pages du magazine et après, on avait tous une partie digitale aussi, ou il y avait à la fois de la présence mode et de la présence plus news, une sorte de média en fait donc fallait mettre en page assez frénétiquement des contenus chaque jour. Et une petite partie plus commerciale aussi où on faisait des reels pour des marques. Donc là on était vraiment sur du suivi de projet de chercher le talent, faire le fitting.

Donc tu coup tu faisais un peu le recrutement ?

Ouais. C'était plutôt du conseil de talent à mon directeur. Et lui, après voyait avec la marque et ils décidaient eux de leur côté. Moi, j'étais rarement en réunion clientèle. Mais j'étais plus

sur la phase d'avant pour le briefing et les moodboards et tout ce qui s'en suit. Donc, ça m'a appris pas mal de choses ce truc de suivi de projet parce que c'était assez global. Du coup là, depuis peu de mes expériences, je veux privilégier plus le freelance pour moi quoi et augmenter un peu la part graphisme dans les missions clientèle que j'ai pour moi quoi.

Est-ce que tu peux me donner la formation que t'as faite et si tu peux me donner le nom de l'école ?

Alors moi je vais revenir un peu bas parce que du coup j'ai fait un bac Arts Appliqués. Donc déjà, tu vois dès 15 ans j'avais un peu choisi de faire ça, à Strasbourg au lycée Le Corbusier. Donc trois ans de bac très technique ensuite j'ai enchaîné avec un bts design graphique encore à Strasbourg dans la même école.

C'est une école un peu reconnue non ?

C'est assez bien. Déjà moi je suis une enfant du public, j'ai fait tout dans le public et j'y tiens. Donc, ouais c'était un bts hyper technique. Et suite à ça, j'étais un peu bridée. Je voulais un peu plus de liberté créative. Maintenant que j'avais le bagage technique, je me suis dit qu'avec ça je peux créer des trucs un peu fofou. Donc j'ai choisi d'aller aux Beaux-Arts à Nancy. L'école c'est l'Ensad Nancy qui a un pôle graphisme qui est hyper reconnu en France. On est dans les trois meilleurs donc on a des intervenants qui sont des professionnels, c'est des freelances parisiens qui viennent exprès à Nancy pour nous faire cours. Et là-bas je suis rentrée en équivalence, j'ai fait la Licence et le Master. Et après, j'ai été diplômée de cette école là avec un diplôme où j'ai fait des recherches photos dans un laboratoire de recherche en sciences des matériaux. En gros, c'était un peu comme une résidence photo. Je suis resté un an là-bas et j'ai rencontré les équipes de recherche et j'ai essayé de montrer la recherche pas les images faites par le CNRS qu'on a l'habitude de voir mais des images un peu plus poétiques et un peu plus auteur. De ce que moi je vois dans leurs métiers à eux, que eux en fait, ils n'y font même pas gaffe par exemple. Moi, j'arrivais à discerner des choses et du coup cette discussion-là autour des images elle était hyper cool. Sur mon instagram j'avais mis des photos solo et aussi le livre.

T'es sortie en quelle année de l'école du coup ?

Je suis sortie en 2021, 2022 donc ça ne fait pas si longtemps.

Tu n'as pas commencé à travailler pendant le covid ?

J'ai pas commencé à vraiment travailler pendant le covid. J'ai été diplômée covid un peu, et pareil je faisais déjà des missions en freelance en étant encore à l'école. Mais la période covid m'a stoppé dans mes missions freelance.

Et du coup tu as un statut d'auto-entrepreneur ?

Je suis artiste-auteur depuis 2018. Au début, rien hein (rires) juste 2 missions par an.

Et j'ai jamais changé de statut je suis toujours en artiste-auteur

C'est mieux non ?

C'est pour gérer les droits d'auteur, mais il y a un énorme abattement, je donne beaucoup à l'URSSAF (rires). Dans une entreprise c'est aux alentours de 20% et là c'est 32%. Et on cotise pas pour la retraite donc c'est un truc assez précaire, on a pas de mutuelle. Je fais une parenthèse mais il y a un truc, une start-up qui s'appelle jump, qui est française et qui te fait un contrat de travail et une assurance, tu restes freelance avec tes missions comme d'hab et en fait eux ils te protègent.

J'avais l'impression que c'était mieux d'être artiste-auteur que auto-entrepreneur.

j'ai toujours entendu les deux sons de cloche de c'est mieux si, c'est mieux ça. Donc, moi j'ai jamais trop su.

Donc là t'as quitté (magazine de mode), donc t'as démissionné ?

Alors moi j'ai toujours été employée en freelance dans les boîtes dans lesquelles j'ai travaillé, donc c'était même pas des CDI. C'est un peu le grand malheur des boîtes créa dans le milieu et de la mode encore plus, Des Jean-Paul Gaultier des Balenciaga, ils emploient en freelance ça fout les boules je trouve. Donc j'ai été en freelance pendant un an chez eux et là, j'ai décidé de partir pour faire plus de freelance pour moi, moi. Au moins j'ai pu partir un peu du jour au lendemain, j'ai pas ce truc d'être lié un peu à mon patron donc ça fait des désavantages qui sont hyper nombreux, mais ça fait quelques petits avantages.

Et tu veux te concentrer plus sur la photo ou sur le graphisme ?

Sur les deux, en fait, je ne vais pas en valoriser un plus que l'autre, je vais continuer à avoir les deux casquettes mais j'aimerais continuer à faire un peu de vous l'édition du papier quoi. Parce que je viens de là, en fait, j'ai fait un BTS qui était vraiment hyper spécialisé là-dedans et c'est ce qui me fait un peu plus kiffer que les cultures numériques en vrai.

J'ai un ami collaborateur qui lui est webdesigner et du coup on va bosser pas mal tous les deux pour avoir encore plus de casquettes, parce que lui il fait du webdesign, il est graphiste, moi je fais la photo, je suis graphiste. Donc, on va essayer d'avoir une espèce de sphère de compétences hyper communes pour démarcher des plus gros clients qui ont plus de fric, quoi. Faut savoir que le marché de l'imprimé, du papier ça vaut rien, c'est juste des petits délires de marque qui se font plaisir.

Est-ce que dans ta formation ils vous ont un peu parlé de l'importance des réseaux sociaux, notamment d'avoir un Instagram professionnel ? Je sais que souvent vous faites un site internet mais est-ce que Instagram ça a déjà été mentionné ?

Instagram, ça n'a jamais été mentionné, site web un peu, on a eu des trucs du genre workshop pour confectionner un site qui en fait. T'as une page blanche t'a marqué ton nom et ça s'arrête là parce que c'est hyper compliqué de coder un site et ils pensent qu'en une semaine on va réussir. C'était un peu pour dire à mes yeux, avec du recul. Tout comme toutes les notions de comptabilité, etc. On n'a jamais vraiment eu de cours. Donc c'est un truc qui manque dans les écoles mais drastiquement. Instagram, c'est toujours un peu, je pense, un peu méprisé. Moi mon point de vue sur ça c'est que je l'utilise vraiment comme un outil. J'ai jamais eu de compte pro ou de compte perso, j'ai eu Instagram en 2012 au collège. Et après, j'ai fait un gros nettoyage évidemment, quand j'ai vu que c'était ma vitrine.

Mais tu le considères pas comme ton compte professionnel ?

Si quand même par exemple je me dis en story et je mets ma petite vie et en post feed c'est que des photos faites à l'appareil photo par exemple. J'essaye de mettre des trucs propre en feed et plutôt de clientèle et en story c'est deux trucs de de vie quoi. Et le site web pour moi il est...C'est un peu comme le livre, c'est un peu un kif perso de ok, je code un truc marrant ou très propre ou très brandé. Je sais que moi on parle de quelqu'un j'ouvre même pas google, j'ouvre direct Insta et je tape le nom donc je pense que c'est des réflexes hyper nouveaux. Mais j'ai plein de contre-exemples à t'expliquer après.

Est-ce que t'as le mode professionnel sur Instagram pour voir les statistiques ? Est-ce que tu sais t'en servir ? Est-ce que ça t'apporte quelque chose ?

Quand je sais que je poste en *feed* un truc un peu pour le kiff mais pas forcément avec un client je m'en fous. Même si c'est une belle image et que l'image me tient à cœur, je m'en fous. Mais quand c'est un contenu clientèle, je regarde tout le temps les stats surtout les

impressions et le nombre d'envois à d'autres. Je ne sais plus comment ça s'appelle mais tu sais les gens qui se l'envoient entre eux. Et souvent ce truc de je l'envoie à quelqu'un d'autre c'est un peu ça mon curseur. Je me dis: ok, ça ça a marché. Pas forcément au nombre de *likes* mais au nombre d'envois ou d'enregistrements. En fait non je dit n'importe quoi les envois on les voit plus depuis quelques années et maintenant c'est l'enregistrement depuis quelques années en France parce que dans d'autres pays c'est encore valable en France il y a une politique de confidentialité qui bloque ça. Mais oui je parlais des enregistrements des gens qui *save* le truc, et c'est un peu ça mon curseur. Après, je sais que dans mes abonnés il y a énormément de graphistes donc forcément t'enregistres et tu ranges dans une base de données où tu viens prendre de l'inspiration plus tard.

Tu connais un peu du coup ta base d'abonnés ?

Étant passée par les Beaux-Arts il y a énormément d'étudiants aux Beaux-Arts de toute la France. Parce que je sais que moi, j'étais dans l'école à Nancy qui était vachement reliée à Lyon. Donc énormément d'étudiants qui sont encore à l'école ou qui sont sortis depuis 5 ans. Quand tu postes un projet clientèle j'ai fait un projet avec Vuitton où je les tags. Ça, ça ramène énormément de professionnels qui sont installés déjà depuis 10-15 ans. Beaucoup de parisiens et je pense que dans l'esthétique que je porte sur mon compte qui est quand même lisse, hyper sharp ça parle aussi...J'ai beaucoup de danois abonnés (rires) du coup c'est un petit kif j'avoue. J'ai beaucoup d'allemands qui sont abonnés à moi donc ça me fait rire, ça pourrait être des suisses mais non même pas tant.

Est-ce que avant t'avais un blog ou un truc comme ça ?

Euh moi j'ai pas été une enfant de facebook, tumblr ni rien. J'ai eu Instagram après en espèce de moodboard pendant des années j'étais sur pinterest.

Est-ce que tu t'imposes une fréquence de posts ? Est-ce que tu sélectionne tes posts ?

Non, moi j'ai aucun planning, rétro-planning de posts parce que déjà je post pas tous mes projets clientèle, ça c'est sûr.

Tu postes ceux qui te plaisent ?

Je poste vraiment ceux qui sont en vitrine, qui me représentent, et ça c'est grave par vagues, j'ai des périodes où je travaille beaucoup d'autres où je travaille beaucoup moins. Là par exemple j'étais un an chez (magazine de mode), j'ai fait beaucoup moins de projets free parce

que je faisais 50 heures par semaine donc faire des trucs à côté c'était un peu chaud. Donc pendant un an j'ai pas posté énormément et je ne me fie pas du tout à un rétroplanning. Par contre j'ai bossé dans des boîtes où eux c'est planifié genre un mois à l'avance. On travaille avec des CM qui planifient tout, mais pour moi perso non.

Est-ce que tu considères ton compte un peu comme un archive ou au contraire tu supprimes des trucs régulièrement plus comme un portfolio ?

Ouais, je pense que c'est plus qu'un portfolio parce que les images que j'ai, même si elles ont 10 ans si elles collent encore à mon esthétique actuelle. Et je pense que en tout, j'ai dû faire 5-6 gros tris mais c'est pas comme une archive où j'ai pas 600 posts, non. Je dois avoir 80 posts grand max depuis 2012. Mais tu vois, j'ai beaucoup trié, j'ai beaucoup archivé. Je ne garde pas forcément et en plus vu que c'est pas une archive de vie c'est vraiment un truc très travail finalement. Je garde pas des souvenirs du travail.

Est-ce que tu mets des photos de toi, des identifications, c'est quoi ta politique par rapport à ça ?

Sur mon feed j'ai aucune photo de moi, en *story* je dois en avoir si quelqu'un m'identifie et que je serai à même de reposer, dans les identifications c'est surtout des choses graphiques de travail et je dois avoir une ou deux photos de moi de loin, dans un groupe de cinq personnes. Et d'ailleurs moi j'ai eu LinkedIn très tard il y a deux, trois ans. Et j'étais en mode putain tout le monde mets sa photo et tout délire. Parce que sur Instagram, même les graphistes, ils ne montrent pas vraiment, il y a pas un truc de culte de la personnalité hyper poussé comme les archis plus déjà. Les graphistes on voit jamais leur tête sur leur site, pareil jamais et en arrivant sur linkedin j'étais en mode : putain va falloir que je le fasse. Donc je l'ai fait mais ça m'avait un peu choqué ce truc de l'image parce que j'étais plus habituée.

Après il y a aussi ce truc de si tu postes une photo de toi tu vas faire beaucoup plus de stats ?

Oui oui le *reach* il est très différent en fait et ça dépend aussi de est-ce que j'ai posté récemment. Parce qu'il y a des périodes creuses où je ne poste rien ni story ni posts pendant un mois, je mets une story : wha. Mais ça moi je m'en fous en photo en fait. Il y a des gens, je pense ils relancent un peu Instagram avant de poster un truc. Moi, honnêtement c'est ma vitrine mais pas au point que je mette une énergie folle.

Est-ce que ton instagram te sert pour qu'on te démarché dessus professionnellement ?

Ouais. Moi je dirais que c'est presque 50%...

Entre ça et les mails ?

Ouais. Je dirais que c'est presque 50% de gens qui viennent par Insta en DM suite à mes images ou truc con mais des fois il y a des gens qui cherchent des graphistes et photographes en story je réponds et du coup tout passe par insta.

C'était ma question justement, est-ce que toi aussi tu réponds à des story comme ça ?

Ouais, après je fais une grosse sélection c'est si le profil me parle et le projet. Mais ouais, ouais, ça m'est arrivé plusieurs fois de te répondre et d'avoir le projet comme ça.

Entre le site internet et le compte instagram tu garderais quoi ?

Ah mais je garde Instagram même pas question. Mais après tu vois, je ne sais pas si je garderais Instagram vraiment en tant que truc pro. En fait, ça allit deux trucs que j'adore, c'est-à-dire que c'est à la fois ma vitrine et c'est à la fois genre mon kif perso de mon feed avec des choses que j'aime et vu que c'est esthétique ça me fait kiffer quoi. Et même, tous mes amis je leur parle sur Instagram, j'ai des clients sur Instagram. C'est un peu le melting-pot de: oh putain y'a toute ma vie là. C'est même l'application de mon téléphone que je garderai, y'a rien d'autre pour moi. Et je me dis: putain, c'est glauque. C'est hyper glauque de penser comme ça et d'y mettre autant de d'attention. Moi, je sais que j'étais partie en vacances l'été dernier. J'avais dit: allez je fais une digital detox. (rires) J'ai coupé pendant une semaine mais c'était dur. J'avais envie de regarder tous les soirs et heureusement que y'avait ma meuf à côté parce que ça tenait qu'à moi mais j'aurais rallumer instant.

Est-ce que c'est pratique pour garder contact avec des gens du travail dans une façon un peu plus informelle ?

Je pense que c'est une facilité par exemple, je sais que des fois, je parle à mes anciens collègues pas en mode, coucou ça va. Mais ils mettent une story je suis en mode : ah délire, trop beau ton chien ah au fait ça va ? Mais moi à part si c'est mes vrais amis et tout mais si c'est des connaissances de travail je réponds toujours par rapport à un projet ou par rapport à une story, je ne vais jamais vraiment leur parler en direct dm.

Est-ce que tu es satisfaite de ton compte ? Il te plaît ou est-ce que t'aimerais faire plus d'efforts dessus ?

Euh alors je me dis toujours que, vu que j'ai les deux casquettes de designer graphique et de photographe je suis toujours un peu dans l'imposture en mode, putain il y a que des photos, il y a pas de design graphique. Non, sinon il me plaît bien enfin je pense que je suis arrivée à un stade où si je poste une photo c'est que je sais qu'elle va aller dedans. Je crois qu'il y a des gens qui ont des trucs de visualisation de grille, je n'ai pas ça mais j'arrive assez bien à me projeter, à me dire: euh ok, putain, ça va aller dedans sans me mettre des grandes contraintes de euh carré blanc là ça fait un truc par 3 ça je m'en fous. Je n'ai pas de vidéo je suis en train de me dire.

T'aimerais bien développer ça ?

Non, déjà que dans ma pratique je suis pas la reine d'after effects et tout le bordel. Je me verrais mal mettre des *reels*.

Est-ce que tu considères que c'est obligatoire d'avoir un instagram un peu pro pour faire le travail que tu fais ?

Bah justement je vais te parler des contre-exemples parce que moi l'esthétique c'est mon grand kiff pour moi donc ça me fait totalement kiffé d'avoir ça et de me dire: ok, ça me représente, c'est moi. Les gens, quand ils me visualisent, ils voient ça, ils ne me connaissent pas. Mais par exemple, Valentin mon collaborateur dont je t'ai parlé, le web design, son Instagram c'est ça. Ça fait dix ans que je le connais et ça fait 10 ans que sur Instagram c'est ça. Et il a tout autant de clients que moi. Donc son Instagram est vide, il a une photo noire, il a aucun post.

Mais peut-être qu'il se sert de l'application pour contacter des gens tout de même.

Lui il contact des gens, les gens le contact via son instagram mais en fait, lui, justement, son point fort, c'est son site web qui, par contre, là est poussé à un point extrême parce que là les gens voient rien alors ils cliquent sur le site en bio et ils se disent : Ok, le gars est chaud, ok.

Mais du coup il y a un peu une balance qui est genre tout en bas et tout en haut. Alors que certaines personnes ont plus un équilibre, certaines personnes ont juste un instagram qui est du coup très haut en fait, ça dépend de où tu mets ton énergie, je pense.

Et tu vois lui il a 25 ans, donc c'est un exemple récent, mais je pense à un designer graphique qui a presque 50 ans, qui s'appelle Christophe Godard, qui n'a jamais eu Instagram, jamais eu

les réseaux sociaux. Et le gars il est exposé au musée du graphisme à Chaumont aussi, fin le gars c'est genre le papa du graphisme et ça a toujours été son cheval de bataille de dire : arrêtez de penser que c'est primordial, genre ça ne l'est pas. Et il a un rapport hyper sociologique aussi à ça de : oh vous regardez votre feed vous êtes trop contents de vous et tout m'a ça représente pas quand votre projet il est bien sourcé, bien amené et que un rapport client se passe bien. Tu peux avoir le plus Insta du monde mais tu sais pas gérer de clients quoi. Ou alors il y a aussi ce truc de poster en tant que créa des fakes projets en mode pour avoir du contenu et montrer que tu sais manipuler techniquement, sauf que t'as pas la clientèle derrière. Donc ce truc de fake projets je pense qu'on le fait beaucoup quand on est à l'école parce qu'à l'école c'est que ça. C'est primordial j'avais que ça aussi. Mais des fois on voit des graphistes genre de 30-40 ans continuer un peu à le faire. C'est bizarre ce rapport de montrer que je suis capable de mais sans avoir de clients. Est-ce que ça m'aide à démarcher des gens dans cette voie-là ?

Peut-être que la différence entre graphiste et photographe c'est que le but d'un photographe même de mode c'est de bosser pour lui et d'avoir l'argent de bosser pour lui, de financer ses projets. C'est vrai que graphiste, c'est quoi, qu'est ce qu'on a envie de faire genre de montrer, partir sur une démarche artistique personnelle peut-être.

Quelles sont tes recherches à toi mais même en tant que photographe, je sais que moi je suis un peu dans une démarche où je me dis: ok, produits j'ai, scéno j'ai, mode merde j'ai pas.

Parce que la pub c'est une frustration énorme, t'as un cahier des charges.

Exactement mais je me suis dis: est-ce que je le mets en valeur, est-ce que je fais un fake projet pour dire que j'en suis capable, mais non, fin j'ai vite fait le tour et je me suis dit que non pas du tout. Mais t'as un peu ce truc du coup de la surenchère de je suis capable de tout faire, prenez-moi. Je vous montre sur mon instagram que je suis capable de tout faire. Moi, je suis un peu vieille école mais les gens qui savent tout faire, ils savent peut-être pas tout faire bien et que il y a forcément des gens qui ont des aptitudes plus serrées mais c'est des boss et on prend quelqu'un pour ces capacités.

Je m'étale mais il y a aussi ce truc d'uniformisation, Instagram...

Rien que le format de l'application.

Bah autant en temps que format que en tant qu'esthétique. Forcément, quand tu vois une sorte d'image tout le temps t'as envie de reproduire et du coup bah c'est le serpent qui se mord la queue en mode, déjà vu, déjà vu, déjà vu, déjà vu. Donc, c'est aussi dur de sortir de ça.

Est-ce que il y a des différences pour monter son réseau en tant que graphiste et en tant que photographe?

Moi dans mes contacts avec qui je travaille ou j'ai travaillé ou j'aimerais travailler j'ai presque aucun photographe. Vu que je suis toujours au service de j'ai plus des gens qui sont pas dans ma branche : des retoucheurs, des designers produit, des scénographes.

Des fois en photographie c'est du copinage jusqu'à la question des compétences et clairement mise de côté.

Ah ouais ? Alors que non. Je dis pas que tout le monde peut être photographe loin de là mais vu que être graphiste c'est plus, c'est plus technique on va dire: tu peux pas prendre un rigolo parce que c'est ton pote parce que si il fout la merde dans ton projet ou si c'est très précis. C'est plus compliqué je trouve de prendre quelqu'un qu'on connaît parce que il faut que sa pâte colle au truc, il faut qu'il soit compétent, très technique en fait il y a plus de cases à cocher je pense.

Ah oui, et j'ai vu en regardant ton insta que t'avais le projet E et je voulais savoir si tu pouvais m'en parler un peu plus genre comment ça se passe et après le lien du coup avec Instagram.

Ah, ouais j'avoue je n'avais pas pensé à ça. Bah E c'est moi et quatre potes du master de Nancy. Pendant le confinement, on a monté un peu ce truc incongru en mode : on se fait chier, c'est le confinement et si on faisait une plateforme pour montrer le travail des étudiants au même plan que le travail des pros. Donc on avait, je crois, à l'époque 1 post par jour c'est énorme de boulot d'étudiant, boulot de graphiste machin mais aussi photographe. C'était plutôt arts graphique on va dire. Et après on s'est dit: oh on va faire encore mieux, on va faire des lives Instagram tous les vendredis où on va rencontrer des graphistes et on va leur parler dans une discussion hyper informelle, pas préparée du tout. On aurait peut-être dû d'ailleurs (rires) et en fait ce truc-là il a été possible parce que clairement, c'était le confinement et que les gens étaient chez eux, parce que tu fais ça maintenant, un vendredi soir à 18 heures. Il y a 30 personnes qui regardent quoi.

Et donc on a réussi un peu à rencontrer des gens hyper cools tous les vendredis pendant, je pense, presque un an. Ça, c'était vraiment la première phase qui nous a fait connaître et ça, c'est le genre de truc les étudiants ils adoraient quoi. On a fait vachement grossir la communauté avec des étudiants et quelques pros, parce que quand tu vois que machin est passé, ah bah vas-y, allez, je me tente, je le fais. Tu vois on a réussi à faire grossir le truc comme ça.

Et les pros vous les contactez par Instagram ?

Exactement tout passait par Insta. On passait en DM pour proposer aux gens, on mettaient des story on faisait les lives et les posts. Et du coup après ça nous a amené à faire une résidence où on avait une énorme galerie et dedans pendant 2 mois on avait des bureaux fictifs. Tout l'archétype des bureaux: des chaises, des trucs, des tables, une secrétaire à l'entrée avec un vieux téléphone, un tableau Veleda et tout. Et en fait nous on travaillait à distance sur ce truc, donc en fait dans la galerie, sur les écrans il y avait une retranscription de nos écrans à Paris. Donc c'était hyper Meta. Ce truc qui partait d'Instagram entre potes, boire des bières sur Instagram le vendredi, ça nous a amenés en galerie, en expo, ça nous a amené à faire des résidences. Là on est en résidence au Signe à Chaumont, donc quand même l'institution nationale du graphisme, quoi.

Et vous n'avez pas du tout monter le projet en pensant ça ?

Ah mais pas du tout nous on était vraiment en mode : ah on se fait chier on va acheter des goudales et on va manger des chips. Et le truc a pris de l'ampleur. Maintenant, beaucoup de graphistes parisiens connaissent E, beaucoup de curateurs aussi. On a eu de la chance de rencontrer les bonnes personnes au bon moment et que ça monte bien sans que l'on ait la moindre idée derrière la tête, vraiment pas. Donc, on a fait pas mal de trucs comme ça, et là on continue, on est en résidence au Signe mais c'est un investissement monstre parce que on a tous une pratique à côté quoi. Donc, forcément, ça prend plus de temps que si c'était un projet où t'étais en full time dessus. C'est toujours des délais monstrueux genre on met un an à monter un projet. On a fait un festival aussi l'année dernière. Mais ça c'est une grande partie de temps en off. On passe des soirées à faire des skype tous les quatre mais on y tient parce que c'est notre bébé. C'est pas rémunérateur c'est jamais payé.

C'est pas rémunérateur mais ça t'aide pour trouver du boulot ?

Ouais les gens connaissent E et même le truc associatif au service de sans rémunération, je pense que les gens se disent que c'est intéressant, je pense que ça joue en notre faveur.

Et j'ai oublié de poser la question tout à l'heure mais quand tu bossais chez (magazine de mode) du coup, tu te servais d'Instagram même si t'étais pas à la prod pour les shootings ?

J'étais surtout aux moodboard, donc forcément Instagram. Moi, dans mes enregistrements insta j'ai un dossier (magazine de mode), j'ai un dossier Jeanne et j'ai des centaines de trucs enregistrés en vrac. Je suis pas la pro du rangement pour ça mais ouais c'est un réel outil et quand je parlais avec mon boss on avait Instagram ouvert. Donc c'est vraiment au cœur des pratiques, aussi de ce que faisaient les autres magazines et les autres médias on se renseigne là-dessus, tu vois. Donc ouais c'est hyper central.

Ah si j'ai encore un détail plus technique à ce sujet mais du coup il a fallu que j'apprenne en mode les marges d'Instagram : ah on va mettre la typo ici parce que c'est là que le petit bouton cœur est ça va taper pareil. En fait il y a des marges à respecter, il y a des trucs hyper pointus.

C'est toi qui faisait les posts Insta ?

Ouais, tout le contenu sur Instagram tout est charté. En fait, on est en mode : Instagram a encore changé, ils ont fait une mise à jour, il faut décaler de 2 pixels la typo parce que sinon ça fait bordel. En fait c'est tellement en constante évolution qu'on doit faire gaffe.

Pour le sociologue Jean-Samuel Beuscart, Instagram ça devient plus un média que vraiment un réseau social.

Ah totalement, et même dans les libertés qu'on a de publier des choses chez A, on avait tous les jours des petites news qui sortaient et du coup là, par exemple, Israël-Palestine, on est obligé de mettre une * au a de Israël ou de Palestine pour pas qu'Insta nous ban. C'est des choses à anticiper, je ne sais même pas quoi en penser. Moi après dans ma vie perso, je suis pas confrontée à ça parce que je poste rien de politique, afin genre 4 fois par an.

C'était une de mes questions justement.

Des fois je poste quelques petits trucs queer. Non en vrai vu que je porte quand même un regard à quoi ça ressemble ça reste toujours un peu beau même en *story*. Mais pour des trucs qui me tiennent à cœur je le poste en story mais c'est assez rare.

Qui gère la communication sur le compte d'E ?

On a tous les codes mais y'a une personne qui doit faire les posts, on est tous graphistes donc en soit on est pas vraiment formés à ça on apprend un peu sur le tas. Et t'inquiète pas qu'il y a toujours une faute, du coup on fait modifier le post du coup il y a aucun *reach*.

C'est toujours un peu artisanal. C'est même très, très, très, très artisanal.

C'est marrant tu racontais que même chez (magazine de mode), c'est un peu artisanal aussi parce que tout le monde apprend sur le tas.

C'est totalement artisanal, combien de fois on supprime pour remettre et du coup ça *reach* pas. C'est un peu chaotique aussi ce truc. J'ai un compte, je sais pas trop comment appeler ça fantôme genre pour tester les formats pour voir si j'ai respecté les marges en privé. Et je pense que tout le monde à ça.

Est-ce que du coup chez (magazine de mode) avec le développement des *reels*, ils vous mettaient la pression avec les vidéos ?

Totalement, en un an...au tout début où je suis arrivée on postait un *reel* par semaine maintenant c'est 2 par jour. Par exemple là je sais qu'en ce moment je suis partie, mais là ils sortent les couvertures du magazine qui vient de sortir. Et ça fait une semaine qu'ils ne postent absolument rien pour que. Là ils ont enchaînés genre 6 couvertures en post pour que ça *reach* assez bien, c'était quand même assez réfléchi.

C'est combien d'abonnés ?

C'est 139 000 je crois, donc quand même.

Et du coup quand tu fais tes shooting photo pro ou perso, est-ce que tu cherches sur Instagram par exemple, d'autres membres de l'équipe maquilleurs, coiffeurs, etc ?

Oui c'est indispensable parce qu'on fonctionne beaucoup au repartage. Donc à la fois on met les @ des gens de l'équipe.

Tu veux dire sur le post pour mentionner des gens ?

Dans la caption on mentionne les @, en identification on mentionne les gens et il y a même un deuxième volet par exemple, là y'a une couverture qui a été faite avec Eva Queen en

collaboration. Et du coup elle ça apparaît sur son truc et donc là le *reach* il est démoniaque, c'est énorme.

Et du coup vous faites attention à mentionner tout le monde chez (magazine de mode) ?

Même la coiffeuse et la maquilleuse sont mentionnées ?

Ouais on mentionne les assistants tout le monde. Aussi bien sur Instagram que dans le print.

Annexe 18 : Retranscription entretien no. 8. Kylian, 23 ans, photographe amateur

Réalisé le 05/05

Comment tu t'es formé à la photo et depuis combien de temps tu fais de la photo ?

Moi, ça doit faire à peu près 10 ans que je fais de la photo mais ça fait vraiment 5 ans que j'en fais de façon professionnelle. En gros, j'ai des clients et pas juste des collaborations avec des potes. J'ai commencé la photo vraiment à en faire avec mes potes.

Et tu t'es formé par l'expérience ou tu regardais des vidéos aussi ?

Il y a eu un peu des deux, j'ai commencé par l'expérience. En vrai, quand tu commences, c'est vraiment faire un bon cadrage, maîtriser ce qu'on appelle le triangle d'exposition. Arrivé à un certain niveau on va dire, j'ai commencé à regarder pas mal de tutos. Donc y'a eu ça et il y a aussi eu à Gustave Eiffel, l'atelier photo. J'y suis allé peut-être trois ans, quelque chose comme ça. Donc, il y a eu un petit peu de tout ça.

T'as jamais envisagé de faire des études dans la photo ?

Justement au début ouais, j'avais postulé pour un bts photo, j'ai été refusé. C'est très sélectif, je pense aussi que ça se fait par contact ce genre de milieu, je n'avais pas forcément de books de choses comme ça quoi.

Qu'est-ce que tu veux faire avec la photo justement maintenant que t'as un statut un peu pro et que tu commences à bosser ?

Déjà faut savoir que j'ai mis du temps à comprendre ce que j'aimais en photo, ce qui m'attirait, et j'ai mis du temps à mettre des mots sur ce que je voulais faire. Parce que le plus souvent tu vois un petit peu les mêmes choses sur Instagram et en termes de photos. Et le côté photographie créatif, j'ai mis du temps à le trouver parce que j'ai commencé à chercher à m'abonner à certains comptes. Comme Camille DCGS sur insta et en fait. Maintenant, j'ai envie de faire des photos créatives, du portrait créatif et de proposer des sortes de séances de thérapie par l'image. Ou, en gros, je crée un projet, on va dire un petit peu imaginaire, du baroque plein de styles et je fais un projet et je propose aux clients enfin on va dire clientes parce que je n'ai pas forcément d'hommes qui viennent me voir.

C'est des clientes qui viennent, par exemple, pour leur book ou des trucs comme ça ?

Avant, avant, c'était ça. Il y a encore un petit peu de ça parce que je considère que la photographie, c'est un milieu d'opportunistes.

Ils viennent sur Insta ?

Ouais ils viennent sur insta. Bah après vu que j'ai lancé mon site. J'ai un petit peu aussi des gens qui me contactent par mon site. Mais c'est vraiment majoritairement insta et bouche-à-oreille. Mais du coup, j'aimerais bien monter mon entreprise et proposer des formules avec telle ou telle installation qui dure un ou deux jours, et tu réserves ton créneau.

Et à côté du métier que tu prépares avec ta formation ou exclusivement ?

Non, c'est vraiment à côté, mais je me dit que je fais ça d'un côté au cas où à la fin de mon master, quand il faudra rechercher un job pour que je puisse faire ça en attendant. En fait c'est un peu cool parce que dans ma formation je peux aussi devenir directeur artistique et faire un petit peu de chefferie de projet et en fait, on est pile dans ça quoi. Ça me permet de développer des compétences que je n'aurais jamais pu faire, par exemple, l'été dernier, j'ai été photographe de plateau. Donc, j'ai pu faire des photos backstage d'un court-métrage, j'ai même pu faire un peu de vidéo vu que j'étais aussi droniste.

Tu te formes aussi à la vidéo, t'essayes d'avoir plusieurs casquettes ?

Bah pour les réseaux je suis obligé de faire de la vidéo du coup.

T'as l'impression que t'es obligé de faire des reels ?

C'est ça parce qu'Insta a complètement abandonné on va dire les images. Pour garder ceux qui font de la vidéo et qu'ils ne partent pas sur tiktok, ils ont été obligés de leur proposer un truc un petit peu plus attrayant.

T'as un compte Tik Tok ?

Ouais, mais je ne l'ai pas ouvert depuis 5 mois. J'ai 0 posts sur TikTok. Je suis vraiment axé côté esthétique, j'aime bien faire des trucs beaux et le problème sur Tik Tok c'est que c'est juste du *bullshit*, tu postes, tu postes même si c'est pas beau visuellement, tu postes.

Depuis quand est-ce que t'as un compte instagram un peu professionnel ?

Je pense, depuis 2018-19 c'est là où avec facebook, tu peux créer ton compte professionnel.

Moi j'avais créé mon compte professionnel tu vois ça te permet ça me permet d'avoir le petit intitulé photographe tout ça. Quand je me suis mis au portrait, donc en première je me suis dit que ce serait intéressant de faire un autre compte.

Et du coup ça t'aide d'avoir les stats ? Comment t'as appris à te servir de ça ?

Je pense avec l'expérience comme tout le monde. Tu créer un truc, tu vois que ça marche pas franchement, puis tu changes ta façon de faire et là ça marche un petit peu plus, notamment par les hashtags, par les promotions, savoir quel poste avec lequel tu dois faire une promotion et un petit peu ce truc de à quelle heure je poste, quel jour je poste et ainsi de suite.

Toutes les photos que tu prends sont sur ton insta ?

Pas tous nan. Faut savoir que quand t'es photographe en général, tu mets la moitié sur insta et la moitié, ça te permet juste de créer. Pour garder ton niveau et même pour évoluer, tu dois continuer de produire. Parce qu'en fait ça entretient ta créativité. Au début j'ai eu du mal à me dire: ok, ce projet, j'aime, enfin, j'aime ce que je fais. Au début, c'était vraiment un truc du style: je me dis que j'aurais pu mieux faire ou c'est pas forcément le visuel que je voulais avoir. Au fur et à mesure t'évolues, et là tu dis: ok, ça j'aime bien. Et après ça va être un peu des hauts et des bas, des trucs que t'aimes, des trucs que t'aimes moins que tu vas pas forcément poster, c'est juste pour t'entraîner.

Tu fais des tris pour garder une certaine cohérence ?

C'est ça, et là, j'ai atteint un niveau en fait, les projets que je fais, c'est des projets que je suis sûr que je vais aimer parce que c'est vraiment très poussé et parce que je sais que j'atteins une certaine qualité.

Du coup, est-ce que tu considères que tu t'investis beaucoup sur ton Instagram ?

Avant, je regardais pas le nombre d'heures que je mettais sur insta, mais là je me suis mis un petit widget et donc tu vois là je suis à une heure sur Insta. Et donc hier je suis resté une heure sur insta. Donc c'est à peu près une heure par jour.

Mais une heure où tu gères ton compte plus que tu consommes du contenu ?

En fait, c'est un petit peu des deux. Moi, je trouve l'inspiration en regardant ce que les autres font. Et en fait, c'est à partir de ça que je fais des connexions. Et après y'a aussi ce truc de au-delà d'inspiration, je vais un peu gérer ma page, je vais faire des stories, je vais faire des

posts aussi. Vu que là depuis novembre, j'ai changé ma façon de faire les posts. Et il y a aussi ce truc de je vais rechercher des gens. Donc, je vais rechercher des modèles qui pourraient être intéressés.

C'est toi qui va demander aux modèles ?

C'est un peu 50/50 on va dire. Je vais pas mal chercher des modèles qui pourraient être intéressés par rapport à mes connaissances. Vu que je suis une vingtaine de photographes avec qui je parle. Quand un photographe collabore avec une nouvelle personne, je vais aller voir son compte et je vais me renseigner pour savoir si elle est ok pour les collaborations, si c'est quelqu'un de sympathique et de sûr aussi. Parce que j'ai eu énormément de personnes qui annulent au dernier moment ainsi de suite. Et donc rechercher des personnes, rechercher de l'inspiration et promouvoir un petit peu ce que je fais. Et répondre aux messages parce qu'en ce moment j'ai énormément de messages.

Mais du coup tu me disais aussi que tu suis des comptes pour qui t'aident pour comprendre un peu comment fonctionne Instagram pro ?

Ouais, bah, même si les comptes sont un peu basés sur rien, enfin aucune information sûre quoi. Je suis des personnes qui vont faire de la com et en fait, c'est un peu bête dit comme ça, mais les photographes font de la comm', du coup, je suis pas mal de photographe pro qui mettent leurs contenus. Et donc j'essaye d'analyser leur façon de faire, leur façon de montrer leurs formules, leur façon de communiquer, quand ils font des posts qui montrent leurs projets. Donc j'essaye un petit peu de monter tout ça, et donc là j'essaye vraiment de me créer une direction artistique, pas forcément dans la photo, mais aussi dans ma manière de montrer mes projets. Ça passe par la création de logo, que je suis en train de faire. Quand t'es créateur de contenu, t'es obligé de trouver une sorte de *pattern* dans ta façon de faire des story. Donc tu dois avoir des *preset* que tu vas à chaque fois reprendre. Et en fait tu vas juste changer les infos et tu vas le mettre sur tes *presets*.

Tu t'imposes une fréquence de post ? *Stories* et/ou *posts* ?

Avant ouais, avant je m'imposais de poster peut-être une à deux fois par semaine. Mais avec, avec la licence ensuite le master ça prenait trop de temps. Honnêtement j'ai aussi fait un burn-out comme je t'avais dit, en licence. Du coup j'avais fait une grosse pause et là je suis en train de m'y remettre. Et donc là quand j'ai changé un peu de direction artistique en novembre, j'ai essayé de ne plus regarder mes stats. De me dire : bah, je m'en fiche de

combien de likes je vais faire, de combien de retours ou de partages je vais voir, mais en fait je me fais juste kiffer dans son sac. C'est pour ça que j'ai commencé à créer ce truc de un post ça va être 3x3. J'essaye de casser ce projet de 1 projet 1 post. Parce que je trouve que Instagram te limites trop, t'es trop sur ce truc de faire un post pour promouvoir un projet photo. Et donc, du coup, maintenant au lieu de faire un post, de chercher les likes, les retours des gens. Je vais faire ce truc de 3x3 pour que les gens juste regarde mon profil et juste scroll. J'essaye de moins être sur Instagram pour le fait de poster de repartager et de plutôt faire ce truc de galerie d'art.

Est-ce que tu suis pas l'option où Instagram te dit à quelle heure de la journée tes abonnés sont le plus actifs ?

Franchement, je devrais, mais non, je la suis plus du tout. Par exemple, en novembre, quand j'ai commencé, je tournais à un post tous les deux jours. Donc, je charbonnais énormément pour faire un post tous les deux jours. Et au bout d'un moment j'ai fait une pause et là je suis revenu et je me suis dit : bah, ouais, il est 19 heures ou 21 heures, c'est pas grave, je poste. Je prends du plaisir à partager et je m'en fiche un peu de l'heure à laquelle je poste, une fois j'ai même posté à 23 heures. Vraiment, je m'en fiche un petit peu mais quand je me serais déclaré et que j'aurai monté ma micro-entreprise, on va dire je serai un petit peu plus à cheval sur à quelle heure je poste, je fais une story par jour et ainsi de suite.

Tu connais ta base d'abonnés ?

J'ai un petit peu, on va dire, deux communautés différentes, la communauté de photos donc c'est des gens qui sont dans ce milieu, qui me connaissent et qui interagissent régulièrement. C'est pas mal de photographes, surtout des modèles qui sont par exemple dans des agences. Et donc qui connaissent les codes, les termes de collab, de tarif de si de ça. Et il y a aussi une autre partie, c'est vraiment les gens qui veulent s'offrir des prestations. Et donc sur mon compte, j'ai peut-être 70% de femmes. Donc c'est ces deux communautés là qui du coup un peu s'entremêlent.

Comment tu t'adresses à eux ? Est-ce que tu la joues influenceur ? Tu fais des sondages ? Tu poses des questions ?

Jusqu'à présent je me suis pas trop posé la question, parce qu'en fait le truc, c'est que je suis quelqu'un de timide. Et c'est pour ça que j'ai commencé aussi la photographie, c'est en fait d'aller vers les gens, et des photographies dans la rue, quand tout le monde se regarde, ça me

faisait combattre un peu ma timidité. Surtout quand j'ai fait la fashion week avec H*****. Et juste je montrais ce que je faisais et là en ce moment, j'arrive à un stade où j'essaye de pousser mes limites mais j'ai une barrière de, quand t'es photographe, t'es obligé d'avoir un petit peu cette double casquette d'influenceur aussi. Ou tu vas dire: bah voilà, je montre mon art fin c'est un petit peu du démarchage. Et donc, pour l'instant, c'était plus juste je montrais ce que je faisais, et voilà ma vision, voilà comment je fais et pas ce truc de : si toi aussi tu veux avoir ton projet photo hésite pas à me contacter. J'ai pas encore ça, mais je pense que c'est nécessaire parce que, bah, en fait, les gens ne voient pas que, finalement, c'est pas que la photo que tu fais, c'est aussi du luxe, et que le luxe passe toute une promotion, c'est tout un standing que tu dois avoir.

Sur cette question de timidité, j'ai l'impression que dans la communauté des photographes cela ne se fait pas trop de montrer sa tête, ou alors en photo de profil.

En fait, c'est la différence entre les gens qui ne percent pas et les gens qui deviennent un peu populaires. C'est que en fait pour que tu perces il faut montrer que c'est un être humain derrière, que toi aussi t'es comme tout le monde et t'es obligé de montrer ta personne.

Même les *stories*, tu vas faire plus de vues si tu mets ta tête.

C'est ça, après je pense que ça marcherait moins moi si je montrais mon visage parce que moi, c'est triste à dire, mais je suis un homme et dans ce milieu t'as énormément de prédateurs.

Mais je pensais en mode tu sais les photos backstages ou les trucs comme ça.

Ouais bah ça de temps en temps j'en fais. Ça va être genre une story où je vais montrer un petit peu ce que je fais ce jour là. Je vais montrer le backstage, un petit peu l'installation et une *preview* de ce que j'ai fait. Mais faudrait que je montre vraiment ma tête et montrer mes galères ou que je fais ça.

Est-ce que t'es satisfait de ton compte instagram en ce moment ou est-ce que tu as envie de faire plus d'efforts ? Ça peut être un peu frustrant de faire tout ce travail sur Instagram.

Moi, le truc c'est que je suis un peu bizarre parce que je suis jamais satisfait. Je vais être satisfait pendant une semaine. Après je vais dire non, vas-y, j'ai besoin de plus. Donc, à chaque fois je change ce que je fais. Et donc là au début, j'étais grave satisfait de mon

compte. Des fois, j'ouvrais Instagram et juste je regardais mon profil. Et là je suis un peu dans ce truc de je regarde mon compte et je me dis: il manque un truc. Et donc je suis plus dans ce rapport de il manque un truc. Mais il y a aussi un peu de frustration, parce que nous les artistes on se fait un petit peu bolosser par Instagram parce que forcément quand on parle de nudité sur les réseaux, Twitter tu vois c'est un peu *too much* et Instagram c'est l'inverse, ils mettent des restrictions trop poussées. Et donc j'ai eu on va dire l'amère expérience d'être shadowban la semaine dernière. J'étais shadowban pendant 3 jours par rapport à un post que j'avais fait.

Où il y avait de la nudité ?

Bah en fait, pas tant que ça, mais en fait il y avait de la nudité, mais tu voyais finalement qu'un corps tu voyais que de la peau. Et en fait Instagram, il a une sorte d'algorithme et quand il y a trop de peau il te censure. En gros tu pouvais te dire : ok, c'est un corps nu. Mais tu ne pouvais pas voir vraiment les attributs ce genre de chose. Et en fait c'est bizarre parce que Instagram a détecté sur un post que c'était de la nudité mais sur un autre poste où la nudité était plus poussée il le détectait pas.

Comment tu sais que ça a été *shadowban* ?

Il y a une fonctionnalité ou en gros, quand tu vas dans les comptes pro, quand tu vas dans statut du compte, tu peux voir toutes tes restrictions. Et donc, moi là il y avait contenu rétrogradé dans le fil parce que il considérait que ça ne répondait pas aux règles communautaires. Mais bon là je suis encore sur un point d'exclamation même si j'ai fait appel et que ils ont dit ok.

T'as déjà eu du contenu supprimé ?

Ouais il y a très longtemps. Parce que bah, comme d'hab, c'était un petit peu abusé, en fait, c'était une silhouette, tu voyais la forme d'un sein mais c'était une silhouette. Et Instagram l'a laissé et c'est trois ou quatre mois plus tard que ça a été supprimé. Mais à mon avis, c'est parce que quelqu'un l'a *report*. Donc c'est vraiment ce truc de *hater*. Donc moi il y a ce qui ne peut pas être recommandé. Donc, quand tu cliques dessus, il n'y a rien mais moi j'avais cinq posts. Et vu que j'avais cinq posts, il me disait: votre compte ne peut pas être recommandé aux non-followers. Donc ça fait que seulement les gens qui me suivaient pouvaient voir mes publications. Et les gens qui me suivaient pas bah j'existait pas, et donc j'ai fait un petit peu ce test. Moi, j'ai un autre compte, un peu poubelle, où je fais mes tests

d'affichage, etc. Et je ne suis pas abonné à mon compte donc, j'ai tapé le début de mon arobase et je ne me trouvais pas, et j'ai dû taper mon arobase complet pour me trouver donc j'étais vraiment *shadowban*. Du coup, ce qui m'a permis de sortir de ce *shadowban* c'est que, par exemple, on ne le verra pas, mais si je vais dans la catégorie reels. On ne voit pas forcément mais ce post là j'ai dû flouter, et c'est aussi pour ce post là, un peu plus haut. Là, j'ai dû supprimer la photo de couverture. Et j'ai dû aussi supprimer ici, là on est à un sur huit, j'ai toujours dix publications.

Le post en collab c'est bien pour avoir beaucoup plus de stats.

Ah mais ça double ou ça triple tes statistiques.

En parlant de collab et tout, c'était peut-être un peu l'idée que t'as quand tu vas faire des photos pour la fashion week, faire des photos de gens un peu connus pour qu'ils repostent, des des trucs comme ça ?

Bah, moi, j'ai toujours eu du mal avec ça parce que je considère que j'ai tout fait moi-même quand je me suis construit sur rien. C'est moi qui ai passé du temps à démarcher des gens, à apprendre les logiciels, à préparer mes posts, à faire des retouche ainsi de suite. Mais en fait en évoluant je me suis de plus en plus rendu compte que, en étant portraitiste, tu dépends des gens. Pour faire un projet, tu dépends d'un modèle. Donc, la fashion week, ça m'a permis d'avoir un peu de notoriété parce que je ne photographiais pas forcément les gens connus, même si de temps en temps ça aide. Je sais que j'ai déjà photographié Kanye West avant qu'il devienne...(rires) J'ai grave le seum parce que j'ai une photo incroyable de Kanye West, je peux pas la vendre, je peux rien en faire. J'ai photographié un peu les influenceuses genre Léna Situation, qui est vraiment une crème, que j'ai photographié plusieurs fois. T'avais aussi pas mal de chanteuse photographiée et d'artiste en général mais j'aimais bien aussi aller à la fashion week pour photographier des créateurs. En fait à la fashion week, t'as deux univers. Dans l'univers de l'influence, tu vas avoir un petit peu les personnes les plus connues mondialement qui vont venir regarder les défilés pour les marques. Et t'as ce monde un petit peu des inconnus où c'est des gens qui viennent pour se faire prendre en photo donc avec vraiment leur outfit et des gens qui les prennent en photo. Et là bas d'ailleurs, en fait, personne ne demande l'autorisation pour prendre en photo c'est genre si quelqu'un te prend en photo tu poses et une fois que t'as posé tu vas échanger l'Instagram pour échanger des photos. Et en fait, ça m'a un peu déstabilisé parce qu'au début tu parlais comme si t'étais pote avec les gens et une fois que les gens ont leurs photos et qu'ils les ont posté bah en fait ils se

désabonnent et ils passent à autre chose. Donc au début j'étais en mode : ah je te fais des photos gratuitement et tu te désabonnes. Mais dans ce groupe-là, t'as des gens avec qui tu deviens amis. Notamment je suis devenu ami avec elijx donc une influenceuse mode. Mais ça a été un échange de bons procédés, j'ai gagné en visibilité mais on a fait un projet cool.

Tu peux me parler de la communauté de photographes que t'as rencontré grâce à Instagram ?

En fait je me suis fait très récemment un groupe d'amis parce que c'est des personnes que j'ai contactées comme ça, tu les complimentes pour leur travail, et puis en fait ça match, et du coup vous reparler de ça et là, du coup je me suis fait deux amis que je considère vraiment comme mes meilleurs amis, même si je les connais depuis cet été. Ça permet de dire que, ok, tout le monde a les mêmes problèmes que toi, tout le monde pense un peu de la même façon que toi, pour se déclarer pour vouloir gagner de l'argent, faire des formules, etc. Et aussi tu peux très vite comprendre que certaines personnes que tu considérais comme ok, bah, ont des propos ou des façons de faire qui sont un peu problématiques et, du coup, ça te pousse à aller vers les bonnes personnes entre guillemets.

Ça coûte combien de faire sponsoriser les posts sur Instagram ?

C'est toi qui choisis. Ça va de un euro à ...

Pour un euro t'as quoi ?

Un euro, t'as rien. À un euro, c'est juste pour te dire: oh vas-y, mon post il a pas eu beaucoup de likes, j'aimerais en avoir trente ou quarante de plus tu vois. Bah en vrai je peux te montrer directement ce que ça fait. Si imaginons je veux booster ma publication, tu vois il demande avec ou sans musique parce que forcément t'as des droits dessus, c'est comme si tu te faisais de l'argent avec la musique de quelqu'un d'autre. Donc là, t'as une première interface où il te propose l'objectif que tu veux donc tu peux choisir, est-ce que quand les gens cliquent sur ta promotion, ça envoie un message ou ça, par exemple fasse plus de visites. Moi en général je prends plus de visites sur mon profil. C'est ça qui va vraiment faire venir les gens. Ensuite on a audience. Moi, j'ai créé un truc automatique mais du coup tu peux choisir en fonction du lieu, tu peux mettre tes centres d'intérêts donc là tu peux par exemple mettre photographie. Et tu peux choisir la tranche d'âge. Je sais que moi j'avais créé un moment donné un truc pour que je vise vraiment les 18-25. Parce que flemme qu'il y ait des mineurs qui viennent sur mon compte. J'ai envie de dire 18-30, c'est la balance parfaite, parce qu'au-delà de 30, les

gens ils vont pas forcément comprendre ce que je fais et c'est un peu compliqué. Un fois que t'as créé ton audience tu peux choisir ton budget. Et donc là Instagram il te propose de mettre indéfini jusqu'à ce que t'arrêtes ou de définir une durée ferme. Donc, moi en général, je mets cinq dollars sur on va dire deux jours, donc ça me fait 10\$.

Et pour dix dollars t'as quoi ?

Pour dix dollars bah moi ça me rapporte, on va dire cinq abonnés. En fait, je m'en fous des stats mais en général ça me rapporte peut-être un ou deux clients. Et donc, vu que tu vois mes tarifs, on va dire, même si je suis plutôt bas par rapport à la moyenne, je suis environ dans la centaine d'euros. Donc si je fais une promotion à dix dollars et que ça me rapporte un client, en fait c'est rentable.

La durée de vie du post, j'avais vu que c'était 21h ?

Ouais c'est un truc comme ça, même si là ça a augmenté, enfin selon des rumeurs.

C'est beaucoup de rumeurs aussi.

C'est toujours ça, c'est des gens qui testent, ça marche bien et du coup ils considèrent que c'est comme ça. Sauf que ça se trouve c'est juste quelqu'un qui t'a repartagé. Mais du coup ton post a une durée de vie et même si tu produis un banger, une pépite ou que sais-je en fait les gens après vont passer à autre chose parce qu'ils ont vu en fait. Ok t'as sorti un truc, ils prennent l'information, ils la jettent et ils passent à autre chose. Et du coup, bah t'es sans cesse dans ce procédé de créer, créer, créer pour continuer à captiver les gens et on va dire à leur donner du contenu. Quand j'avais fait une pause, et bah, en fait j'ai littéralement désinstallé insta et quand je suis revenu je crois que j'ai perdu peut-être, aller, 5 à 10% de mes abonnés parce que les gens ils voient que tu mettes plus de contenu et bah ils passent à autre chose.

Mais ils vont faire la démarche d'aller te rechercher juste pour t'unfollow ?

Quand tu vas dans tes suivis, tu as les interactions les plus rares et en fait là tu peux voir avec qui tu te like jamais, et en général c'est des gens qui ne postent pas régulièrement ou qui sont inactifs. Donc moi j'allais là genre je *scrollais* puis je tombais sur des noms qui me disaient rien du tout du coup j'allais sur leur compte, et là je voyais: inactif depuis deux ans, du coup bah c'est ciao en fait.

Annexe 19 : Retranscription entretien no. 9. Félix, 28 ans, photographe et assistant

Réalisé le 17/05

Le 17/05 - François - 28 ans

Et pour commencer, depuis combien de temps est-ce que tu fais de la photo ?

Alors depuis quand je fais de la photo, 2018...Je suis rentré en BTS photo et la photo vraiment j'ai commencé en 2016.

Ok

Je savais rien en 2015, j'ai appris en 2016 donc j'étais en fac de biologie et après je suis parti en BTS photo, j'ai fais deux ans et ensuite..

À Paris ?

Oui à La Fourche, tu sais, BTS photo c'est lycée Auguste Renoir. Et ensuite j'ai fait des stages là-bas qui m'ont fait rentrer dans les gros studios parisiens. Et ensuite j'ai commencé comme ça.

Tu t'es arrêté direct après le BTS ? T'as commencé à bosser direct après le BTS ?

Alors j'étais embauché, en CDD, en retouche pour Vuitton, un mois avant d'avoir ma réponse de BTS.

Ok, donc tu faisais de la bio avant, qu'est ce qui t'as décidé à changer pour la photo ?

J'en avais marre de la bio. Mais je commence à en avoir un peu marre de la photo aussi (rires).

Tu fais quoi comme photo ? C'est quoi ta spécialité ?

C'est plutôt mode et un peu de nature morte. C'est quand même un univers assez sombre et donc difficile à vendre.

Du coup, à côté tu vis plutôt de l'assistantat ?

Assistantat.

T'exerces sous quel statut ?

Micro-entrepreneur.

Et depuis quand ?

Depuis 2018, j'ai créé mon statut juste après être sorti de mon BTS.

Tu as commencé à le dire tout à l'heure un peu mais du coup tu cherches un agent ?

Ouais, je cherche un agent. Oui, oui parce que c'est lui qui te vend plus que toi tu peux te vendre. Enfin moi, j'ai beaucoup de mal à me vendre donc j'ai besoin d'un agent.

Tu penses que c'est obligatoire d'avoir un agent ? J'ai l'impression que tous les gros photographes sont représentés.

Non. C'est pas obligatoire, mais tous les gros photographes ont un agent. Et on sait pas si c'est parce que l'agent veut gagner plus d'argent ou si c'est parce que l'agent est nécessaire parce quand tu commences à toucher des grosses productions.

Mais est-ce que tu sais si avant, il était encore plus nécessaire ?

Ça je sais pas. Je peux me tromper mais j'ai l'impression que les agents, aujourd'hui, cherchent à se développer dans la production aussi, qu'ils n'encouragent plus la jeune photographie et qu'ils sont au contraire, dans l'encouragement du porte monnaie, ils veulent des photographes qui travaillent déjà pour récupérer les clients et se faire du chiffre. Mais je pense pas qu'il y ait vraiment d'envie de développer des photographes.

Mais je pense que ça a toujours été un peu ça le métier d'agent ?

Je pense, mais c'est la sensation que j'ai aujourd'hui, ça en fait pas une vérité.

Ok, mais tu cherches quand même un agent ?

Oui, oui, pour qu'il me vende.

Depuis quand est-ce que tu as un insta pro ? J'appelle ça pro parce que...

J'ai pas d'Insta perso. Écoute, bah je crois que y'a 2 jours j'ai vu 2016.

Ça a toujours été ton insta et tu l'a drivé vers...

ça a toujours été mon insta où je mettais des photos. J'ai jamais eu... Enfin j'en ai eu un perso qui était séparé que j'ai créé, je sais pas, en 2020, que j'ai fermé en 2021. J'ai pas compris l'utilité en fait, c'est pour ça que je l'ai fermé aussi.

T'es pas très Insta en fait ?

Non j'aime pas, j'aime pas Instagram.

Mais alors pourquoi t'en a fait un en fait ?

Parce que c'est nécessaire. Bien sûr que c'est nécessaire, quand t'es sur un tournage et que tu parles un peu avec les gens même si ils sont pas agents ou pas photographes, le premier réflexe c'est de te demander ton Instagram, c'est pas de te demander ta carte de visite.

C'est un peu ta carte de visite le Instagram.

C'est devenu la carte de visite mais... C'est devenu la carte de visite, c'est devenu le book, il y a plus de romantisme, tout est sur une seule application, et en même temps c'est que les gens t'oublient beaucoup moins sur Instagram parce qu'ils te voient sans cesse, et si tu postes tous les jours, ils te voient tous les jours.

C'est à dire que c'est tellement plus interactif qu'une carte de visite qu'effectivement, il y a un côté super pratique pour ça. De rappeler aux gens que t'existes en permanence c'est quelqu'un qui m'a dit ça aussi à un autre entretien qu'elle postait des story aussi pour qu'on se rappelle d'elle.

Bah c'est ça, on se force, moi je me force à poster une story par jour.

Ok, donc tu te forces à poster une story par jour ?

Je me force mais la plupart du temps c'est juste une de mes anciennes photos que je repost en story avec une petite musique sympa et puis voilà.

Ok, donc j'imagine que dans ton BTS, ils vous ont pas trop dit que c'était important d'avoir un insta professionnel ?

Non, non et au contraire ils crachent un peu sur insta.

J'ai vu que t'avais un site internet aussi, est-ce que au BTS ils vous ont dit de faire un site internet aussi ?

Non, on n'a pas eu tellement de conseils de communication. Pas du tout même parce que je trouve... Alors je suis très content d'avoir fait ce BTS pour des raisons techniques évidentes mais ils sont un peu trop restés dans une ancienne époque. Pour eux, tu envois ton book en agence pour être pris comme photographe assez facilement.

Une autre génération.

Ouais exactement, ils ont plus connaissances des tarifs, ils ont pas connaissance du milieu actuel. Parce que le milieu actuel il bouge quand même pas mal, tu vois j'ai commencé y'a 5, 6 ans, je sais plus exactement, ça a quand même bien évolué entre y'a 5 ans et maintenant.

C'est-à-dire ?

Bah sur à peu près tout tu vois, avant il n'y avait pas forcément de question de budget maintenant ils taillent pas mal dans les budgets et ils négocient plus alors qu'avant il y avait pas trop de négociations. Ils ont coupé les budgets pour nous mais gardé les mêmes budgets réservés à la photo. Sachant qu'avec Instagram, t'es obligé de faire beaucoup plus de contenu. Et avant on pouvait faire des journées où on faisait jusqu'à six, sept photos, maintenant, une journée, c'est quatorze photos.

Qu'est-ce que tu partage sur insta ? Est-ce que tu partages seulement une partie de ton travail ? Est-ce que tu partages aussi les trucs commerciaux ? Est-ce que tu fais une grosse sélection ? Tu tries souvent ? Comment ça se passe en gros ?

Je suis très regardant sur ce qui est posté. Je repartage pas du tout les *story* des clients. Des photos de clients ça je veux pas parce que ça regarde personne avec qui je travaille. Même avec mes clients souvent je refuse qu'ils me tag dedans.

Ok, du coup ça veut dire que si je vais sur ton insta je vais trouver que des photos personnelles ?

De moi. Euh non ou photos de clients que j'ai faites mais en tant que photographe tu vois, en assistantat c'est hors de question.

Ah oui c'est ça que je voulais dire.

Ah ça tu peux retrouver c'est si je valide la photo parce que j'ai des photos de clients que je valide absolument pas mais c'est des jobs commerciaux et du coup je vais pas les mettre. Oui

80% c'est des photos perso parce que je valide plus facilement des photos perso que des photos de clients.

Bah c'est ta recherche artistique.

J'aurais pas la prétention de dire artistique parce que sous le prétexte de l'art aujourd'hui, on met quand même beaucoup de choses mais t'as compris quoi.

Esthétique, disons esthétique.

Non j'ai un problème avec le mot art je trouve qu'il est surcoté, surutilisé.

Est-ce que t'as mis le mode professionnel sur instagram? Pour avoir les stats ?

Je l'ai enlevé.

Ok, pourquoi ?

Parce que la raison est idiote (rires) Parce que je recevais trop de pub sur instagram et j'ai un ami qui m'a dit: mets ton âge à treize ans. Instagram pense que j'ai treize ans comme ça, il me supprime certaines pubs.

Moi je trouve ça hyper intelligent, au contraire. Mais du coup, t'as plus le droit au mode professionnel parce que t'es mineur ?

Ouais, ça doit être un truc comme ça. Mais au moins je vois plus de pubs qui ne m'intéresse pas.

Mais t'as quand même des pubs ?

Oui, oui j'ai quand même des pubs mais beaucoup moins.

Est-ce que avant tu publiais tes photos sur un autre réseau genre Facebook ?

Facebook oui.

Ah ouais ?

Parce que quand j'ai commencé j'étais pas totalement sur Instagram en fait. Aujourd'hui j'ai un peu plus la prétention de dire que je suis photographe mais avant je l'avais pas du tout.

Le fait de se dire du jour au lendemain t'es photographe ça s'est fait doucement quoi. Et donc je publiais mes photos sur Facebook mais sans vraiment assumer.

Et c'était sur une page où c'était sur ton profil ?

Non c'était sur mon profil. Ah non je crois que j'avais une page aussi t'as raison mais alors là c'est encore autre chose.

Ok parce que j'en ai parlé avec un autre photographe et lui, il publiait même sur Skyblog avant.

Après j'ai publié un peu partout mais j'ai tout supprimé, j'étais sur Flickr, sur Behance. Je pense qu'on en reparlera après mais si je garde mon site internet c'est aussi parce que c'est le seul endroit où je suis pas censuré.

Ah oui, c'est ça justement je voulais te poser cette question sur le site internet du coup, parce qu'ils vous en ont pas parlé à l'école mais c'est toi qui a décidé de le faire quand même ?

C'est moi qui ai décidé de le faire parce que j'ai encore une vision assez romantique de la photo, que une photo, tu la regardes déjà pas sur un écran mais alors en plus si c'est réduit avec...

Les petits carrés, c'est formaté de fou.

Alors un il y a le format que tu choisis pas sur Instagram.

La qualité aussi.

La qualité que tu choisis pas, les couleurs sont pas les mêmes, tu choisis pas ta mise en page, donc en fait pour moi Instagram ça montre rien quoi, c'est *peanuts*. C'est un assemblage de carrés qui ne servent à rien.

Ça met pas tant en valeur le travail au final.

Et c'est encore une fois une réduction de l'art que d'imposer un format, d'imposer une mise en page, d'imposer tout ça. Et j'ai un gros problème avec cette notion de liberté.

Mais en plus pour une certaine génération de photographes, c'est encore important d'avoir un site ? Les gens peuvent te demander ton site peut-être.

Rarement. Deux fois par an on me demande mais c'est assez rare.

Y'a des gens qui m'ont dit que c'était 50/50 site, mail et instagram donc je pose la question.

Moi j'envoie mon site internet. En copie email enfin, en bas du mail c'est toujours mon site internet.

Et pas le Instagram ?

Non.

Tu m'a un peu répondu mais est-ce que tu t'investis beaucoup dans l'administration de ton compte ? Tu posts une story par jour mais pour les posts, les publications normales ça c'est quand t'as de nouveaux trucs à poster ?

Je me suis rendu compte y a trois semaines que je n'avais pas posté depuis novembre, et je me suis dit : ah, il est peut-être le temps de le faire.

Et t'as des trucs à poster parce que ça peut être difficile d'avoir des nouveaux trucs régulièrement.

J'ai quasiment un an de publications. Mais j'ai pas forcément posté mais par exemple j'ai, tu sais, une application pour gérer les posts.

Ok, pour les envoyer automatiquement ?

Non, non tu sais pour voir la mise en page. C'est important d'avoir une esthétique quand même.

Est ce que tu sais qui sont tes abonnés?

Non, aucune idée.

A priori ce serait des gens du travail ?

Oui, c'est plus des gens du travail évidemment, je vois de temps en temps des coiffeurs qui me suivent, c'est plutôt coiffeur, maquilleur je pense parce qu'ils sont en demande, ils sont en recherche constante de photographes.

C'est très compliqué, j'ai interrogé une maquilleuse à ce propos et ouais c'est l'enfer.

Mais après nous c'est compliqué aussi, parce que quand on a une équipe qui roule bien on continue avec cette équipe là. Et puis même moi je suis très ami avec mon maquilleur, ma maquilleuse parce que j'en ai deux et mon coiffeur.

Oui il y a pas de raisons que...

Non, après, tu peux tester des trucs avec d'autres, tu vois mais t'attends un certain niveau aussi si tu testes avec quelqu'un d'autre donc ça réduit quand même les chances pour les jeunes d'avoir des visuels.

Est-ce que on t'as déjà contacté sur Instagram pour des jobs que ce soit assistanat ou prise de vue ?

Oui, oui, deux ou trois fois.

Est-ce que tu réponds à des stories si tu vois passer des trucs d'assistants ?

Non. Non, assistanat parce que de un comme je te disais tout à l'heure, je ne fais pas de la pub pour l'assistanat.

Non mais sans faire la pub juste répondre en dm...

Oui mais du coup je suis associé après à ce truc d'assistanat, je préfère envoyer un mail séparé que de répondre sur instagram. J'ai quelques clients photographes qui ne connaissent pas mon Instagram.

Tu ne partages pas de photos de toi j'ai vu.

Non.

Pourquoi ?

Parce que c'est pas moi que je vends. Et parce que je trouve ça un peu prétentieux de partager des photos de soi. Encore une fois, ça n'engage que moi hein.

Mais parce que je sais que personne n'a envie de la faire mais ça marche.

Il faut le faire, je sais, il faut le faire. Quand je poste des autoportraits j'ai deux fois plus de likes et je trouve ça très triste d'ailleurs parce que je suis pas mannequin. Quelque part aujourd'hui t'es obligé de te vendre toi.

Après dans la mode et tout les apparences ça joue beaucoup.

Ah oui complètement. Mais je me suis dit y'a pas longtemps : tiens faudrait refaire un autoportrait pour le mettre. Parce que... j'aime bien ce truc d'être un peu en dehors du monde aussi tu vois, tu savais pas forcément à quoi je ressemblais avant que j'arrive. Les gens sont déçus, pas déçus, ils s'attendent à rien donc ils sont pas déçus. Tu as une attente quand tu vois les choses, quand tu les vois pas tu as pas d'attente.

Après, justement, tu prends cette stratégie du contre-pied fin, voilà c'est une autre stratégie aussi.

Oui mais ça part d'une envie avant tout aussi. Oui puis c'est bon, voir les amis qui sont à la mer, qui sont trucs...En plus c'est horrible parce que je comprends pas pourquoi on suit des gens comme ça, parce que ça nous dégoûte. On se dit : on est à Paris, eux, ils sont dans les îles, tu as pas envie de voir ça quand t'es à Paris, t'as juste envie de voir des gens déprimer comme ça tu te sens pas seul.

Ah mais moi je mute les gens, tout le monde est en silencieux.

Ah mais oui complètement, moi par défaut quand je m'abonne à quelqu'un je décoche tout et je choisis de le voir ou je choisis de pas le voir.

Tu partages rien, même les trucs militants et tout ?

Je suis pas militant. Être militant quel qu'il soit c'est couper son audience en deux et j'ai pas envie de ça. Et même je vais te dire quand on me propose des mannequins, des personnes à shooter...J'ai *shooté* une actrice bah j'ai demandé avant si elle était engagé publiquement, si elle l'avait été je l'aurais pas *shooté*.

Pourquoi ?

Parce que ça te donne aussi son image à elle tu vois et quelque part je prends l'image de personne. Si les gens étaient intelligents, ils sauraient que c'est séparé et que les idées de quelqu'un que tu shootes sont pas les tiennes. Le fait est qu'ils ne sont pas intelligents et que si je shoot, je sais pas, je vais dire une connerie mais quelqu'un qui est engagé *#BlackLivesMatter* toi après ils vont automatiquement t'associer à cet engagement *#BlackLivesMatter*. Alors que je suis pas engagé, ça veut pas dire que je suis pour, ça veut pas dire que je suis contre, ça veut dire que je suis pas engagé.

Oui bah t'es associé directement parce qu'en fait toi on te voit pas, t'es la personne qui fait qu'on la voit.

C'est ça et indirectement t'es pris dans le truc. Et puis tu sais pas en fait, ça c'est quand même très aléatoire parce que les gens être A et B le lendemain et toi on va t'associer à A ce jour et à B le lendemain.

Est-ce que ça te frustre de partager sur Instagram, mais tu m'as déjà répondu ?

J'ajoute juste un truc. C'est que tu exposes aussi tes photos au regard du monde et à la limite que si c'est ton image à toi, tu t'en fous un peu mais quand ça touche tes photos c'est autre chose, tu vois donc les exposer comme ça à la face du monde...Je me suis fais traité de raciste un jour parce que j'ai posté une photo avec que des hommes blancs nus dans un magazine aux Etats Unis.

Mais tu t'es fait traiter de raciste en commentaire sur Instagram ?

Ouais. Bon je répondais pas, je m'en fous.

Mais t'en a eu beaucoup des commentaires négatifs comme ça ?

Bah sur cette publication là énormément, sur les autres non mais j'avais shooté que des hommes blancs et ils avaient différentes teintes de peau et je les avais mis les uns sur les autres et je trouvais ça beau cet espèce de nuance sauf qu'on m'a reproché de pas avoir plus de nuances en fait. C'était pas le propos, mon propos c'était pas de faire une palette.

Ça devait être dur quand même à vivre parce qu'après t'as plus envie de poster ?

Non, non je suis très détaché.

Ok, tu t'es détaché tout de suite ?

Oui oui, limite je les ai insulté moi aussi mais c'était aux Etats-Unis aussi, il faut avoir conscience que quand tu mets une photographie sur Instagram tu t'exposes pas que à la France et que dans d'autres pays ils pensent d'autres choses et ils peuvent t'insulter là-bas alors qu'ils t'insulteront pas ici.

Mais après, effectivement, théoriquement, tout le monde peut voir tes photos dans le monde qui a un compte Instagram mais en vrai il y a trop de photos pour que les gens les voient donc en vrai c'est par des bulles de filtres, d'algorithmes, de suggestions...

De *hashtags*.

Et les *hashtags* effectivement. Moi, je ne sais pas si les *hashtags*...T'en mets ou pas ?

J'ai testé un truc sur ma dernière publication c'est de mettre tous les *hashtags*: #like, #likeforlike je sais pas quoi et ça m'a rapporté une petite dizaine de likes en plus mais après je les ai supprimé j'ai remis les anciens.

C'est pas des likes des *bots* en plus ?

Ouais je pense. En tout cas, c'est compliqué d'exposer ses photos au monde.

Mais en même temps si tu fais des photos, t'as envie de les montrer ou de les garder pour toi.

Pas toutes, y'en a que je garde pour moi évidemment mais les montrer oui mais si il y a une critique au moins qu'elle soit constructive, pas des insultes gratuites.

J'ai l'impression qu'insta il va vers de la vidéo de plus en plus, et est-ce que t'as envie de mettre à faire des *reels* ?

Non. C'est un autre métier.

Est-ce que pour bosser dans la photo, vous allez pas être un peu obligé de vous mettre à la vidéo ?

Si.

Et du coup ?

Nan, nan, je suis têtue.

Parce que c'est vrai que je vois encore des photos mais même les pubs que j'ai sur Instagram c'est des vidéos genre.

Ça a changé aussi par rapport à avant. J'ai commencé on faisait un *shoot* maintenant sur une journée ils ont tendance à mélanger photo et vidéo, le réal qui est photographe, le photographe qui est réal, au final ils font tout et rien, ils ont pas le temps de le faire correctement.

Dans les grosses productions, ils séparent les trucs.

Dans les grosses oui.

Mais du coup le crew vidéo il va prendre beaucoup plus de jours que la partie photo ?

Non ça dépend, hier j'étais sur un tournage, un *shoot* photo et en fait on donnait 30 minutes pour faire une photo, 5 minutes pour faire une vidéo mais c'est compliqué parce que ça demande une organisation complètement différente. Ça dépend de ce que le client veut mettre en avant.

Et il y a pas une pression par rapport à ça, ça devient pas plus difficile de trouver des jobs photos et va falloir être flexible ?

Ça devient de plus en plus difficile de trouver des jobs en photo parce que y'a trop de gens sur le marché et que y'a des influenceurs.

Des influenceurs photographes tu veux dire ?

Oui, je te donne un exemple, une fois on m'a appelé pour être digit sur un job. Et en fait j'arrive le matin et le photographe ne savait pas ce qu'était un reflex.

Et le photographe, c'était un mec connu sur Instagram ?

Il avait 60 000 abonnés et il était là uniquement parce que ça allait plus rapporter à la marque et en plus on le paye un peu moins.

Autant les influenceurs je comprends quand ils prennent la place des mannequins parce que voilà leur visibilité.

Oui mais le photographe quand il publie il y a plus de résonance, et par dessus ça ils vont prendre un maquilleur influenceur, un coiffeur influenceur voilà le monde de l'influence ça a gangrené un peu tout ça. Ce que je trouve dommage c'est que la photo et la mode c'est un peu les seuls milieux où t'envoies pas de cv, t'envoie un book. C'est une triste réalité, t'as intérêt d'être sociable et avoir des amis parce que sinon...

Qu'est ce que tu penses des photos qu'on voit sur instagram, est ce que tu trouves qu'on tourne en rond créativement parlant ?

Bah oui mais il y a plus de créations. Parler de création c'est un peu exagéré. L'autre jour j'étais invité à un vernissage d'une agence de pub et l'animateur ou le mec qu'à oser parler du directeur artistique comme du nouveau Léonard de Vinci, on va pas déconner non plus.

Oui je voulais te demander aussi pour le concours picto ? Finaliste ?

Ouais, grand moment.

C'est important de faire ça dans ta carrière ?

Pour les gens qui connaissent pas oui. Pour les gens qui connaissent, aucun intérêt parce que c'est une énorme secte entre Picto et d'autres personnes de la photographie notamment Fisheye et les trois qui ont été finalistes venaient un peu de ça. Et je suis désolé mais quand on fait un concours de photos de mode et qu'on montre des photos de glaciers, je pense que à un moment il faut arrêter les conneries.

Pourquoi le mot secte ? le mot secte il est fort.

Ouais mais je le pèse parce que c'est sectaire quand même. T'appartiens au milieu ou t'appartiens pas, pour moi c'est une secte ça.

Est-ce que la personne qui a été récompensée, elle avait le plus d'abonnés sur Insta ?

Pas forcément, parce que y'avait une fille qui avait plus d'abonnés aussi et qui avait des clients et qui ne fait pas partie de la secte, elle a pas été récompensée.

Du coup t'as l'impression que sur Instagram on voit toujours la même chose ?

Bah bien sûr, bah compte le nombre de fonds blancs. À part certaines campagnes et là encore c'est une histoire comme tu dis de gros sous. On avait recréé un cratère pour Chanel, un truc sympa parce que c'était Chanel et c'était quand Karl était encore là.

Et du coup toi, ça te dégoûte de la photo ?

Ça me dégoûte pas parce que je scinde la photo commerciale de ma photo.

Tu continueras à faire la photo ?

Toute ma vie.

Mais peut-être plus bosser dans la photo ?

En tout cas, si je passe pas à photographe à 100 % rapidement et si je deviens pas libre de faire ce que je veux rapidement ouais.

Mais après, même si tu passais photographe à 100 % et que tu faisais des pubs, c'est très peu de l'art et très peu de liberté.

Bah c'est une compensation financière, que t'as pas quand t'es assistant. On gagne plus que les autres à la journée mais en dehors de ça c'est pas suffisamment bien payé pour que tu puisses te sentir libre de quoi que ce soit. On te donne suffisamment pour que tu restes et que tu continues de le faire. Quand t'es assistant c'est très difficile de passer photographe.

C'est ce qu'on m'a dit, il vaut mieux pas montrer que t'es assistant parce qu'après les gens ne te prendront pas comme photographe.

Ouais c'est ça. Et bah j'ai fait un édito y'a pas longtemps pour une de mes photographes et bah elle a juste pris son boîtier, elle m'a dit je veux ça et ce qu'elle voulait c'était un peu dans mon univers, je lui ai fait à deux trois trucs près ce que j'aime faire et elle m'a même demandé de trouver le nom de son édito. Je travaille plus avec elle hein ça c'était le petit cadeau de fin.

Ça je trouve ça bizarre, en fait c'est les assistants qui font tout le taf.

C'est pour ça que je te dis que les photographes sont influenceurs. Je vais te dire j'ai un client quand j'arrive le matin, souvent lui il est en retard il me dit : tu prépares le matériel tout ça. Il arrive il y a déjà une image qui est faite, je sais exactement ce qu'il veut comme il veut, il arrive, l'image elle est faite, qui est le photographe là-dedans ?

Table des Matières

Remerciements.....	4
Sommaire.....	5
Lexique.....	6
Introduction.....	7
I. Instagram : Carte de visite du photographe.....	16
A. L'origine de l'utilisation professionnelle d'Instagram.....	16
1. Tradition de la culture participative.....	16
Intérêts d'Instagram.....	19
2. L'évolution de l'autopromotion du photographe de mode.....	21
Expérience euphorisante.....	22
B. L'importance du tissu relationnel dans les milieux artistiques.....	24
1. Utilisation d'Instagram pour maintenir le lien entre pairs.....	24
2. La compétitivité dans la photographie de mode.....	27
Travail indépendant.....	28
Recrutement par cooptation.....	29
C. Une histoire de réputation.....	31
1. Travail réputationnel en ligne.....	32
2. La délicate distinction entre amateurs et professionnels pour les aspirants photographes de mode.....	34
II. L'utilisation d'Instagram par les photographes de mode.....	36
A. Les codes : apprentissage technique et conventions.....	37
1. Un portfolio amélioré.....	37
Un apprentissage vicariant.....	39
Mode professionnel.....	40
Recalibrage constant.....	41
2. Un travail de sélection.....	42
Se vendre comme photographe.....	45
B. Nouveau modèle de recrutement.....	46

1. Instagram : plateforme de recrutement.....	46
2. Réactualisation de l'agent de photographe.....	48
C. La persévérance des canaux historiques de reconnaissance.....	51
1. Le rôle des écoles d'arts.....	52
2. Les autres institutions : Presse exposition, prescripteurs de la mode.....	54
III. Limites dans l'utilisation d'Instagram.....	57
A. Instagram et l'injonction à la visibilité.....	57
1. Le rythme des publications.....	57
2. Devoir se montrer.....	61
B. L'atteinte à la liberté artistique sur Instagram.....	63
1. Une expérience frustrante.....	63
Haïne en ligne.....	66
Bulles de filtres.....	68
2. Instagram et la censure.....	69
C. Compétition entre professionnels.....	71
1. Compétition entre professionnels et non avec les amateurs.....	71
2. Evolution de la plateforme vers la vidéo.....	73
Bibliographie.....	80
Table des Annexes.....	86