

ASSISES DE LA PHOTOGRAPHIE : UN UNIVERS EN MUTATION

Le 30 janvier 2017, les premières Assises de la photographie ont réuni plus de 200 professionnels à Paris. La journée a essentiellement fait le constat de l'évolution continue du secteur et de son impact.

DOSSIER RÉALISÉ PAR MARIE ABEILLE ET DANIEL PASCOAL

Sous l'égide de la FNP (Fédération Nationale de la Photographie), de la CPNE-FP (Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Permanente) et en partenariat avec le Forco (OPCA du commerce et de la distribution) et AG2R La Mondiale, ces premières Assises de la photographie ont accueilli plus de 200 artisans, dirigeants de PME/PMI, entrepreneurs indépendants, micro-entrepreneurs... autour de tables rondes destinées à faire un état des lieux des professions du secteur de la photographie. Un constat qui s'appuie sur les résultats de l'étude sectorielle réalisée par le cabi-

net Ambroise Bouteille et Associés (ABA). Des résultats souvent confirmés, parfois atténués, par les différents participants des quatre tables rondes répondant aux thématiques des métiers de la vente et des services au grand public, des métiers de la prise de vue, de la formation et des conditions du métier de photographe.

Prise de vue : concurrence très évolutive et féroce

L'étude ABA pointe les changements que le passage au numérique (démocratisation des techniques et du matériel de prise de vue,

« RESTEZ ATTENTIFS ET OUVERTS AU RISQUE D'ÊTRE EXCLUS DE CES NOUVEAUX MARCHÉS. »

Ambroise Bouteille, ingénieur des Mines, cofondateur du cabinet Ambroise Bouteille et Associés

Ambroise Bouteille, du cabinet ABA.



De gauche à droite : Jacques Hémon (maître de cérémonie), Jacques Gredai, Jean-Marc Debes, Arthur Lacroix et Emilie Sarchet (de Kodak Express Auteuil).

« JE NE PEUX PAS PHOTOGRAPHER "MES MARIÉS" SI JE NE LES AIME PAS. LE FEELING EST PLUS IMPORTANT QUE LA PHOTO. »

Gérald Géronimi, portraitiste et photographe de mariage

« LA SPÉCIALISATION DU MARCHÉ VA S'ACCENTUER. LES PASSIONNÉS VONT TOUJOURS AVOIR BESOIN DES SPÉCIALISTES ET CONTINUER D'Y ALLER. DE PLUS EN PLUS, MÊME. »

Jean-Marc Debes, fondateur de Digit-Photo

« LE MAGASIN EST LE LIEU POUR CRÉER UN EFFET "WAOUH". LE CLIENT EST PRÊT À PAYER UN PRIX DÉCORRÉLÉ DES PRIX DU WEB. »

Arthur Lacroix, dirigeant de Lisphoto

appareils et logiciels qui compensent « facilement » les erreurs), ainsi que la massification et la banalisation des images (diffusion instantanée, réseaux sociaux, généralisation du marketing personnel) ont amenés. L'effectif de salariés au sein des professions de la photographie a baissé de 46 % entre 2009 et 2013, passant d'un peu moins de 14 000 personnes à 7 500, et semble se stabiliser. À l'inverse, le nombre de travailleurs non salariés (TNS) augmente en faisant la part belle aux micro-entrepreneurs (+ 23 % entre 2013 et 2015). Ainsi, sur un total de 22 275 TNS, 17 180 sont des micro-entrepreneurs.

L'attitude des professionnels envers ces derniers a évolué. Hostiles à ce statut et à sa concurrence jugée comme déloyale de par les bas tarifs pratiqués, ils l'ont intégré et ouvert leurs portes à ces TNS (droit à la formation professionnelle, accès à la FNP...). Le but ? Améliorer l'intégration, donner des repères, freiner la spirale du bas coût et la paupérisation de l'ensemble de la profession.

Le rapport ABA souligne aussi que la réglementation et la jungle des statuts à disposition n'aident pas à la sérénité de la profession. Pour 2017, la FNP annonce d'ailleurs l'arrivée d'un

livre blanc sur ces statuts. Le début d'un long processus de simplification ? C'est le souhait affiché.

Multicompétences

Les témoignages étaient unanimes. Si les compétences techniques

« LES PETITS MAGASINS PEUVENT LUTTER SUR LE SERVICE, PAS SUR LA VENTE. DIFFICILE D'ALLER LUTTER CONTRE LES FNAC ET LES DARTY, QUI EN PLUS S'UNISSENT. »

Jacques Gredai, président du groupe Images Distribution

restent la base du métier. Elles ne suffisent pas. La relation avec le client est primordiale. Celui-ci vient souvent chercher autre chose qu'une simple photo, un moment exceptionnel qui constitue un souvenir en lui-même. L'importance de la relation client est aussi primordiale dans le domaine de la vente. Le photographe doit ainsi multiplier et empiler les compétences : chef d'entreprise, communication et marketing, ventes, photographe... Tout en restant à l'écoute des nouvelles tendances : vidéo qui prend de plus en plus de place, drones, réalité virtuelle et augmentée, 360°. De l'importance des formations et des organismes dédiés dans la filière photo. À noter que ces évolutions constituent une rupture, mais rien de comparable au séisme qu'a constitué l'arrivée du numérique.

Vente

L'étude ABA montre que, malgré le développement des franchises et des groupements, le nombre de petits magasins photo multi-activité décroît fortement. Un phénomène qui est amené à se poursuivre. Les magasins ultraspecialisés, focalisés uniquement sur le matériel, résistent avec un potentiel de développement. Un potentiel cependant limité en nombre. La concurrence des grandes enseignes spécialisées (Fnac, Darty, Boulanger...) se maintient, celle des multispecialistes (Auchan, Carrefour...) décline, tandis que celle des sites marchands en ligne se confirme avec toujours plus d'agressivité. La vente directe par les fournisseurs est aussi une tendance qui se renforce, constituant une nouvelle concurrence. Le marché de l'occasion n'est pas encore considéré comme significatif, même s'il se développe.

Impression

L'activité de tirage photo est dominée par les bornes automatiques avec leur disponibilité 24/24 h et par les sites Internet. Ces « pure players » devraient continuer à affirmer leur position dominante. Les professionnels du tirage peuvent tirer leur épingle du jeu et subsister en misant sur le relationnel avec le public (facteur essentiel) et les travaux de haute qualité ou très spécifiques.

PHILIPPE PAILLAT

PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION NATIONALE DE LA PHOTOGRAPHIE (FNP) ET PRÉSIDENT DU GROUPE PICTIS



Quel était l'objectif de ces premières Assises de la photographie ?

« Nous étions aujourd'hui réunis pour faire un bilan d'état des professions de photographie. Montrer la diversité et l'évolution de nos métiers, la diversité de notre action au niveau de la FNP et du Comité paritaire national pour la formation professionnelle (CPNFP) et exposer l'étendue des champs que l'on doit ouvrir. Cette journée s'appuyait sur le rapport Bouteille qui offre une véritable cartographie des métiers de la branche photo et les clés pour entrer dans la profession. »

Quel est le rôle de la FNP ?

« Notre rôle est de représenter la profession au niveau de l'État, que ce soit les adhérents à la CNAMS (Confédération Nationale de l'Artisanat des Métiers de Service et de Fabrication) pour les artisans, au CDCF (Conseil du Commerce de France) pour les commerçants ou les micro-entreprises. »

Beaucoup de questions ont été soulevées pour ces premières Assises. Les réponses pour les deuxièmes Assises ?

« Aujourd'hui, nous faisons un constat. Pour demain, le nerf de la guerre, ce sont les

« IL Y A BEAUCOUP DE FANTASMES, ET C'EST NOTRE RÔLE DE COMMENCER À ÉCLAIRCIR TOUT ÇA ET DE CONTREDIRE LA GRANDE MAJORITÉ DES CHOSES QUI SE DISSENT MAIS QUI N'ONT AUCUN FONDEMENT. »

adhérents. Si nous avons de nombreux adhérents suite à cette journée, nous aurons par conséquent de nombreuses problématiques. Nous travaillerons ensuite en fonction des urgences et des besoins, suivant les demandes des uns et des autres. Nous allons mettre des commissions en place et peut-être que demain nous annoncerons le premier certificat de qualification professionnelle (CQP) photo. Nous avons déjà discuté avec l'école Les Gobelins, par exemple, de la mise en place d'une formation "Reprise de magasin photo" : vous souhaitez reprendre un magasin photo,

vous avez des compétences qui sont dans votre domaine, peut-être êtes-vous bon photographe ou bon communicant, mais très mauvais gestionnaire. Donc pourquoi ne pas amener des formations de gestion et de marketing directement dans les écoles photo. Les belles photos ne suffisent pas, il faut que ce soit économiquement viable. »

La profession dépeint un paysage assez sombre. Qu'en est-il réellement ?

« Il y a des gens qui disent que le temps des magasins photo est révolu, que ça ne sert à rien, qu'il faut payer trop de charges et qu'Internet suffit largement. D'autres assurent que, sans magasin, impossible de vivre et de trouver ses clients. Nous avons les bilans, les chiffres de toute la profession, et la moitié de ces personnes ne savent pas de quoi elles parlent. Il y a beaucoup de fantasmes, et c'est notre rôle de commencer à éclaircir tout ça et de contredire la grande majorité des choses qui se disent mais qui n'ont aucun fondement. C'est un milieu très cloisonné, dans lequel on n'a aucune idée de ce que fait le voisin. »

COUVERTURE SOCIALE : AG2R LA MONDIALE S'OUVRE AUX INDÉPENDANTS

Au milieu du cycle des tables rondes de ces premières Assises de la photographie, Joël Bienassis, directeur du développement des accords collectifs du groupe AG2R, est revenu sur la couverture des indépendants et travailleurs non salariés dans le monde de la photographie.

Organisme recommandé pour l'assurance et la gestion du régime de frais de santé obligatoire issus des accords du 20 décembre 2013, AG2R La Mondiale est déjà un partenaire pour les entreprises affiliées à la Convention collective nationale des professions de la photographie et leurs salariés. Le groupe a décidé d'étendre ses dispositions aux travailleurs non salariés (TNS) et autoentrepreneurs des professions de la photographie.

Cette complémentaire santé ne se contente pas de couvrir le TNS ou l'autoentrepreneur.

Elle couvre conjoint, concubin ou pacsé, ainsi que les enfants à charge (au sens de la législation de la sécurité sociale et au sens de la législation fiscale). Comme pour la plupart des complémentaires, différentes formules proposent des prestations plus ou moins complètes en termes de couverture en fonction du montant des cotisations.

Une annonce faite alors que l'étude sectorielle réalisée par le cabinet Ambroise Bouteille et Associés souligne que le nombre de TNS déclarant des activités photographiques a augmenté de 16 % entre 2013 et 2015. Ce chiffre inclut les micro-entrepreneurs qui sont passés de 13930 à 17180 (+ 23 %) sur la même période.

Rappelons que, depuis le 1^{er} janvier 2016, les employeurs ont l'obligation de fournir une complémentaire santé collective à leurs salariés.

L'IDENTITÉ : 10,5 MILLIONS DE PHOTOS PAR AN

L'un des enjeux de cette année est, bien entendu, le nouveau service professionnel de photographie dématérialisée sur l'ensemble du territoire national. Les premières sous-préfectures sont déjà fermées au public et, d'ici novembre 2017, toutes les préfectures auront suivi. Une excellente nouvelle pour les studios photo agréés : avec déjà 2,5 millions de photos pour le permis de conduire en 2017 et un service étendu à toutes les photos d'identité officielles d'ici fin 2018, ce téléservice représente un total de 10,5 millions de photos par an (4,5 millions de photos pour la carte nationale d'identité, 3,5 millions pour le passeport et 2,5 millions pour le permis) pour un prix moyen entre 6 et 10 euros la photo en studio.