



Le métier de photographe

Claude Vauclore, Rémi Debeauvais
Culture études 2015-3

L'enquête

Consacrée au métier de photographe, l'étude a pour objectif de dresser un état des lieux, le plus précis possible, de l'ensemble des conditions d'exercice d'un métier (formation, activités, revenus) affecté, au cours des quinze dernières années, par des transformations de grande ampleur liées au développement des technologies numériques et à la diffusion massive des contenus favorisée par l'internet.

Elle a été menée, sous la direction du Département des études, de la prospective et des statistiques (Deps) en étroite collaboration avec les trois directions ministérielles et la mission Photographie, par le cabinet d'études Ithaque, et se fonde sur une enquête auprès d'un large échantillon de 3 000 photographes.

Principaux résultats

Portrait sociodémographique : une profession qui vieillit et se féminise

La population des photographes, en expansion au cours des quinze dernières années (+ 37%), se féminise sensiblement. Elle est concentrée en Ile-de-France (mais plutôt moins, néanmoins, que d'autres professions comme les plasticiens, par exemple), elle est fortement diplômée, et elle vieillit. En moyenne, on entre assez jeune dans le métier (avant 30 ans pour 62 % des photographes), mais il est également possible d'y entrer plus tardivement, en « seconde carrière » (57 % ont exercé un autre métier – généralement artistique – avant d'être photographe).

Une activité professionnelle qui s'exerce sous le signe d'une extrême diversification

Certaines modalités d'exercice du métier sont largement communes : 90 % des photographes travaillent seuls et 3 % seulement dans un collectif. Les trois quarts des photographes travaillent principalement à la commande. Ils se positionnent très majoritairement sur l'ensemble de la chaîne de production, prenant en charge à la fois la prise de vue (100 %), la production (69 %) et la post-production (85 %).

En revanche, l'activité en elle-même est fortement diversifiée :

- en termes de techniques photographiques (90 % font principalement de la photo numérique, mais 20 % de l'argentique – y compris au sein de la jeune génération) et de types de prise de vue (portrait, paysage, panoramique, photo aérienne, mode, culinaire, publicité, reportage...).

- en termes de recours à des activités connexes (enseignement, animation d'ateliers) ou proches (notamment l'image animée : vidéos, web documentaire, petites œuvres multimédias, ou encore graphisme). Par ailleurs, et particulièrement dans la jeune génération, on observe le recours à des activités non artistiques en soutien économique à l'activité photographique.

- en termes de statut professionnel, social et fiscal : 89 % des photographes enquêtés sont artistes auteurs, 10 % sont salariés de la presse, 7 % sont auto-entrepreneurs, 4 % artisans, tandis qu'un photographe sur dix déclare avoir plusieurs statuts professionnels.

80% bénéficient du régime de protection sociale spécifique des auteurs de l'Agessa ou de la Maison des artistes, 15 % du régime général des salariés, 10 % du régime social des indépendants, 5 % de la couverture maladie universelle.

90 % déclarent des bénéfices non commerciaux, 15 % des traitements et salaires, 5 % des bénéfices industriels et commerciaux, tandis que 11 % des enquêtés déclarent relever de plusieurs régimes fiscaux)

- en termes de positionnement sur le marché : 84 % sont positionnés sur plusieurs segments (le plus souvent trois segments différents, ou plus), et la communication d'entreprise (*corporate*) arrive en tête pour un tiers des photographes.

- en termes de revenus nets d'activité : 43 % des photographes enquêtés ont perçu moins de 15 000 € nets d'activité en 2013, 31 % entre 15 000 et 29 000 € et 24 %, plus de 30 000 €. Ces revenus (comme ceux de la plupart des professions artistiques) se révèlent fortement dispersés. En outre, sur les trois dernières années, plus de la moitié des photographes déclarent que leurs revenus ont « plutôt » ou « beaucoup » diminué.

Représentations du métier et de son avenir : une mutation du métier qui génère de fortes inquiétudes et incite à une adaptation permanente

Les photographes ont le sentiment de traverser une crise (flux permanent d'images gratuites sur le net, concurrence des amateurs, développement des banques d'images et des micro-stocks, baisse tendancielle des revenus, non-respect du droit d'auteur...) ou, plus précisément, de vivre une mutation radicale de leur métier. Inquiets, ils se déclarent majoritairement pessimistes sur l'avenir du métier (53%). Pour autant, ils n'envisagent que très exceptionnellement d'arrêter (6%). Ils expriment plutôt leur intention de diversifier encore davantage l'activité de photographe – ce que la plupart font déjà massivement – pour s'adapter aux transformations du marché et s'ouvrir à davantage de segments, notamment l'image animée.

Bilan et perspectives

Une profession qui s'est adaptée au choc numérique

Si le **sentiment de crise** irrigue largement les réponses à l'enquête (sentiment fondé sur le constat d'une précarité économique croissante, mais aussi sur celui d'une **perte de repères identitaires pour la profession** : qu'est-ce, aujourd'hui, qu'un photographe professionnel ?), un grand nombre d'indicateurs convergents révèlent que **la profession s'est déjà fortement adaptée au changement** et envisage de continuer à le faire dans les années qui viennent. Cette adaptation s'exprime essentiellement par une **diversification très poussée de l'activité professionnelle** : diversification des types d'images produites (images fixes et animées), des techniques utilisées, des segments de marché sur lesquels se positionner, des types de clientèles, des modes de diffusion et de valorisation, des activités connexes ou externes déployées autour du cœur de métier... Les photographes se sont adaptés à une situation qu'ils sentent irréversible, évoquent une hyper-flexibilité de plus en plus nécessaire et cherchent avant tout à mieux s'armer pour accomplir cette mutation¹.

Perspectives des professionnels à court terme

Les photographes interrogés prévoient de développer leur activité et d'infléchir leur positionnement professionnel essentiellement dans deux directions.

Tout d'abord, ils envisagent **d'accroître encore la diversification de l'activité**, en tout premier lieu au sein de l'univers photographique, en investissant de nouveaux segments de marché, en développant des activités d'enseignement, d'animation et de médiation pour lesquelles la demande devrait se développer à la faveur d'une sensibilisation croissante du grand public à l'image et du développement des pratiques en amateur. Ils projettent également, au-delà de l'image fixe, d'élargir leur champ professionnel à l'image animée (vidéo, films, petites œuvres multimédias, images 3D) et à la création visuelle (graphisme, communication visuelle, webdesign, création multimédia).

Ensuite, ils souhaitent **renforcer leur capacité d'adaptation aux mutations en cours**. Leurs attentes exprimées à l'égard de la **formation continue** sont révélatrices de leur désir de se doter des outils nécessaires pour affronter le marché et la concurrence, car ils considèrent souvent que les formations professionnelles initiales (y compris celles des grandes écoles) ne les ont pas formés à se vendre ni à maîtriser l'environnement juridique, fiscal, social de leur métier.

Enfin, dans le contexte numérique, ils souhaitent maîtriser les nouvelles modalités de diffusion de l'image (applications de téléphone, réseaux sociaux) et développer le financement participatif, pour atteindre une parfaite maîtrise de la chaîne numérique – un atout qui pourrait aussi recréer une différence entre professionnels et amateurs.

	<p>Ministère de la Culture et de la Communication Secrétariat général Service des politiques culturelles et de l'innovation Département des études, de la prospective et des statistiques http://www.culturecommunication.gouv.fr Retrouvez les publications du DEPS sur www.cairn.info contact.deps@culture.gouv.fr</p> <p>01 40 15 79 17</p>
---	---

¹ Quelques signes (parmi d'autres) de cette forte réactivité de la profession : le fort taux de participation à l'enquête ; l'abondance des commentaires libres, en marge du questionnaire d'enquête ; les demandes récurrentes de communication des résultats de l'étude.