

ANNEXES AU RAPPORT

**MISSION SUR LE FINANCEMENT
DE LA PRODUCTION ET DE LA DIFFUSION D'ŒUVRES PHOTOGRAPHIQUES**

Confiée à Laurence Franceschini,
Conseillère d'Etat,

Assistée de Sandrine Ayrole,
Chargée de mission pour la création photographique, département de la photographie,
Direction générale de la création Artistique

Décembre 2021

Sommaire

Annexe 1 : Lettre de mission

Annexe 2 : Liste des personnalités auditionnées

Annexe 3 : Lexique

Annexe 4 : Données démographiques sur les photographes du DEPS-DOC

Annexe 5 : Article 12 et 17 de la Directive européenne des droits d'auteurs et voisins dans le marché numérique unique 2014

Annexe 6 : Extrait d'une convention-cadre

Annexe 7 : Panorama de la photographie 2019

Annexe 8 : Le code de bonnes pratiques professionnelles entre éditeurs, agences de presse et photographes, juillet 2014

Annexe 9 : Qui sont les photographes ? Extrait de : *Le métier de photographe*, de Claude VAUCLARE et Rémi DEBEAUVAIS, Ithaque/DEPS -ministère de la Culture, décembre 2014

Annexe 10 : Bibliographie

ANNEXE 1 :

Lettre de mission adressée à Laurence Franceschini



La Ministre

Référence à rappeler :
TR/2020/D/22918/MBU

Paris, le **2-5 MARS 2021**

Madame la Conseillère d'État,

La photographie a connu ces dernières décennies de grands bouleversements : la révolution numérique, la montée en puissance des GAFAM qui captent une grande partie de la valeur des biens culturels diffusés sur Internet et, enfin, la récente crise sanitaire qui a renforcé la fragilité des plus précaires. Le ministère de la Culture - notamment à travers les actions du bureau de la photographie - mène une politique volontariste de soutien à la création dans le secteur de la photographie : financement de lieux dédiés à ce médium, commandes publiques, acquisitions, etc. Toutefois, des mécanismes de régulation préservant le dynamisme de la création française, comme cela existe dans d'autres industries culturelles, n'ont pas été mis en place. Cette situation résulte, en grande partie, de l'éclatement des acteurs de ce secteur.

Nous sommes face à un paradoxe : le marché de la photographie est en pleine croissance mais il ne profite pas aux créateurs. Pour assurer la diversité et la richesse de la production française, il est primordial de réaffirmer et protéger la place des photographes dans cet écosystème et de mettre en place un système vertueux et circulaire du partage de la valeur de l'image fixe.

Dans son rapport de 2013, Monsieur Pierre Lescure notait déjà que « la photographie professionnelle est sans doute le secteur de la création culturelle pour lequel le choc numérique a été le plus violent »¹. Entre 2000 et 2010, 52 % des entreprises françaises de photographie ont disparu. Facilitant la diffusion des photographies, cette révolution numérique a conduit à une très forte concentration des acteurs au profit de ceux qui disposaient de capacités importantes d'investissement. Aujourd'hui, les marchés de la presse et de l'illustration sont dominés par trois types d'acteurs : les grandes agences (Agence France-Presse, Associated Press et Reuters), Getty Images et les plateformes de micro-stocks (ex. Adobe Stock).

Madame Laurence FRANCESCHINI
Conseillère d'État
Conseil d'État
1 Place du Palais Royal
75001 PARIS

¹ Pierre Lescure, Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique, La Documentation française, 2013, p. 253

Parallèlement, le modèle économique traditionnel tend à s'inverser passant d'une logique de rémunération proportionnelle liée à l'exploitation de l'œuvre à un forfait versé en amont, lors de l'achat des droits. De plus, de nouveaux acteurs, comme la société Meero, se sont positionnés comme intermédiaires entre les photographes et les clients en recherche d'images. À l'instar d'Uber ou de Airbnb dans d'autres secteurs, ils proposent un service à un prix très bas en jouant sur un volume élevé de transactions et une faible rémunération des photographes.

Enfin, la révolution numérique a été marquée par l'hégémonie des GAFAM qui accaparent une grande partie de la valeur des biens culturels diffusés sur internet. Jusqu'alors, les plateformes numériques de partage évoquaient leur statut de simple hébergeur pour déjouer leur responsabilité vis-à-vis du paiement des droits d'auteur. La transposition en cours de la nouvelle directive « droit d'auteur dans le marché unique numérique » - mais aussi l'évolution souhaitée du cadre législatif permettant la mise en œuvre de la taxe « Google Images » - devraient assurer un partage plus juste et équitable de la valeur au profit des ayants droit. Néanmoins, le secteur disposant de peu de corps intermédiaires – contrairement à la musique ou au cinéma – va rencontrer de grandes difficultés pour mettre en œuvre cette transposition (outils de reconnaissance d'images, négociation des ayants droit avec les plateformes ou octroi d'une licence collective étendue avec les organismes de gestion collective, etc.).

Pour finir, la mise en œuvre des différentes mesures législatives ou conventionnelles régissant les relations entre les éditeurs de presse, les photographes et les agences continue de soulever des difficultés, s'agissant par exemple de la question des délais de paiement ou de la problématique des métadonnées.

Cette mutation profonde du marché de la production et de la diffusion de photographies a entraîné la fermeture de nombreuses agences françaises mais aussi la très grande fragilisation des créateurs. La France, berceau de la photographie, s'est dotée de tous les outils nécessaires à sa légitimation artistique et culturelle, il faut à présent qu'elle encadre son économie à l'aune d'un juste partage des valeurs afin de préserver et protéger la diversité de la création artistique française

Face à ce constat, et dans la prolongation des recommandations du rapport de Monsieur Bruno Racine et du plan en faveur des artistes-auteurs, une mission sur le financement de la production et de la diffusion d'œuvres photographiques a été annoncée en février dernier.

Son objectif sera d'étudier les mutations de la filière photographique, d'envisager de nouvelles modalités de financement de la création incluant notamment des mécanismes de solidarité intra-sectorielle. Comme l'État a su le faire pour l'image animée, il nous semble essentiel que tous les acteurs qui tirent profit de la diffusion d'œuvres photographiques puissent participer de manière plus juste et équilibrée au financement de la création.

À l'instar de ce qui existe dans les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel, du livre et de la musique, il s'agira d'identifier les pistes de financement solidaires des différents acteurs de la filière et les mesures organisationnelles, législatives, fiscales et financières à mettre en place pour soutenir les acteurs de la photographie et de préserver une diversité de la création.

La réflexion que vous mènerez devra être ambitieuse et réaliste, concertée et ouverte, prospective et portant sur tous les champs de la photographie.

Pour réaliser cette mission, le bureau de la photographie vous accompagnera dans chacune des étapes, livrera une cartographie des différents acteurs de la photographie, dressera une liste de personnes à auditionner (photographes, éditeurs, médias, agences de presse, agences photographiques, équipementiers, institutionnels, organismes de gestion collectives, syndicats, etc.) permettant d'apporter une pleine connaissance du secteur. Madame Sandrine Ayrole, chargée de mission à la création photographique, assurera la mission de rapporteur.

Le bureau de la photographie, en lien avec Sciences Po Paris, a déjà initié une réflexion sur cette thématique. Nous souhaitons qu'elle puisse pleinement alimenter le travail de la mission que nous appelons de nos vœux. Elle devra également s'appuyer sur les travaux en cours du Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique (CSPLA) relatifs aux outils de reconnaissance des œuvres sur les plateformes en ligne ou à la mise en œuvre de la taxe Google.

Je souhaite que vous puissiez me remettre vos conclusions pour fin la fin du mois de juin 2021.

Votre parfaite connaissance des politiques de la culture et des industries culturelles est un gage de confiance et augure une vision nouvelle et transversale du secteur de la photographie.

Je vous remercie d'avoir accepté cette mission et vous prie d'agréer, Madame la conseillère d'État, mes salutations distinguées.

A handwritten signature in blue ink, reading "Bachelot Narquin". The signature is written in a cursive style with a horizontal line underneath.

Roselyne BACHELOT-NARQUIN

ANNEXE 2 :

Liste des personnalités auditionnées

SNAPIG (syndicat national des agences photographiques d'illustration générale)

Véronique MARTINGAY, Présidente (Agence La Collection)

Gilles TAQUET, Vice-président (Agence Photononstop)

FNAPPI (fédération nationale des agences de presse photos et informations)

Mete ZIHNIUGLU, Président de la FNAPPI, Directeur de l'Agence Sipa Press

SAPHIR (syndicat des agences de presse photographiques)

Christophe MANSIER, Président

FFAP (fédération française des agences de presse)

Florence BRAKA, Directrice générale

FNP (fédération nationale de la photographie)

Philippe PAILLAT, Président

UPP (union des photographes professionnels)

Matthieu BAUDEAU, Président

PAJ (photographes auteurs journalistes)

Thierry SECRETAN, Président

SNP (syndicat national des photographes)

Jorge Alvarez, Chargé de mission Affaires juridiques

CAAP (comité pluridisciplinaire des artistes-auteurs)

Katherine LOUINEAU, Artiste plasticienne

Marie DOCHER, Photographe-réalisatrice, membre du collectif *Lapartdesfemmes*

Lynn SK, Photographe

AFNUM (Alliance Française des Industries du Numérique)

Stella MORABITO, Déléguée générale

Philippe DE CUETOS, Directeur des affaires techniques et réglementaires

Clara GROJEAN, Chargée de mission Communication & Relation avec les adhérents

SEPM (syndicat des éditeurs de la presse magazine)

Julie Lorimy, Directrice générale

ADAGP (société française de perception et de répartition des droits d'auteur dans le domaine des arts graphiques et plastiques)

Marie-Anne Ferry-Fall, Directrice

Pierre-Olivier Deschamps, Photographe membre de l'ADAGP

SAIF (société des auteurs des arts visuels et de l'image fixe)

Pierre CIOT, Président

Olivier BRILLANCEAU, Directeur général

DIAGONAL (réseau national des structures de diffusion et de production de photographie)

Erika NEGREL, Secrétaire générale

France PHOTOBOOK (groupement de 25 éditeurs de livres de photographie en France)

André Frère, président, Fondateur d'André Frère éditions

CLAP (comité de liaison et d'action pour la photographie)

Olivia DELHOSTAL, Agence MODDS

Frédérique FOUNES, Agence Signatures

POLKA MAGASINE

Alain GENESTAR, Fondateur et Directeur de publication

FISHEYE

Benoit BAUME, Fondateur et Directeur de la rédaction

VISA POUR L'IMAGE

Jean-François LEROY, Fondateur du festival et Directeur

FESTIVAL DU REGARD

Sylvie HUGUES, Directrice artistique

RESIDENCES 1+2 (lieu de résidences, Toulouse)

Philippe Guionie, Directeur

GETTYIMAGES

Cécile DARMAYAN, Directrice commerciale

PHOTOBOX,

Anne-Sophie LIDUENA, Directrice Marchés France

Agence HANS LUCAS,

Wilfried ESTEVE, Directeur général

AACC (Association des agences de conseil en communication)

Marie-Pierre BORDET, Vice-présidente déléguée générale

Bertille TOLEDANO, Co-présidente du conseil d'administration

LE CLUB DES DIRECTEURS ARTISTIQUES

Sophie GELLET, Membre du bureau, Chief Operating Officer

Dominique SAGOT-DUVAUROUX, Économiste, enseignant-chercheur à l'Université d'Angers, spécialiste des questions d'économie culturelle

Michel POIVERT, Historien de l'art et de la photographie

Jacques HEMON, Journaliste et analyste du marché de la photographie

Tristan AZZI, Professeur à l'université Paris I Panthéon-Sorbonne

Guillaume Herbault, photographe

Noémie GOUDAL, Photographe

CNAP

Beatrice SALMON, Directrice

Marc VAUDEY, Directeur du pôle création

Pascal BEAUSSE, Responsable de la collection photographie

INHA, (Institut nationale d'histoire de l'art)

Eric de Chasse, Directeur général

Jeu de Paume,

Quentin Bajac, Directeur

ENSP ARLES (Ecole nationale supérieure de la photographie)

Marta GILLI, Directrice

GOBELINS, (l'école de l'image est un établissement d'enseignement supérieur consulaire (EESC) de la CCI Paris Ile-de-France Education)

Stéphane BENOIT, Responsable pédagogique des départements Design graphique & photographie / vidéo

Jérôme JEHEL, Professeur coordinateur

MINISTERE DE LA CULTURE

DGCA (direction générale de la création artistique)

Marion HISLEN, Département de la photographie, Cheffe du département de la photographie

DGMIC (direction générale des médias et des industries culturelles)

Fabrice CASADEBAIG, Conseiller spécial auprès du directeur général chargé de la presse écrite et des métiers de l'information

Alexandre KOUTCHOUK, Sous-directeur de la presse écrite et des métiers de l'information

Stéphane BURON, Bureau du régime juridique de la presse et des métiers de l'information, Chef du bureau du régime juridique de la presse

Secrétariat général

SAJI (service des affaires juridiques et internationales)

David POUCHARD, Bureau de la propriété intellectuelle, adjoint au chef de bureau

Sarah JACQUIER, Sous-direction des affaires juridiques, chargée de mission

ANNEXE 3 :

Lexique

ADAGP : société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques

AFP : Agence France Presse

ARCOM : Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique

BnF : Bibliothèque nationale de France

CACIN : centres d'art contemporain d'intérêt national

CIP : Centre international du Photojournalisme de Perpignan

CLAP : Comité de liaison et d'Action pour la Photographie

CNAP : Centre National des Arts Plastiques

CNC : Centre National du Cinéma et de l'image animée

CNL : Centre national du livre

CNM : Centre National de la Musique

CNP : Centre National de la Photographie

CSPLA : Conseil Supérieur de la Propriété Littéraire et Artistique

DAMUN : Directive européenne 2019/790 sur le droit d'auteur et droits voisins dans le marché numérique unique

DATAR : Délégation interministérielle à l'aménagement du territoire et à l'attractivité régionale

DEPS : Département des études, de la prospective et des statistiques

DGCA : direction générale de la création artistique

DGMIC : Direction générale des médias et des industries culturelles

DGPA : direction générale du patrimoine et de l'architecture

DG2TDC : Délégation Générale à la Transmission, aux Territoires et à la Démocratie Culturelle

DR : droits réservés

DRAC : Direction Régionales des Affaires Culturelles

ENSSIB : Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques

FRAC : Fonds régionaux d'art contemporain

FSDP : Fonds Stratégique pour le Développement de la Presse

GAFAM : Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft

HADOPI : Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet

IFCIC : Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles

IGAC : Inspection Générale des Affaires Culturelles

LCE : licence collective étendue

MAP : Médiathèque de l'architecture et du patrimoine

OGC : organismes de gestion collective

ONDA : Organisme Nationale de la Diffusion Artistique

RMN-GP : Réunion des Musées Nationaux – Grand Paris

SAIF : société des auteurs des arts visuels et de l'image fixe

SCAM : Société civile des auteurs multimédia

SFP : Société Française de Photographie

ANNEXE 4 :

Données démographiques sur les photographes du DEPS-DOC

Données sur le secteur d'activités photographiques code 7420Z

Afin de garantir la robustesse et la fiabilité des résultats sur les champs restreints que constituent les professions et secteurs culturels, et de disposer d'effectifs suffisamment importants, les données présentées ici sur une année reposent sur la fusion de trois enquêtes consécutives (2015, 2016 et 2017 : moyenne en 2016 ; 2016, 2017 et 2018 : moyenne en 2017 ; 2017, 2018 et 2019 : moyenne en 2018).

Il existe deux façons d'aborder l'emploi culturel : soit en décrivant les professions définies comme culturelles (artiste plasticien, chanteur, régisseur, journaliste, écrivain, architecte, etc.), soit en détaillant les postes de travail des secteurs dit culturels (patrimoine, édition de livres, cinéma, etc.), postes qui peuvent être de nature culturelle, mais aussi technique ou administrative (par exemple secrétaire, comptable). Ces deux approches ne se recoupent donc que partiellement.

Les actifs du secteur 7420Z* des activités photographiques

Enquêtes Emploi	Effectifs	Caractéristiques socio- démographiques (en %)			Caractéristiques de l'emploi (en %)		
		Femmes	Moins de 40 ans	Résidents IDF	Non- saliés	CDD et autres contrats temporaires	Parmi les salariés : Travail à temps partiel
2018	17 300	35	46	30	77	9	15
2017	16 900	37	45	26	73	8	17
2016	17 000	42	51	19	75	13	10

Note : les activités sont codées selon la nomenclature d'activités française (NAF) 2008.

Champ : France hors Mayotte, population des ménages, personnes en emploi de 15 ans ou plus.

Source : Insee, enquêtes Emploi 2015 à 2019 pour la France/Deps, Ministère de la Culture et de la Communication, 2021

*7420Z Activités photographiques :

La NAF est une nomenclature des activités économiques productives construite à des fins d'exploitation économiques et statistiques. Elle est construite autour des biens et services produits regroupés en classe et sous-classes. Ainsi, la sous-classe 7420Z comprend :

- la production photographique réalisée à titre commercial ou privé : photographies d'identité, photographies de classe, de mariage, etc. ; photographies publicitaires, d'édition, de mode, à des fins immobilières ou touristiques ; photographie aérienne ; réalisation de vidéos pour des événements : mariages, réunions, etc. ; les activités des photojournalistes indépendants

- le traitement des films : développement, tirage et agrandissement de photos ou de films réalisés par les clients ; laboratoires de développement et tirage de photos et de films ; boutiques photos avec développement en une heure ; montage de diapositives ; copie, restauration et retouche de photographies ; le micro filmage de documents

Les indépendants du secteur 7420Z des activités photographiques

Bases Non-salariés	Effectifs	Auto-entrepreneurs / Micro-entrepreneurs	
		Effectifs	Part dans l'ensemble des non-salariés (%)
2016	16 500	12 600	76
2015	15 700	11 600	74
2014	15 000	10 900	73
2013	13 700	9 500	69
2012	11 700	7 500	64
2011	10 000	5 700	57
2010	8 800	4 100	47
2009	7 100	2 200	31
2008	5 400	-	-
2007	5 300	-	-

Champ : France hors Mayotte, personnes exerçant une activité non salariée dans les secteurs culturels au 31 décembre.

Source : Insee, bases non-salariés, traitements Deps.

Produite par l'Insee, la base non-salariés (BNS) fournit des données sur les non-salariés, hors aides familiaux depuis 2006. Celle-ci est issue de deux sources administratives gérées par :

- L'Agence centrale des organismes de sécurité sociale (Acos), organisme tête de réseau des Urssaf, nouvellement renommé Urssaf Caisse Nationale, qui recouvre cotisations sociales et CSG-CRDS assises sur les rémunérations des non-salariés non agricoles;

- La caisse centrale de mutualité sociale agricole (CCMSA), qui collecte les cotisations sociales et la CSG-CRDS pour les non-salariés agricoles.

La Base non-salariés ne couvre pas l'ensemble des non-salariés des secteurs culturels : une partie des professionnels qui exercent, de façon indépendante, une activité artistique ou culturelle ne cotisent pas à un régime social de travailleurs non salariés. Il s'agit des artistes-auteurs, néanmoins indépendants dans le sens où ils ne sont pas liés par un contrat de travail et ne sont subordonnés à aucun employeur. Ils perçoivent des rémunérations annuelles issues de la création (droits d'auteurs, revenus issus des ventes d'œuvres). L'Agessa, compétente pour les activités photographiques n'a été absorbée par l'Acos qu'en 2019. (voir page suivante profession)

Pour en savoir plus :

[Les non-salariés des activités culturelles 2006-2016](#)

[La nomenclature d'activités française \(NAF\)](#)

[L'enquête emploi](#)

Données sur la profession de photographe (psc 465C et 354A et Agessa)

La nomenclature des Professions et Catégories Socioprofessionnelles (PCS) sert à la codification du recensement et des enquêtes que l'Insee réalise auprès des ménages. Elle comporte quatre niveaux d'agrégation emboîtés. Au niveau le plus fin, un poste de la nomenclature PCS correspond à une profession, décrite par un code à 4 positions comportant trois chiffres et une lettre.

***PCS 465C : Photographes** : Professionnels dont l'activité consiste à prendre des clichés (et éventuellement les développer, tirer, retoucher) **sans que cette activité ait un but purement artistique**. Parfois, ils assurent à titre secondaire, la vente de matériel photographique.

- Professions les plus typiques : Photographe de mode, photographe de presse, photographe industriel, photographe publicitaire, photographe indépendant ...

- Professions assimilées : apprenti photographe, assistant photographe, photographe ambulant, photographe de plateau, photographe de portrait, photographe illustrateur...

- Professions exclues : détaillant photo, ouvrier de la photogravure et des laboratoires photographiques et cinématographiques, photographe d'art et photographe créateur (354A), vendeur de magasin photo.

***PCS 354A : Artistes plasticiens** : Artistes et créateurs qui, dans le domaine des arts graphiques et plastiques, élaborent une production dont le caractère artistique est affirmé et reconnu comme tel. La rubrique n'inclut pas les personnes qui peuvent concevoir et exécuter en plan et en volume des œuvres originales, mais dont la production ne correspond pas à l'exercice d'une activité artistique de premier plan.

- Professions les plus typiques : artiste-peintre, artiste-plasticien, dessinateur d'art, graphiste, graveur, peintre, plasticien, sculpteur

- Professions assimilées : dessinateur de bande dessinée, dessinateur de journal, dessinateur de presse, dessinateur humoriste, dessinateur lithographe, infographiste, photographe d'art

- Professions exclues : artisan d'art, ouvrier d'art, concepteurs et assistants techniques des arts graphiques, de la mode et de la décoration, professeur d'art et de dessin, illustrateur dont l'activité n'est pas artistique de premier plan...

PCS 465C : Photographe et PCS 354A : Artistes plasticiens (dont photographes d'art)								
Enquêtes emploi	Année d'enquête	Effectifs	Caractéristiques socio-démographiques (en %)			Caractéristiques de l'emploi (en %)		
			Femmes	Moins de 40 ans	Résidents IDF	Non-salariés	Parmi les salariés :	
						CDD et autres contrats temporaires	et Travail à temps partiel	
PCS 465C* photographes	2018	22 514	34	43	33	81	20	19
	2017	22 869	30	38	24	77	21	14
	2016	21 489	32	40	18	82	19	13
PCS 354A** Artistes plasticiens (dont photographes d'art)	2018	44 120	42	38	44	78	6	6
	2017	43 253	42	37	43	79	14	7
	2016	39 618	42	34	41	78	25	10

Note : les professions sont codées selon la nomenclature des Professions et catégories sociales (PCS) 2003,

Champ : France hors Mayotte, population des ménages, personnes en emploi de 15 ans ou plus.

Source : Insee, enquêtes Emploi 2015 à 2019 pour la France/Deps, Ministère de la Culture et de la Communication, 2021

Photographes affiliés à l'Agessa

Sous conditions de ressources et s'il en fait la demande, l'artiste auteur est affilié à l'Agessa ; à ce titre il bénéficie des prestations équivalentes à celles du régime général (indemnités journalières, congés maternité, etc.). Pour cela, il doit avoir perçu au cours de l'année civile précédente des revenus d'auteur supérieurs au seuil d'affiliation, soit 900 fois la valeur du smic horaire (8 892 euros de revenus sur l'année 2018). Lorsque le seuil d'affiliation n'est pas atteint, l'affiliation ou son maintien peut être prononcé, à titre dérogatoire, par la commission professionnelle de l'Agessa, qui juge de l'engagement professionnel de l'artiste auteur. S'il n'est pas affilié, il est dit assujetti.

En 2018, le Deps comptait environ **4 300 photographes affiliés à l'Agessa**. Le Deps ne dispose pas de données permettant de compter les photographes assujettis mais le rapport d'activité de l'Agessa donne environ 21 700 assujettis déclarant des revenus en tant que photographe cette année-là.

Pour en savoir plus :

[Les chiffres clés de la culture](#)
[Les professions et catégories socioprofessionnelles \(PCS\)](#)
[L'enquête emploi](#)

ANNEXE 5 :

DIRECTIVE (UE) 2019/790 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL

du 17 avril 2019

sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique

et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE

Extraits : articles 12 (Titre 3, chapitre 2) et 17 (titre 4, chapitre 2)

TITRE III

MESURES VISANT À AMÉLIORER LES PRATIQUES EN MATIÈRE D'OCTROI DE LICENCES ET À ASSURER UN ACCÈS PLUS LARGE AUX CONTENUS

CHAPITRE 2

Mesures visant à faciliter l'octroi de licences collectives

Article 12

Octroi de licences collectives ayant un effet étendu

1. En ce qui concerne l'utilisation sur leur territoire et sous réserve des garanties prévues au présent article, les États membres peuvent prévoir que, lorsqu'un organisme de gestion collective qui est soumis aux règles nationales transposant la directive 2014/26/UE, conformément aux mandats donnés par les titulaires de droits, conclut un accord de licence pour l'exploitation d'œuvres ou d'autres objets protégés :

- a) un tel accord peut être étendu pour s'appliquer aux droits des titulaires de droits qui n'ont pas autorisé l'organisme de gestion collective à les représenter par voie de cession, de licence ou de tout autre accord contractuel; ou
- b) en ce qui concerne un tel accord, l'organisme dispose d'un mandat légal ou est présumé représenter les titulaires de droits qui ne l'ont pas autorisé à agir de la sorte.

2. Les États membres veillent à ce que le mécanisme d'octroi de licences visé au paragraphe 1 ne s'applique que dans des domaines d'utilisation bien définis, lorsque l'obtention d'autorisations auprès des titulaires de droits sur une base individuelle s'avère habituellement onéreuse et difficile à mettre en œuvre dans une mesure qui rend improbable la transaction nécessaire à l'octroi d'une licence, en raison de la nature de l'utilisation ou des types d'œuvres ou d'autres objets protégés concernés, et veillent à ce que ce mécanisme d'octroi de licences préserve les intérêts légitimes des titulaires de droits.

3. Aux fins du paragraphe 1, les États membres prévoient les garanties suivantes :

- a) l'organisme de gestion collective est, sur la base de ses mandats, suffisamment représentatif des titulaires de droits pour le type d'œuvres ou autres objets protégés concernés, d'une part, et le type de droits qui font l'objet de la licence d'autre part, dans l'État membre concerné;

- b) une égalité de traitement est garantie à tous les titulaires de droits, y compris en ce qui concerne les conditions de la licence;
- c) les titulaires de droits qui n'ont pas autorisé l'organisme à octroyer la licence peuvent à tout moment, facilement et de manière effective, exclure leurs œuvres ou autres objets protégés du mécanisme d'octroi de licences établi conformément au présent article; et
- d) des mesures de publicité appropriées sont prises, dans un délai raisonnable précédant l'utilisation sous licence des œuvres ou autres objets protégés, pour informer les titulaires de droits quant à la capacité de l'organisme de gestion collective à octroyer des licences pour des œuvres ou autres objets protégés, quant à l'octroi de licences conformément au présent article et quant aux options à la disposition des titulaires de droits visées au point c). Les mesures de publicité sont effectives sans qu'il soit nécessaire d'informer chaque titulaire de droits individuellement.

4. Le présent article n'affecte pas l'application de mécanismes d'octroi de licences collectives ayant un effet étendu conformément à d'autres dispositions du droit de l'Union, y compris des dispositions qui permettent des exceptions ou des limitations.

Le présent article ne s'applique pas à la gestion collective obligatoire des droits.

L'article 7 de la directive 2014/26/UE s'applique au mécanisme d'octroi de licences prévu par le présent article.

5. Lorsqu'un État membre prévoit, dans son droit national, un mécanisme d'octroi de licences conformément au présent article, cet État membre informe la Commission du champ d'application des dispositions nationales correspondantes, des finalités et des types de licences qui peuvent être introduites en vertu de ces dispositions, des coordonnées des organismes délivrant des licences conformément à ce mécanisme d'octroi de licences, et des moyens d'obtenir les informations sur l'octroi de licences et les options à la disposition des titulaires de droits visées au paragraphe 3, point c). La Commission publie ces informations.

6. Sur la base des informations reçues en application du paragraphe 5 du présent article et des discussions menées au sein du comité de contact établi par l'article 12, paragraphe 3, de la directive 2001/29/CE, la Commission présente au Parlement européen et au Conseil, au plus tard le 10 avril 2021, un rapport sur l'utilisation dans l'Union des mécanismes d'octroi de licences visés au paragraphe 1 du présent article, sur leur incidence sur les licences et sur les titulaires de droits, y compris les titulaires de droits qui ne sont pas membres de l'organisme qui octroie les licences ou qui sont des ressortissants d'un autre État membre ou qui résident dans un autre État membre, sur leur efficacité pour faciliter la diffusion de contenus culturels et sur leur incidence sur le marché intérieur, y compris la prestation transfrontière de services et la concurrence. Ce rapport est accompagné, le cas échéant, d'une proposition législative, y compris en ce qui concerne l'effet transfrontière de ces mécanismes nationaux.

TITRE IV

MESURES VISANT À ASSURER LE BON FONCTIONNEMENT DU MARCHÉ DU DROIT D'AUTEUR

CHAPITRE 2

Utilisations particulières, par des services en ligne, de contenus protégés

Article 17

Utilisation de contenus protégés par des fournisseurs de services de partage de contenus en ligne

1. Les États membres prévoient qu'un fournisseur de services de partage de contenus en ligne effectue un acte de communication au public ou un acte de mise à la disposition du public aux fins de la présente directive lorsqu'il donne au public l'accès à des œuvres protégées par le droit d'auteur ou à d'autres objets protégés qui ont été téléversés par ses utilisateurs.

Un fournisseur de services de partage de contenus en ligne doit dès lors obtenir une autorisation des titulaires de droits visés à l'article 3, paragraphes 1 et 2, de la directive 2001/29/CE, par exemple en concluant un accord de licence, afin de communiquer au public ou de mettre à la disposition du public des œuvres ou autres objets protégés.

2. Les États membres prévoient que, lorsqu'un fournisseur de services de partage de contenus en ligne obtient une autorisation, par exemple en concluant un accord de licence, cette autorisation couvre également les actes accomplis par les utilisateurs des services relevant du champ d'application de l'article 3 de la directive 2001/29/CE lorsqu'ils n'agissent pas à titre commerciale ou lorsque leur activité ne génère pas de revenus significatifs.

3. Quand un fournisseur de services de partage de contenus en ligne procède à un acte de communication au public ou à un acte de mise à la disposition du public, dans les conditions fixées par la présente directive, la limitation de responsabilité établie à l'article 14, paragraphe 1, de la directive 2000/31/CE ne s'applique pas aux situations couvertes par le présent article.

Le premier alinéa du présent paragraphe n'affecte pas l'éventuelle application de l'article 14, paragraphe 1, de la directive 2000/31/CE à ces fournisseurs de services pour des finalités ne relevant pas du champ d'application de la présente directive.

4. Si aucune autorisation n'est accordée, les fournisseurs de services de partage de contenus en ligne sont responsables des actes non autorisés de communication au public, y compris la mise à la disposition du public, d'œuvres protégées par le droit d'auteur et d'autres objets protégés, à moins qu'ils ne démontrent que :

- a) ils ont fourni leurs meilleurs efforts pour obtenir une autorisation; et
- b) ils ont fourni leurs meilleurs efforts, conformément aux normes élevées du secteur en matière de diligence professionnelle, pour garantir l'indisponibilité d'œuvres et autres objets protégés spécifiques pour lesquels les titulaires de droits ont fourni aux fournisseurs de services les informations pertinentes et nécessaires; et en tout état de cause
- c) ils ont agi promptement, dès réception d'une notification suffisamment motivée de la part des titulaires de droits, pour bloquer l'accès aux œuvres et autres objets protégés faisant l'objet de la notification ou pour les retirer de leurs sites internet, et ont fourni leurs meilleurs efforts pour empêcher qu'ils soient téléversés dans le futur, conformément au point b).

5. Pour déterminer si le fournisseur de services a respecté les obligations qui lui incombent en vertu du paragraphe 4, et à la lumière du principe de proportionnalité, les éléments suivants sont, entre autres, pris en considération :

- a) le type, l'audience et la taille du service, ainsi que le type d'œuvres ou autres objets protégés téléversés par les utilisateurs du service; et
- b) la disponibilité de moyens adaptés et efficaces et leur coût pour les fournisseurs de services.

6. Les États membres prévoient que, à l'égard de nouveaux fournisseurs de services de partage de contenus en ligne dont les services ont été mis à la disposition du public dans l'Union depuis moins de trois ans et qui ont un chiffre d'affaires annuel inférieur à 10 millions d'euros calculés conformément à la recommandation 2003/361/CE de la Commission, les conditions au titre du régime de responsabilité énoncé au paragraphe 4 sont limitées au respect du paragraphe 4, point a), et au fait d'agir promptement, lorsqu'ils reçoivent une notification suffisamment motivée, pour bloquer l'accès aux œuvres ou autres objets protégés faisant l'objet de la notification ou pour les retirer de leurs site internet.

Lorsque le nombre moyen de visiteurs uniques par mois de tels fournisseurs de services dépasse les 5 millions, calculé sur la base de l'année civile précédente, ils sont également tenus de démontrer qu'ils ont fourni leurs meilleurs efforts pour éviter d'autres téléversements des œuvres et autres objets protégés faisant l'objet de la notification pour lesquels les titulaires de droits ont fourni les informations pertinentes et nécessaires.

7. La coopération entre les fournisseurs de services de partage de contenus en ligne et les titulaires de droits ne conduit pas à empêcher la mise à disposition d'œuvres ou d'autres objets protégés téléversés par des utilisateurs qui ne portent pas atteinte au droit d'auteur et aux droits voisins, y compris lorsque ces œuvres ou autres objets protégés sont couverts par une exception ou une limitation.

Les États membres veillent à ce que les utilisateurs dans chaque État membre puissent se prévaloir de l'une quelconque des exceptions ou limitations existantes suivantes lorsqu'ils téléversent et mettent à disposition des contenus générés par les utilisateurs sur les services de partage de contenus en ligne:

- a) citation, critique, revue;
- b) utilisation à des fins de caricature, de parodie ou de pastiche.

8. L'application du présent article ne donne lieu à aucune obligation générale de surveillance.

Les États membres prévoient que les fournisseurs de services de partage de contenus en ligne fournissent aux titulaires de droits, à leur demande, des informations adéquates sur le fonctionnement de leurs pratiques en ce qui concerne la coopération visée au paragraphe 4 et, en cas d'accords de licence conclus entre les fournisseurs de services et les titulaires de droits, des informations sur l'utilisation des contenus couverts par les accords.

9. Les États membres prévoient la mise en place par les fournisseurs de services de partage de contenus en ligne d'un dispositif de traitement des plaintes et de recours rapide et efficace, à la disposition des utilisateurs de leurs services en cas de litige portant sur le blocage de l'accès à des œuvres ou autres objets protégés qu'ils ont téléversés ou sur leur retrait.

Lorsque des titulaires de droits demandent à ce que l'accès à leurs œuvres ou autres objets protégés spécifiques soit bloqué ou à ce que ces œuvres ou autres objets protégés soient retirés, ils justifient dûment leurs demandes. Les plaintes déposées dans le cadre du dispositif prévu au premier alinéa sont traitées sans retard indu et les décisions de blocage d'accès aux contenus téléversés ou de retrait de ces contenus font l'objet d'un contrôle par une personne physique. Les États membres veillent également à ce que des mécanismes de recours extrajudiciaires soient disponibles pour le règlement des litiges. Ces mécanismes permettent un règlement impartial des litiges et ne privent pas l'utilisateur de la protection juridique accordée par le droit national, sans préjudice du droit des utilisateurs de recourir à des voies de recours judiciaires efficaces. En particulier, les États membres veillent à ce que

les utilisateurs puissent s'adresser à un tribunal ou à une autre autorité judiciaire compétente pour faire valoir le bénéfice d'une exception ou d'une limitation au droit d'auteur et aux droits voisins.

La présente directive n'affecte en aucune façon les utilisations légitimes, telles que les utilisations relevant des exceptions ou limitations prévues par le droit de l'Union, et n'entraîne aucune identification d'utilisateurs individuels ni de traitement de données à caractère personnel, excepté conformément à la directive 2002/58/CE et au règlement (UE) 2016/679.

Les fournisseurs de services de partage de contenus en ligne informent leurs utilisateurs, dans leurs conditions générales d'utilisation, qu'ils peuvent utiliser des œuvres et autres objets protégés dans le cadre des exceptions ou des limitations au droit d'auteur et aux droits voisins prévues par le droit de l'Union.

10. À compter du 6 juin 2019, la Commission organise, en coopération avec les États membres, des dialogues entre parties intéressées afin d'examiner les meilleures pratiques pour la coopération entre les fournisseurs de services de partage de contenus en ligne et les titulaires de droits. Après consultation des fournisseurs de services de partage de contenus en ligne, des titulaires de droits, des organisations d'utilisateurs et des autres parties prenantes concernées, et compte tenu des résultats des dialogues entre parties intéressées, la Commission émet des orientations sur l'application du présent article, en particulier en ce qui concerne la coopération visée au paragraphe 4. Lors de l'examen des meilleures pratiques, une attention particulière doit être accordée, entre autres, à la nécessité de maintenir un équilibre entre les droits fondamentaux et le recours aux exceptions et aux limitations. Aux fins des dialogues avec les parties intéressées, les organisations d'utilisateurs ont accès aux informations adéquates fournies par les fournisseurs de services de partage de contenus en ligne sur le fonctionnement de leurs pratiques en ce qui concerne le paragraphe 4.

ANNEXE 6 :

Extrait du modèle de convention-cadre entre l'Etat et les éditeurs de presse 2018-2020, article 5.4

5-4. Engagements en matière de bonnes pratiques à l'égard des photojournalistes et des agences de presse

Le groupe [l'entreprise] s'engage à respecter les dispositions de l'article L. 441-6 du code de commerce concernant les délais de paiement :

« Sauf disposition contraire figurant aux conditions de vente ou convenues entre les parties, le délai de règlement des sommes dues est fixé au trentième jour suivant la date de réception des marchandises.

« Le délai convenu entre les parties pour régler les sommes dues ne peut dépasser quarante-cinq jours fin de mois ou soixante jours suivant la date d'émission de la facture. »

Le groupe [l'entreprise] s'engage à respecter les engagements figurant dans le code de bonnes pratiques professionnelles entre éditeurs, agences et photographes daté du 15 juillet 2014, figurant en annexe 6 de la présente convention. Ainsi, le groupe [l'entreprise] doit, notamment :

- privilégier l'approvisionnement en photographies auprès des photojournalistes et des agences de presse, notamment lorsqu'il s'agit d'informer sur les sujets d'actualité politique et générale ou de les illustrer ;
- associer systématiquement à la publication de la photographie les crédits photographiques liés à celle-ci, qui doivent figurer, dans toute la mesure du possible, à côté de la photographie ;
- limiter strictement le recours à la mention « droits réservés » (« DR ») aux cas où l'auteur de la photographie ne souhaite pas que son nom soit rendu public ou si l'auteur ne peut pas être identifié, en dépit d'un réel effort de recherche de la part de l'éditeur ;
- réaliser un document contractuel pour toute commande de photographie. Ce document doit prévoir la rémunération du photographe ainsi que la rémunération due pour le maintien en ligne de la photographie sans intervention de l'éditeur. En cas d'urgence ou d'impossibilité matérielle de signer le document avant le démarrage de la mission, l'accord entre l'éditeur et le photographe peut prendre la forme d'un échange de courriels ou de SMS.

Le document contractuel doit dans ce cas être conclu, sous forme papier comme électronique, dans les 48h suivant la fin de la mission ;

- proposer des contrats permettant au photographe de refuser librement la syndication ;
- ne pas supprimer ou modifier des métadonnées lors de l'exploitation des photographies.

ANNEXE 7 :
Panorama de la photographie 2019



MINISTÈRE DE LA CULTURE

Liberté

Égalité

Fraternité

**Direction de la création artistique
Délégation aux Arts Visuels
Département de la Photographie**



**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

PANORAMA - 2019

LIEUX DÉDIÉS À LA CRÉATION PHOTOGRAPHIQUE

Introduction

Périmètre et sources

Introduction 1/3

/ Périmètre

Structures :

- dédiées à la photographie
- subventionnées par le ministère de la Culture
- rôle dans la diffusion de la création photographique

/ Typologies

Structures :

- Centres d'art conventionnés (8) dont 5 centres d'art labellisés « centre d'art contemporain d'intérêt national »
- Lieux photographiques (58) dont 25 financés
- Festivals (36) dont 17 financés



Image : carte des lieux et festivals photo en France

<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Photographie/La-photographie-en-France/Les-lieux-et-festivals-de-photographie-en-France#search@46.9888112.2.4765098.6.02>

Introduction 2/3

/ Autres acteurs

▪Etablissements publics :

- Centre national d'art et de culture Georges-Pompidou
- Bibliothèque nationale de France
- Centre national des arts plastiques

▪Fonds régionaux d'art contemporain (Frac) :

- En 2019, la photographie a **représenté 21% des acquisitions totales des Frac en France**
- **11% du budget global 2019 des Frac** dédié à la photographie
- Les Frac ayant le plus achetés de photographie en 2019 sont : le Frac Bretagne (95 œuvres acquises dont 25 en photo), le Frac Centre-Val de Loire (283 œuvres acquises dont 76 en photo), le Frac Occitanie-Montpellier (12 œuvres acquises dont 5 en photo), le Frac Angoulême (33 œuvres acquises dont 13 acquisitions en photo), Le Frac Auvergne (37 œuvres acquises dont 13 en photo), le Frac Marseille (191 œuvres acquises dont 13 en photo) et le Frac Réunion (14 œuvres acquises dont 7 en photo).

Introduction 3/3

Sources

▪Ministère de la Culture

- Etats des lieux par DRAC (2019) – Etablis par le département du soutien à la création et à la diffusion (DESOC)
- Panorama 2019 – Intervention du ministère de la Culture dans le domaine de la création (produit au sein de la Direction générale de la création artistique)
- Enquête auprès des conseillers arts visuels (DRAC), les référents tutelles du Ministère (département du soutien à la création et à la diffusion)

▪Structures

- Enquête auprès des lieux concernés
- Rapport d'activités Diagonal (2019)

Sommaire

I. Centres d'art

II. Lieux photographiques

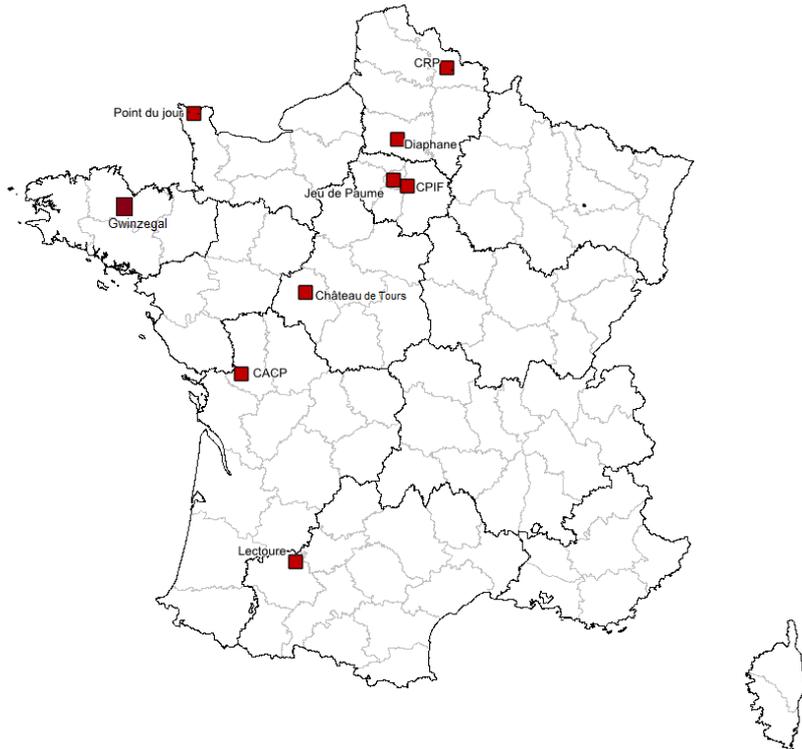
III. Festivals

IV. Synthèse

V. Les projets du ministère de la Culture

I. Les centres d'art

Centres d'art conventionnés 1/5



→ 8 centres d'art conventionnés dédiés à la photographie (dont 5 labélisés en 2019) :

- Le Jeu de Paume, sur les sites Concorde et Château de Tours, Centre d'art contemporain national, Paris (*membre de D.C.A*)
- Le Centre photographique d'Ile-de-France (CPIF), Pontault-Combault [Structure labellisée \(2019\)](#)
- Le Point du Jour – Centre régional de la photographie, Cherbourg [Structure labellisée \(2019\)](#)
- Le Centre régional de la photographie Hauts-de-France, Douchy-les-Mines [Structure labellisée \(2019\)](#)
- Le Centre d'Art Contemporain Photographique - Villa Pérochon, Niort [Structure labellisée \(2018\)](#)
- Le Centre de photographie de Lectoure, Lectoure [Structure labellisée \(2020\)](#)
- Diaphane – Pôle photographique en Picardie, Clermont-de-l'Oise [dernière CPO : 2015-2017] [en cours de labélisation \(2021\)](#)
- Centre d'art Gwinzegal à Guingamp [Structure labellisée \(2019\)](#)

Centres d'art conventionnés 2/5

/ Des activités multiples

Structure	Collection	Bibliothèque ouverte au public	Artothèque	Editeur
Le Jeu de Paume – Paris (sur les sites Concorde et Château de Tours)	Non	Non	Non	Oui
Le Centre photographique d'Ile-de-France (CPIF) - Pontault Combault	Non	Non	Non	Oui
Le Point du Jour – Centre régional de la photographie - Cherbourg	Non	Oui	Non	Oui
Le Centre régional de la photographie Hauts-de-France (CRP) - Douchy les Mines	Oui	Oui	Oui	Oui
Le Centre d'Art Contemporain Photographique - Villa Pérochon - Niort	Oui	Oui	Non	Non
Le Centre de photographie de Lecture - Lecture	Oui	Non	Non	Non
Diaphane – Pôle photographique en Picardie - Clermont	Oui	Oui	Non	Non
Centre d'art Gwinzegal - Guingamp	Non	Oui	Non	Oui

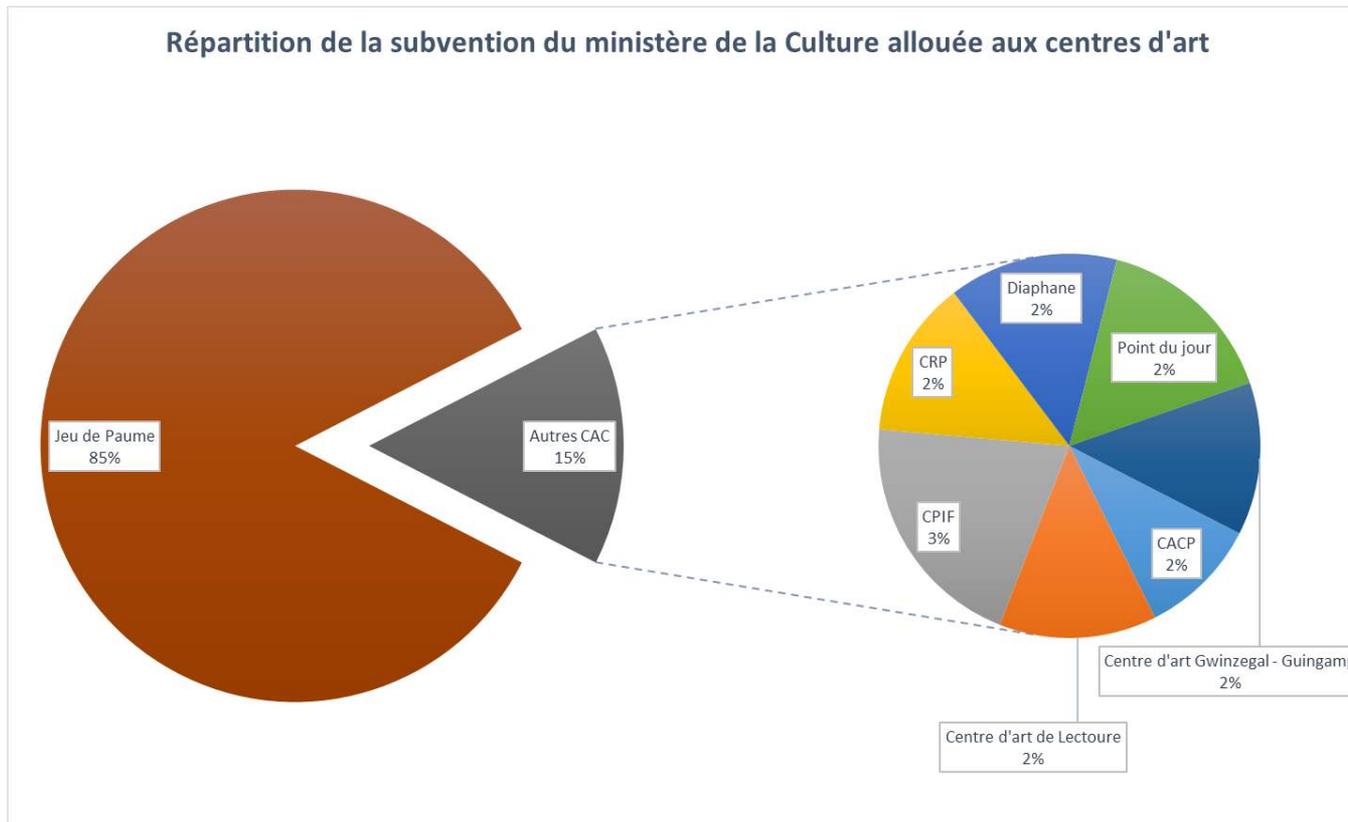
Centres d'art conventionnés 3/5

/Financement

Centres d'art conventionnés - 2019	Région	131	224	Subvention totale	Budget total	Part de la subvention MC dans le budget total
Jeu de paume – Paris (sur les sites Concorde et Château de Tours)	Île-de-France	4 947 838 €	0 €	4 947 838 €	8 315 037 €	60%
Centre photographique d'Île-de-France - Pontault Combault	Île-de-France	155 000 €	24 000 €	179 000 €	525 690 €	34%
Point du jour - Cherbourg	Normandie	130 000 €	7 500 €	137 500 €	488 050 €	28%
Centre régional de la photographie - Douchy les Mines	Hauts-de-France	93 610 €	23 000 €	116 610 €	488 860 €	24%
CACP Villa Pérochon - Niort	Nouvelle Aquitaine	88 300 €	0 €	88 300 €	277 300 €	32%
Centre d'art de Lecture - Lecture	Occitanie	117 000 €	0 €	117 000 €	270 050 €	43%
Diaphane - Pôle photographique en Picardie-Clermont	Hauts-de-France	66 565 €	59 000 €	125 565 €	582 821 €	22%
Centre d'art Gwinzegal – Guingamp	Bretagne	63 000 €	49 600 €	112 600 €	268 377 €	42%
Total	//	5 661 313 €	163 100 €	5 824 413 €	11 216 185 €	52%
Total hors Jeu de Paume	//	713 475 €	163100	876 575 €	2 901 148 €	30%

- Subvention moyenne (hors Jeu de Paume) : **125 225€**
- Part moyenne du financement du ministère de la Culture dans le budget > hors Jeu de Paume -> **30%** mais écarts importants (**22% à 43%**)

Centres d'art conventionnés 4/5



Centres d'art conventionnés 5/5

/Chiffres clés

Structure	Nombre d'expositions in situ	Fréquentation	Fréquentation hors les murs	Nombre de publications	Nombre d'artistes accueils en résidence	Budget	ETP
Jeu de Paume (sur les sites Concorde et Château de Tours)	10	277 213	289 54	12	0	8 315 037€	38.08
Centre Photographique d'Ile-de-France - Pontault Combault	2	3 396	5 646	1	3	525 690€	6
Le point du jour - Cherbourg	5	5 970	NR	1	0	488 050€	5,12
CRP des Hauts-de-France – Douchy les Mines	4	2 400	51 063	1	4	488 860€	7,16
CACP Villa Pérochon - Niort	4	8 340	5 097	1	3	277 300€	2,7
Centre d'art de Lecture - Lecture	1	8 170	1 045	1	2	270 050€	4,3
Diaphane - Pôle photographique en Picardie - Clermont	3	200	25 000 (festival)	0	6	582 821€	5,6
Centre d'art Gwinzegal – Guingamp	3	196 681	//	1	7	268 377€	5

II. Lieux photographiques

Lieux photographiques 1/3

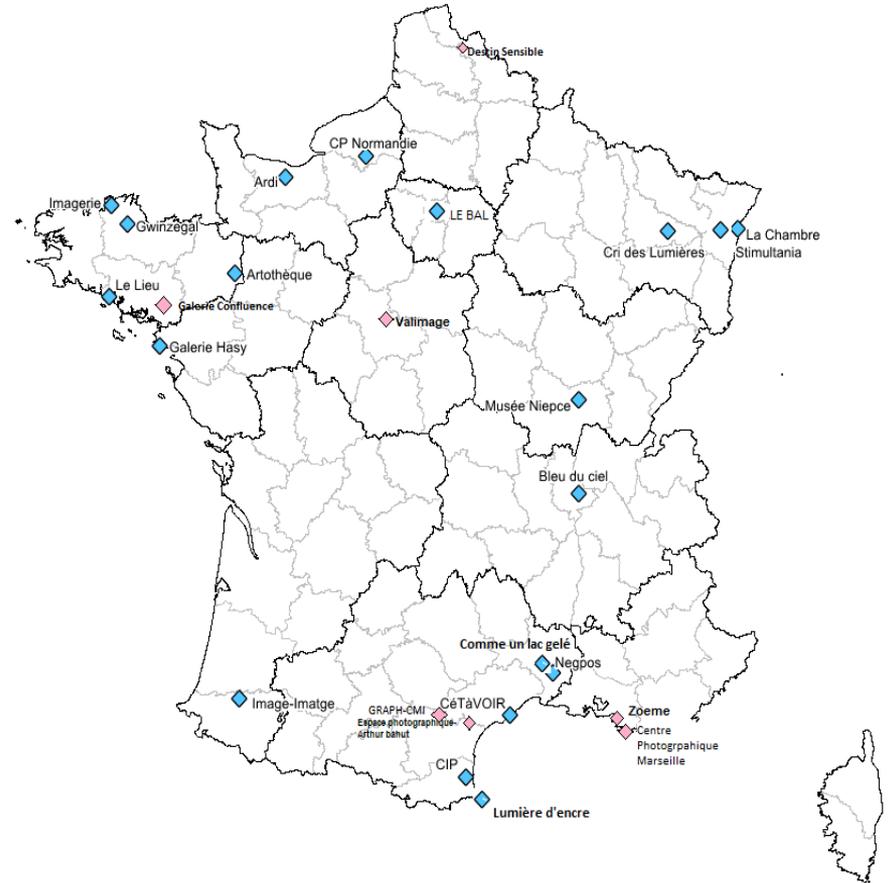
/ 25 lieux photographiques subventionnés par le ministère de la Culture en 2019

- Depuis 2017, nous soutenons 7 nouveaux lieux indiqués en rose sur la carte. (*Valimage, Zoeme, le Centre Photographique de Marseille, l'Espace photographique-Arthur Batut, GRAPH-CMI, Galerie Confluence et Destin Sensible*)

- Depuis 2017, la région du Centre-Val de Loire est équipée d'un lieu dédié à la photographie : *Valimage* soutenu par la DRAC, rejoint en 2020 par *Zone I*.

Activités :

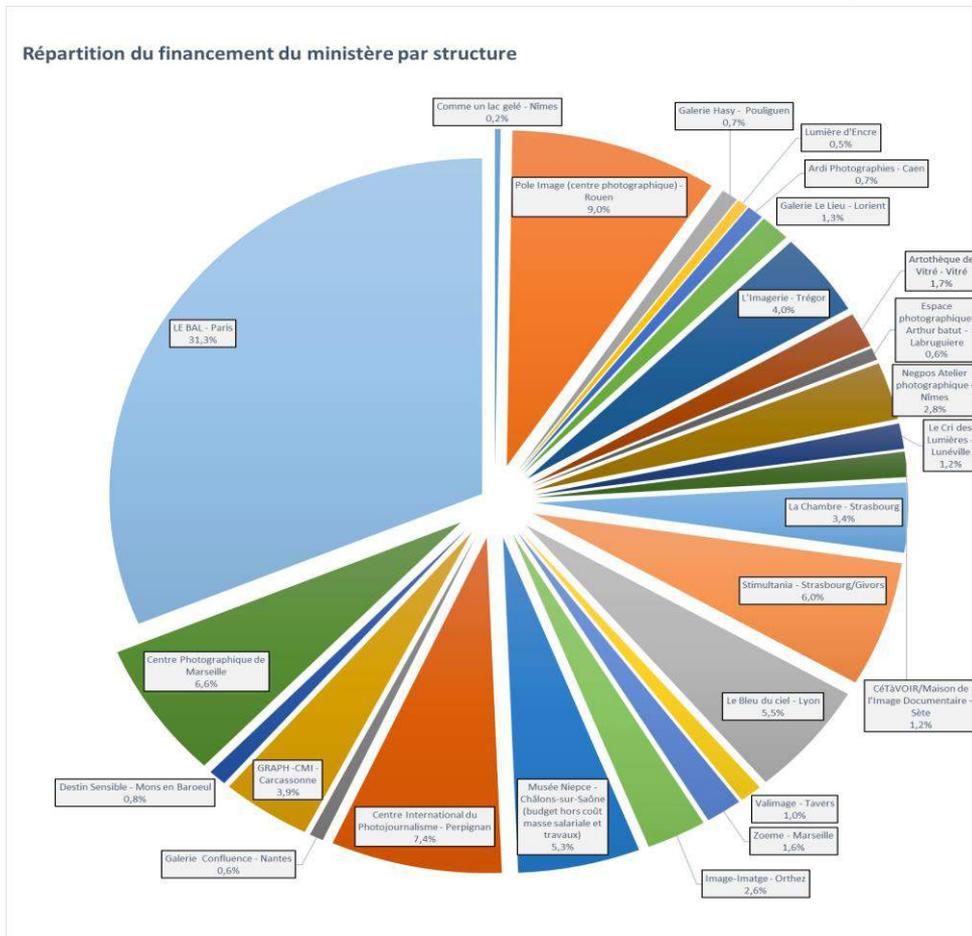
- **14 possèdent des collections**
- **16 possèdent des bibliothèques ouvertes au public**
- **15 ont une activité d'éditeur**



Lieux photographiques 2/3

/Financement

- Montant total des subventions => **643 359 €**
- **3 lieux concentrent plus de 50% des subventions** : le Bal, le Centre photographique Rouen Normandie et le Centre International de Photojournalisme à Perpignan
- **Subvention moyenne => 25 734 €** en 2019 contre 17 200 € en 2017
- Part moyenne du financement du ministère de la Culture dans le budget total des structures => **12%** (en net diminution par rapport à 2017 à 17%)

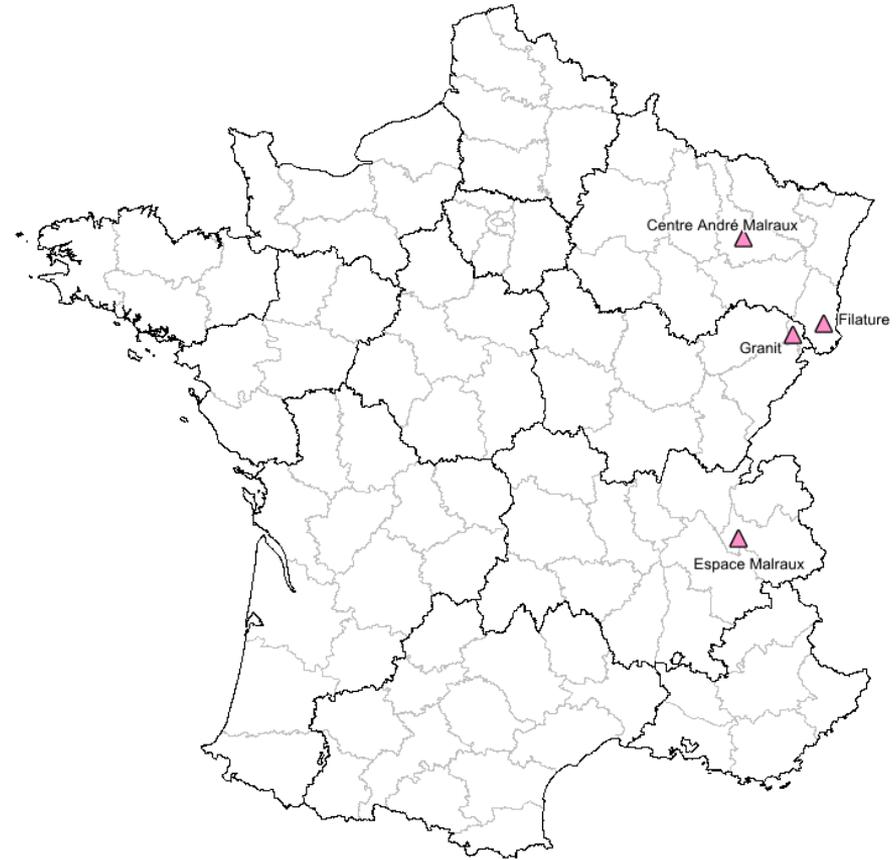


Lieux photographiques 3/3

/ Le cas des scènes nationales

➤ Quatre scènes nationales disposent ou ont, jusqu'à récemment, disposé d'un lieu d'exposition consacré à la photographie :

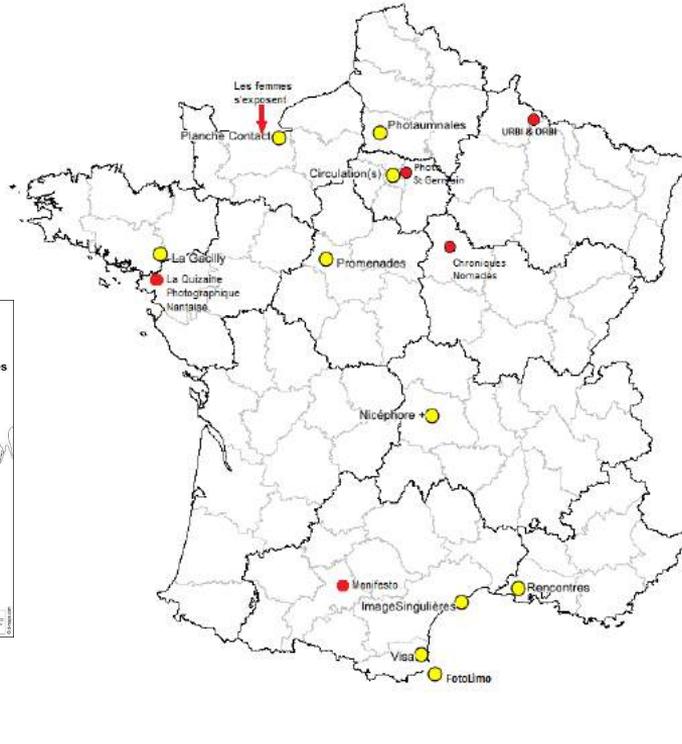
- La **Filature** de Mulhouse
- Le **Centre André Malraux** de Vandoeuvre-Lès-Nancy
- L'**Espace Malraux** de Chambéry
- Le **Granit** de Belfort



III. Festivals

Festival 1/3

/ 17 festivals soutenus par le ministère de la Culture en 2019



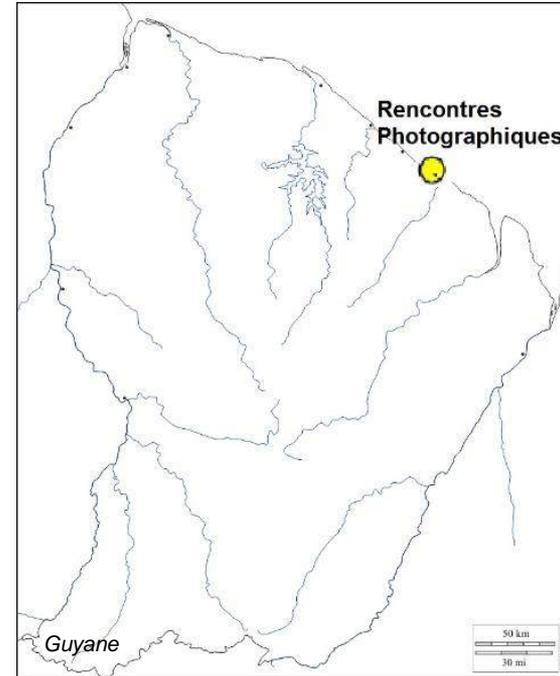
- **+6 festivals financés depuis 2017** (*Les femmes s'exposent* à Houlgate, *La Quinzaine Photographique Nantaise*, *Manifesto* à Toulouse, *Urbi & Orbi* à Sedan, *Chroniques Nomades* à Auxerre et *Photo Saint Germain* à Paris)
- 2 régions ne comptent aucun festival subventionné dédié à la photographie : la Nouvelle Aquitaine et la Corse.
- Montant total des subventions du ministère de la Culture : **1.668.840 €**

Festival 2/3

/ Focus sur la Guyane : les Rencontres photographiques

L'édition 2019 en quelques chiffres:

- 12 expositions
- 14 lieux d'expositions
- 9616 visiteurs
- 1031 scolaires accueillis

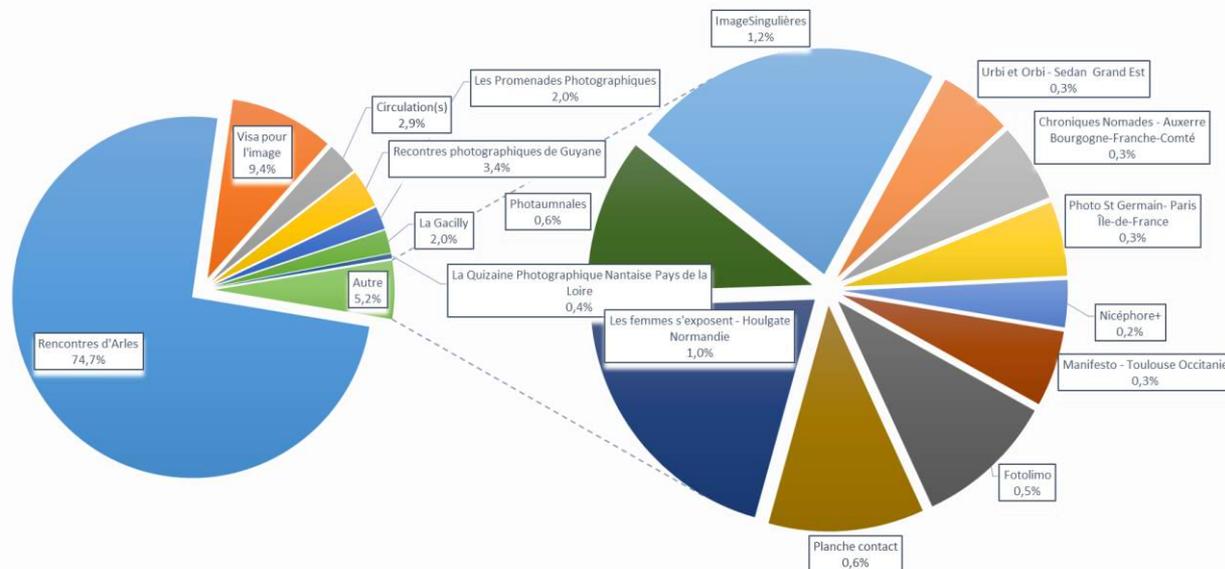


Festival 3/3

/ Financement

- Montant total des subventions: **1 668 840 €** (dont 1 281 000 de subvention aux Rencontres d'Arles).
- Part moyenne du financement du ministère de la Culture dans le budget total des festivals => **14%** (incluant les Rencontres d'Arles)
- Il y a une nette augmentation de la part de financement depuis 2017 (pour rappel était de 8%)
- **Note** : Même si le montant de la subvention étatique des Rencontres d'Arles est élevée, l'Etat finance à hauteur de 16% seulement du budget global des Rencontres.

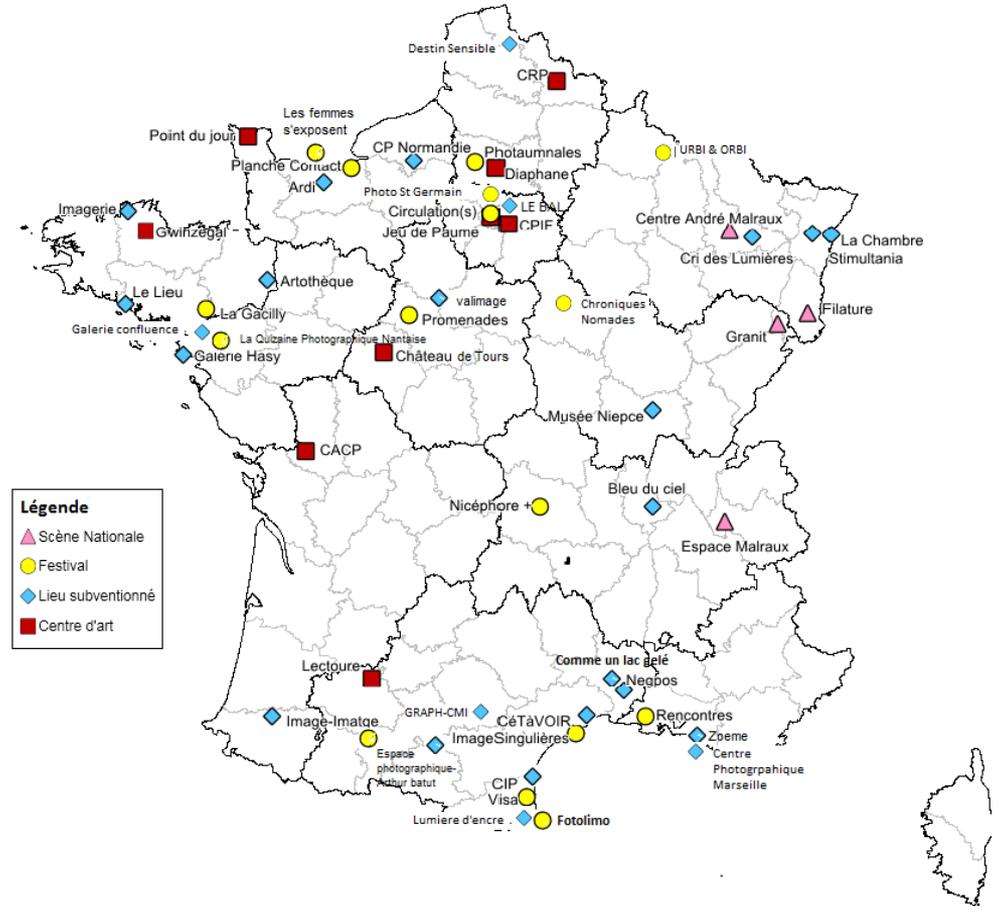
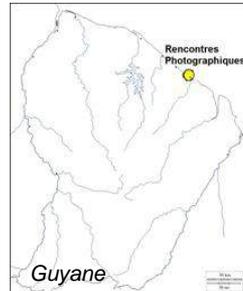
Répartition des crédits du ministère de la Culture alloués aux festivals



IV. Synthèse

Synthèse 1/3

- **80% des structures aidées se trouvent dans 6 régions**
- La moitié des régions métropolitaines possède moins de **3 structures subventionnées**
- Depuis 2017, l'Etat subventionne **> 14 nouveaux projets** (1 CAC, 7 lieux en région, 6 festivals)



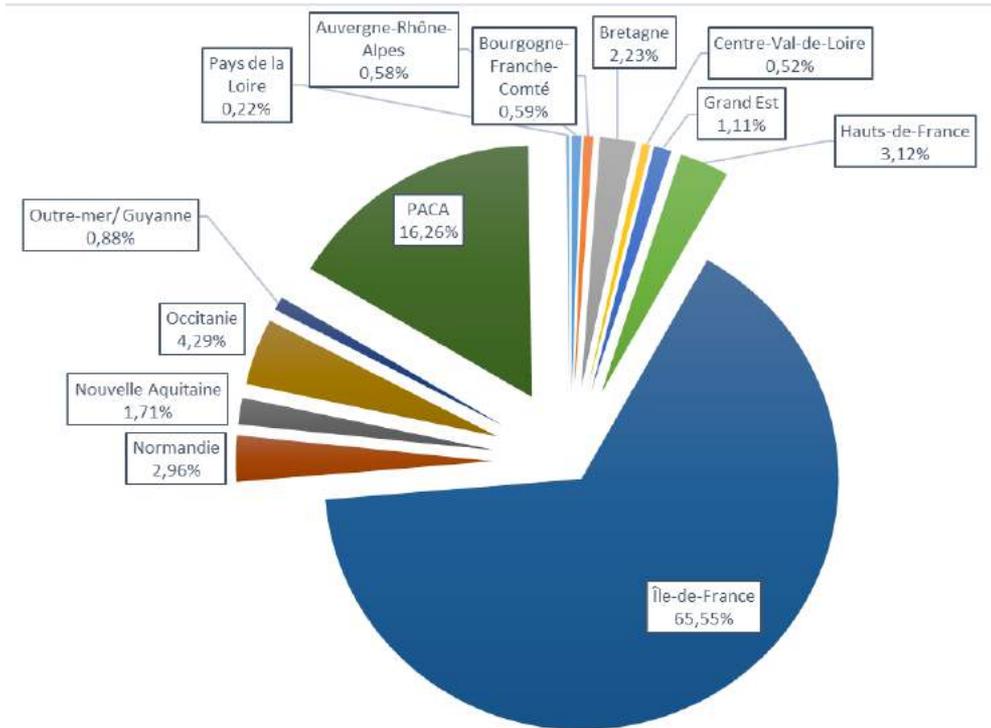
Synthèse 2/3

/ Financement

3 régions concentrent 86% subventions du ministère de la Culture :

- **L'Île-de-France** compte-tenu de la forte aide attribuée au Jeu de Paume
- La région **PACA**, idem pour le festival des Rencontres d'Arles
- La région **Occitanie**, idem pour le festival Visa pour l'Images et de nombreuses initiatives associatives

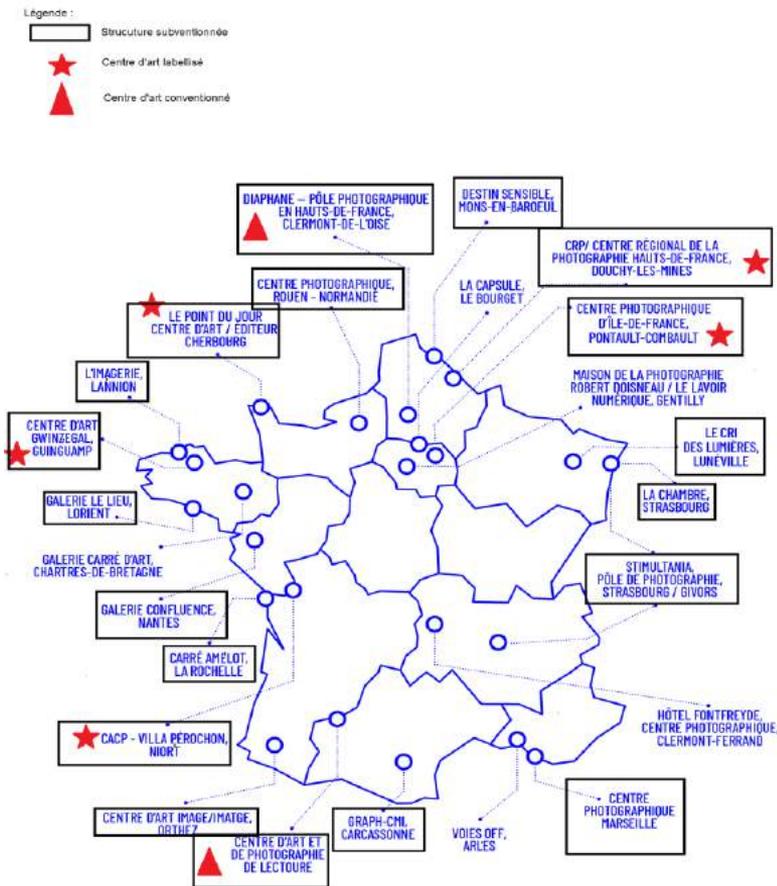
Montant total des subventions du ministère de la Culture en 2019 : **8 289 677€**
(incluant les Rencontres d'Arles et le Jeu de Paume)



Répartition du financement par région avec Jeu de Paume

Synthèse 3/3

- 18 structures subventionnées sont membres de **Diagonal** => 5 structures du réseau Diagonal ne sont pas subventionnées
- 5 structures sont membres de **D.C.A** (*Centre d'art image/imatge, Centre d'art et de photographie de Lecture, Centre Photographique d'Île-de-France, CRP/ Centre régional de la photographie Hauts-de-France, Jeu de Paume*)
- 16 structures sont membres d'un **réseau régional** (Tram, 50° nord, etc.)



V. Les projets du ministère de la Culture

Les projets du ministère de la Culture 1/3

/ Nos partenaires privilégiés en 2019

- **CLAP** : Comité de liaison et d'action pour la photographie (regroupant les agences Modds, Myop, signatures, VU et tendance floue) <https://www.facebook.com/clap.payetaphoto/>
- **France Photobook** (création d'un CPO 2021-2023) <https://francephotobook.fr/>
- **Diagonal** (création d'une CPO 2020-2022) <https://reseau-diagonal.com/>
- **SFP** : La société française de photographie (création d'une CPO 2020-2022), <https://sfp.asso.fr/photographie/>

Les projets du ministère de la Culture 2/3

/Les actions du ministère pour l'année 2019

- Première plénière du **Parlement de la photographie** (nouvelle en 2021) <https://www.culture.gouv.fr/Actualites/La-photographie-un-secteur-a-la-croisee-des-chemins>
- **Visite de Paris Photo** à destination des directeurs.rices de Frac et de centres d'art et visites « **des femmes photographes dans leurs ateliers** », durant Paris Photo
- **Curators' meeting**, durant les Rencontres d'Arles
- Colloque « **Photographica** » Patrimoines photographiques : histoires, ethnologies, émotions
- Table ronde **Paris Photo** : « **Apprendre à voir l'invisible** »

Les projets du ministère de la Culture 3/3

/ Entre les images 2019

Entre les images est un programme de transmission et d'ateliers de pratique photographique destiné à tous les publics éloignés de la culture et déployé par Diagonal, réseau national de structures de diffusion et de production de photographie.

Entre les images existe depuis fin 2018. Il soutient des projets inédits à l'échelle du territoire national et d'Outre-mer, participe à la construction d'un maillage innovant d'un territoire et renforce sa cohésion.

Entre les images s'adresse à tous les citoyens, s'ouvre à toute typologie de publics – une attention est particulièrement portée aux non scolaires - et convoque la fonction civique de l'art et tout particulièrement celle de la photographie pour créer du commun.

Quelques chiffres :

- En 2019/2020, pour sa première édition, « *Entre les images* » a participé à la mise en place de 30 projets développés grâce à l'expertise de 20 membres du réseau Diagonal dans 9 régions métropolitaines et 1 région ultramarine.
- Au total **32 artistes photographes** sont intervenus en direction de plus de 700 personnes.
- **Les projets ont touché 8044 bénéficiaires indirects** > 54 % bénéficiaires jeunes / scolaires et non scolaires, 13 % public de proximité (habitants et/ou amateurs captés par les projets d'ateliers), 9% bénéficiaires en réinsertion, 7% bénéficiaires issus de l'immigration

ANNEXE 8 :

**Le code de bonnes pratiques professionnelles entre éditeurs, agences de presse
et photographes, juillet 2014**

Code de bonnes pratiques professionnelles entre éditeurs, agences de presse et photographes

mardi 15 juillet 2014

Contact presse

**Délégation à l'information
et à la communication**

Service presse
01 40 15 83 31
service-presse@culture.gouv.fr

*Toute l'actualité du ministère
de la Culture et de la Communication :*

www.culturecommunication.gouv.fr

[www.facebook.com/
ministere.culture.communication](http://www.facebook.com/ministere.culture.communication)

<https://twitter.com/MinistereCC>





Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



Code de bonnes pratiques professionnelles entre éditeurs, agences de presse et photographes

CODE DE BONNES PRATIQUES PROFESSIONNELLES ENTRE EDITEURS, AGENCES ET PHOTOGRAPHES

PREAMBULE

A l'issue de la mission de médiation confiée à Monsieur Francis BRUN-BUISSON, Conseiller maître à la Cour des comptes, par Madame Aurélie FILIPPETTI, ministre de la culture et de la communication, et en sa présence,

Les parties contractantes soussignées (ci-après : « les Parties »), soit :

1/ les éditeurs de publications imprimées ou en ligne, ici représentés par les organisations professionnelles et les associations d'éditeurs signataires :

- SPQN (Syndicat de la presse quotidienne nationale),
- SEPM (Syndicat des éditeurs de la presse magazine),
- SPQR, (Syndicat de la presse quotidienne régionale),
- SPQD (Syndicat de la presse quotidienne départementale),
- FPPR (fédération de la presse périodique régionale),
- FNPS (Fédération nationale de la presse d'information spécialisée),
- SPIIL (Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne),
- APGI (Association de la presse gratuite d'information),

ci-après « l'éditeur » ou « les éditeurs »,

2/ les agences de presse au sens de l'ordonnance du 2 novembre 1945 modifiée, ainsi que les agences d'illustration fournissant des photographies pour la presse, ici représentées par les organisations professionnelles d'agences signataires :

- SAPHIR (Syndicat des agences de presse photographiques d'information et de reportage),
- FNAPPI (Fédération nationale des agences de presse photo et d'information),
- SNAPIG (Syndicat national des agences photographiques d'illustration générale),

ci-après « l'agence » ou « les agences »

3/ les photographes, en tant qu'ils collaborent, à titre professionnel, avec des entreprises de presse, ici représentés par l'association de photographes signataire :

- PAJ (Photographes, auteurs, journalistes),

ci-après « le photographe » ou « les photographes »

en présence du GESTE (Groupement des éditeurs de contenus et de service en ligne) qui a été associé aux travaux ayant conduit à la rédaction du présent code¹,

- souhaitant continuer à soutenir le pluralisme, la qualité et l'intégrité des sources d'information utilisées par les entreprises de presse ;
- désireuses de préserver l'activité du secteur de la photographie de presse et de renforcer la protection des droits liés à l'exploitation des photographies de presse ;
- reconnaissant la nécessité de poursuivre l'adaptation des professions de ce secteur aux nouvelles techniques de production, de stockage et de distribution des images diffusées par les entreprises de presse ;

1. Les sociétés de perception et de répartition de droits d'auteur , SAIF et SCAM, ont également été associées à la médiation.

- constatant l'existence de deux accords professionnels demeurant en vigueur sur tous les points non traités ci-après, pour les acteurs professionnels qui les ont signés: le constat d'accord du 17 mai 2004 relatif aux usages professionnels entres éditeurs de presse, magazines d'information et agences photographiques de presse et d'illustration en matière de cession/acquisition de droits photographiques et l'accord du 10 mai 2007 étendu en 2008 sur le traitement social des revenus complémentaires des journalistes reporters photographes tirés de l'exploitation de leurs œuvres dans la presse, signé entre les représentants des agences de presse et des journalistes ;
- conscientes de la nécessité d'établir des règles d'usage pratique favorables à la création d'un environnement professionnel stable, positif et constructif, sans préjudice des relations et négociations qui s'établissent entre elles sur d'autres plans, notamment en matière sociale et commerciale, dans un cadre législatif et réglementaire spécifique ;

adoptent conjointement le code de bonnes pratiques professionnelles en matière d'utilisation de photographies de presse, ci-après signé, qu'elles s'engagent à respecter et dont elles conviennent de fixer la date d'entrée en vigueur au 15 octobre 2014 en écartant toute application rétroactive de ses dispositions ;

Ce code est applicable, dans le cadre de leurs relations professionnelles, aux personnes physiques ou morales représentées par les organisations signataires. Le code demeure ouvert, jusqu'à la fin de l'année 2015, à la signature des organisations professionnelles de photographes et aux syndicats de journalistes ayant participé aux réunions de médiation².

Le code s'applique, dans le cadre de leurs relations professionnelles, aux membres et adhérents, personnes physiques ou morales, des organisations signataires qui les représentent.

...

Article 1er - Diversité des sources photographiques

Les parties reconnaissent l'importance de la contribution de la photographie de presse professionnelle à la qualité de l'information fournie au public par les entreprises de presse.

Les éditeurs et les agences s'engagent à ne pas pratiquer des tarifs de nature à dégrader les conditions du marché de la photographie.

Les éditeurs reconnaissent l'intérêt qui s'attache à la pluralité de sources photographiques professionnelles et s'engagent à privilégier leur approvisionnement en photographies auprès des photographes et des agences, notamment lorsqu'il s'agit d'informer sur les sujets d'actualité politique et générale ou de les illustrer.

I. EXPLOITATION DES PHOTOGRAPHIES DE PRESSE

1/ Données associées aux photographies

a. Métadonnées

Article 2 - *Les photographes et les agences s'engagent à remplir et transmettre, selon un standard défini en commun, les métadonnées qui contiennent notamment les informations numériques associées aux photographies (champs IPTC), telles que définies à l'article L331-11 du Code de la propriété intellectuelle (CPI).*

Ces informations sont relatives, à titre principal :

- au nom et à la qualité de l'auteur de la photographie et du titulaire ou cessionnaire des droits sur l'œuvre photographique,
- à la source de la photographie (institutionnelle, corporative, professionnelle, etc.),

² SNJ, SNJ-CGT, SNJ-FO, USJ-CFDT, UPP.

ainsi que :

- au lieu et à la date de prise de vue,
- à l'identification des éléments de la photographie et des personnes qui y sont représentées,
- aux éventuelles restrictions d'utilisation, ainsi que toute information pouvant être associée à la photographie.

Nonobstant l'interdiction de supprimer les informations sous forme électronique prévues à l'article L.331-11 du Code de la propriété intellectuelle, les métadonnées ne doivent pas être supprimées ou modifiées lors de l'exploitation des photographies.

Les parties s'engagent à définir, d'ici fin 2015, dans le cadre du Comité de suivi prévu au IV du présent code (ci-après : « le Comité de suivi »), le standard de remplissage et le contenu des champs IPTC définis ci-dessus, ainsi qu'à développer et mettre en œuvre des mesures visant à protéger les champs IPTC associés aux photographies qui leur sont livrées par les photographes ou les agences.

Au-delà de 2015, des indemnités pourront être définies dans le cadre du Comité de suivi en cas de suppression des champs IPTC définis en commun.

Article 3 – *Les éditeurs, les agences et les photographes s'engagent à mettre en place, chacun en ce qui le concerne, les procédures internes propres à assurer le respect des obligations mentionnées à l'article 2 et à transmettre les informations demandées par le Comité de suivi, en cas de difficulté constatée.*

b. Crédits photographiques

Article 4 - *Les éditeurs s'engagent à systématiquement associer à la publication d'une photographie les crédits photographiques liés à celle-ci, qui doivent figurer, dans toute la mesure du possible, à côté de la photographie.*

Sous réserve des cas prévus à l'article 5, les crédits comportent au minimum le nom du photographe et le nom de l'agence ou de la source de la photographie.

Sauf en cas d'erreur ponctuelle de l'éditeur, lorsque les crédits attachés à une photographie d'un photographe ou d'une agence sont, lors de la publication, omis, incomplets ou erronés, du seul fait de l'éditeur, une indemnité peut être demandée à celui-ci, au-delà du règlement des droits, selon le cas par le photographe concerné ou par l'agence, dans un délai de quatre mois suivant la réception du justificatif.

En cas d'absence totale de crédits photographiques, cette indemnité est fixée au montant des droits à verser pour la reproduction de la photographie.

En cas de crédits incomplets ou erronés, cette indemnité est fixée à 50% des droits à verser pour la reproduction de la photographie.

L'éditeur est tenu de mentionner, dans une publication ultérieure, les crédits qu'il aura exactement reconstitués.

c. Mention « droits réservés » ou « DR »

Article 5 – *Nonobstant le cas du photographe ou de l'agence qui ne souhaitent pas que leur nom soit rendu public, les éditeurs s'engagent à limiter strictement le recours à la mention « droits réservés » (« DR ») aux cas où l'auteur d'une photographie ne peut pas être identifié, en dépit d'un réel effort de recherche de la part de l'éditeur.*

Lorsqu'une photographie lui est fournie par un tiers sans mention du nom du photographe, l'éditeur doit, au minimum, mentionner la source de la photographie (agence, service de presse ou de communication, office du tourisme, agence de publicité, marque, institution, banque d'image, etc.).

L'éditeur s'engage à rémunérer le photographe ou l'agence qui aurait prouvé être titulaire des droits ou être mandaté par le titulaire des droits sur une photographie publiée avec la mention DR.

La persistance de la mention « droits réservés », quel que soit le support de publication de la photographie, si le photographe vient à être identifié, engage la responsabilité de l'éditeur, qui peut se voir demander une indemnité par le photographe ou par l'agence, au-delà du règlement des droits, dans un délai de quatre mois après l'identification du photographe; cette indemnité est fixée au montant des droits à verser pour la reproduction de la photographie.

2°) Mise à disposition des photographies

a) Format de l'image

Article 6 – *Les éditeurs, les agences et les photographes s'engagent à adapter le format des photographies mises à disposition en ligne aux différents supports et à leurs évolutions, avec pour objectif d'empêcher une utilisation illégale des photographies.*

Ils mettent au point les mesures utiles, dans le cadre du Comité de suivi, d'ici la fin de 2015.

b) Dispositifs techniques de protection

Article 7 – *Les parties constatent leur intérêt commun à la mise en œuvre de dispositifs techniques de protection destinés à empêcher ou à limiter le téléchargement et la ré-exploitation de photographies sans autorisation.*

Leur mise en œuvre fera l'objet, dans un délai maximum de douze mois après l'adoption du présent code, dans le cadre du comité de suivi, d'un accord particulier à établir entre les parties.

Ces dispositifs peuvent revêtir des formes diverses, susceptibles d'évoluer : publication des photographies en basse définition, verrouillage du téléchargement et de la copie des photographies, apposition d'un filigrane sur la photographie en ligne, interdiction du « clic droit », etc.

c) Justificatifs

• délais d'envoi des justificatifs

Article 8 – *Les justificatifs d'exploitation et les déclarations de piges sont envoyés par les éditeurs aux photographes ou aux agences, pour chaque exploitation d'une photographie quel qu'en soit le support.*

Le délai d'envoi des justificatifs court à compter de la publication de la photographie. Il peut varier de 15 jours à 30 jours en fonction de la périodicité du titre.

• Indemnité en cas de retard dans l'envoi des justificatifs

Article 9 – *Hors dispositions contractuelles spécifiques, si les justificatifs ou déclarations de piges exigés ne sont pas envoyés dans le délai prévu à l'article 8, le photographe ou l'agence peut demander à l'éditeur une majoration de 25% du prix de vente au cours des quatre mois qui suivent la publication de la photographie.*

• Dématérialisation des justificatifs

Article 10 – *Pour toute exploitation de photographies, les parties s'engagent à étudier dans le cadre du Comité de suivi, la mise en place, d'ici la fin 2015, d'un système d'envoi de justificatifs sous forme dématérialisée.*

3°) Garanties et responsabilités

Article 11 – *Confrontée à l'abus de revendications sur le fondement du droit à l'image, du droit d'auteur, du droit de propriété notamment, suite à la publication de photographies, les parties s'entendent rappeler les principes suivants :*

La photographie constitue à l'égal de l'écrit un mode de traitement de l'information. À ce titre, elle doit demeurer un mode d'expression libre. L'exercice de cette liberté suppose que la responsabilité des

personnes participant à sa création, sa diffusion ou sa publication ne puisse être recherchée en dehors des cas limitativement prévus par la loi.

Cependant, soucieuses d'établir des règles qui organisent les conséquences de telles revendications contentieuses, les éditeurs, les agences et les photographes considèrent que leurs responsabilités respectives s'établissent comme suit :

Cas qui engagent la responsabilité de l'éditeur

- Rédaction par ses soins d'une légende et/ou non-respect du sens de la légende communiquée par l'agence ou le photographe, donnant à l'image une signification qu'elle n'a pas.
- Utilisation de la photographie pour illustrer un article dont le traitement éditorial est sans rapport avec le sujet ou le thème de cette photographie et/ou de la légende communiquée par l'agence ou le photographe.
- Publication de la photographie pouvant laisser penser à tort au lecteur que la personne photographiée est celle dont il est question dans le texte ou l'article auquel l'image est associée.
- Publication de la photographie associée à un texte, article, environnement ou contexte rédactionnel susceptibles de porter atteinte par eux seuls aux droits de la personne représentée.
- Non-respect de restrictions écrites spécifiques à la photographie fournie et formellement communiquées par l'agence ou le photographe à l'éditeur dès la consultation.
- Photomontage, manipulations informatiques, recadrage, réalisés à son initiative et modifiant le sens ou la portée de l'information contenue dans la photographie.

Cas qui engagent la responsabilité de l'Agence ou du photographe :

- Autorisation dont se prévaut abusivement le photographe ou l'agence, tant pour l'agence en ce qui concerne les photographes que pour l'agence ou le photographe en ce qui concerne les personnes ou les biens représentés.
- Non communication à l'éditeur des restrictions exprimées par écrit par les personnes photographiées et, pour l'agence, des restrictions exprimées par le photographe.
- Non communication par l'agence ou le photographe à l'éditeur de réserves dont ils avaient connaissance et de nature à engager leur responsabilité, lorsqu'elles sont liées à des conditions de prise de vue.
- Absence d'autorisation des modèles représentés sur une photographie transmise à l'éditeur pour illustrer un thème spécifié. On entend par modèle toute personne ayant accepté à titre onéreux ou gratuit, à titre professionnel ou non, de poser pour les besoins de réalisation du reportage.
- Inexactitude des légendes fournies.
- Photomontage, manipulation informatique ou recadrage modifiant le sens ou la portée de l'information contenue dans la photographie, réalisés par l'agence ou le photographe.

L'éditeur mentionne, lors de la publication, tout photomontage dont le photographe ou l'agence sont tenus de l'informer.

L'agence et/ou le photographe garantissent que les données fournies avec la photographie sont exactes et qu'ils sont en capacité de céder les droits de reproduction et de représentation sur la photographie.

Article 12 – L'éditeur préserve l'intégrité des photographies mises à sa disposition par le photographe ou l'agence, sous réserve de nécessités techniques (y compris le recadrage ne modifiant pas l'intégrité de l'information contenue dans la photographie), qui peuvent varier selon les supports, les formats et les modes de reproduction utilisés. Il s'interdit, notamment, de falsifier, dénaturer ou truquer les photographies qui lui sont confiées, notamment d'effectuer de photomontage sans l'accord du photographe et de l'agence et sans le mentionner expressément.

4/ Archivage des photographies

Article 13 – Sans préjudice des accords conclus en application de l'article L.132-38 du Code de la propriété intellectuelle, le maintien en ligne d'une photographie sans intervention de l'éditeur donne lieu à une rémunération du photographe ou de l'agence, qui peut, selon les usages en vigueur à la date d'application de l'accord, être forfaitaire. Cette rémunération doit être prévue à la date de la commande ou de la cession de droits de la photographie dans la stricte limite d'une durée d'exploitation fixée contractuellement, qui peut être renouvelée.

Article 14 - L'éditeur peut constituer une base de données documentaire d'archivage des photographies publiées, pour un strict usage interne d'historique des numéros parus, sans que cette faculté lui permette une nouvelle utilisation non autorisée.

II. DROITS DES AGENCES ET DES PHOTOGRAPHES

1/ Droits des agences

a. Tarifs de cession et rémunération des agences

- Tarifs des agences

Article 15 - Les éditeurs et les agences représentés par les parties signataires s'engagent, dans le respect des règles de concurrence en vigueur, à demander à leurs adhérents de négocier les tarifs de cession des droits d'exploitation des photographies, applicables dans le cadre de leurs relations commerciales avec les agences, suivant les modalités d'utilisation et les critères de valorisation retenus :

- Les modalités d'utilisation qui peuvent être prises en compte sont les suivantes : supports papiers, sites web, applications numériques sur différents supports, réseaux sociaux, et de manière générale toute forme d'utilisation ou toute cession de droits à des tiers (autres éditeurs, des sites portails, etc.);
- Les critères de valorisation retenus sont fixés, pour chaque modalité d'utilisation, en fonction notamment des formats de publication, de l'emplacement de la photographie, de la durée d'exploitation, du tirage papier ou de l'audience numérique du titre de presse.

Article 16 – Les tarifs proposés par les agences sont librement négociables et révisables, chaque année, en tenant compte, notamment, de l'évolution des modalités d'utilisation des photographies et de la conjoncture, dans le respect de l'article 1^{er} du présent accord.

- Facturation des photographies commandées à une agence par un éditeur

Article 17 - Nonobstant les conditions spécifiques aux abonnements passés entre éditeurs et agences, toute commande de photographie par l'éditeur est facturée par l'agence à la livraison des supports physiques ou numériques, que la commande soit publiée ou non.

b. Conditions de cession de droits des photographies d'agence

Article 18 - Les agences ne peuvent autoriser l'exploitation des photographies d'un photographe que dans la mesure où elles sont cessionnaires des droits sur l'œuvre photographique ou mandatées par le photographe.

- Cession de droits sur des photographies existantes des agences

Article 19 - *Chaque exploitation, par un éditeur, d'une photographie existante proposée par une agence, fait l'objet d'une cession de droits distincte par modalité d'utilisation (supports papiers, sites web, applications numériques sur différents supports, réseaux sociaux et de manière générale toute forme d'utilisation ou toute cession de droits à des tiers), qui peut faire l'objet d'une rémunération forfaitaire.*

Les photographies existantes proposées par les agences ne peuvent faire l'objet d'une syndication d'éditeurs.

- Cession de droits sur les photographies commandées aux agences

Article 20 – *La première exploitation d'une photographie commandée par un éditeur à une agence, correspond à la publication dans le titre de presse et les supports numériques édités sous sa responsabilité éditoriale, pendant une période définie lors de la commande.*

Article 21 - *L'exploitation d'une photographie commandée par un éditeur à une agence, dans le titre de presse et les supports numériques édités sous sa responsabilité éditoriale, au-delà de la période définie lors de la commande, donne lieu à une rémunération complémentaire fixée dès la commande.*

c. Délais de paiement

Article 22 - *Les parties s'engagent à respecter strictement les dispositions du code de commerce rappelées ci-après :*

Conformément à l'article L.441-6 du code de commerce, sauf disposition contraire figurant aux conditions de vente ou convenues entre les parties, le délai de règlement des sommes dues est fixé au trentième jour suivant la date de réception des marchandises.

Le délai convenu entre les parties pour régler les sommes dues ne peut dépasser quarante-cinq jours fin de mois ou soixante jours suivant la date d'émission de la facture.

Ce délai peut être réduit par convention entre les professionnels d'un secteur, clients et fournisseurs.

Le VI de l'article L.441-6 du code de commerce prévoit que le non-respect de ce délai peut être puni d'une amende. En outre, en cas de retard de paiement, une pénalité forfaitaire pour frais de recouvrement est prévue par le décret n°2012-1115 du 2 octobre 2012.

2/ Droits des photographes

a. Rémunération

Article 23 - *Par application, notamment de l'article L.7112-1 du code du travail et de l'article L. 311-3 du code de la sécurité sociale, la collaboration d'un photjournaliste professionnel à une entreprise de presse donne lieu à une rémunération versée en salaire.*

Le versement du salaire par l'éditeur de presse au photjournaliste professionnel, pour la première exploitation, intervient au terme du mois au cours duquel la commande a été exécutée.

Article 24 – *Lorsque la rémunération d'un photographe est versée sous forme de droits d'auteur, elle est, soit proportionnelle aux recettes de vente ou d'exploitation de la photographie, soit forfaitaire, conformément aux articles L131-4 et L 132-6 du code de la propriété Intellectuelle.*

b. Conditions de cession de droits des photographes à un éditeur de presse

- photographie commandée par un éditeur de presse

Article 25 – *La première exploitation d'une photographie de presse ayant fait l'objet d'un ordre de mission ou d'une commande, conformément à l'article 33 du présent code, correspond à la publication dans le titre de presse tel que défini à l'article L.132-35 du Code de la propriété intellectuelle, pendant une période d'actualité fixée par référence à l'accord collectif prévu à l'article L.132-37 du même code ou, s'il n'y a pas d'accord, en fonction de dispositions contractuellement négociées.*

Le périmètre et la rémunération de la première exploitation des photographies commandées sont détaillés dans l'ordre de mission prévu au titre III.

Article 26 – *L'exploitation, dans le titre de presse tel que défini à l'article L.132-35 du CPI, d'une photographie ayant fait l'objet d'un ordre de mission ou d'une commande, au-delà de la période d'actualité fixée par référence à l'accord collectif prévu à l'article L.132-37 du même code, ou, s'il n'y a pas d'accord, en fonction de la périodicité de la publication, donne lieu à une rémunération complémentaire fixée contractuellement, qui peut être forfaitaire.*

Article 27 – *Toute exploitation, hors du titre de presse, d'une photographie ayant fait l'objet d'un ordre de mission ou d'une commande, est soumise à l'accord exprès et préalable du photographe exprimé à titre individuel ou dans un accord collectif. Elle donne lieu à une rémunération du photographe qui prend la forme de droits d'auteur. Ces dispositions ne préjugent pas de tout accord qui serait passé dans les conditions visées aux articles L.132-39 et L.132-40 du Code de la propriété intellectuelle.*

- photographies existantes

Article 28 – *L'exploitation de photographies existantes dans le titre de presse et les supports numériques édités sous sa responsabilité éditoriale, est soumise à l'accord exprès et préalable du photographe. Les modalités d'utilisation qui peuvent être prises en compte sont les suivantes : supports papiers, sites web, applications numériques sur différents supports, réseaux sociaux. La rémunération de ces exploitations peut avoir un caractère forfaitaire.*

- Syndication

Article 29 – *On entend par « syndication » la vente de contenus par l'éditeur à d'autres titres au sein d'un groupe de presse, ou à des tiers. Elle peut concerner des photographies commandées ou préexistantes, dans le cadre d'un mandat donné par le photographe.*

Cette syndication peut être librement refusée.

Les conditions d'exploitation des photographies concernées par la syndication sont celles définies à l'article 27 ci-dessus pour les photographies commandées et à l'article 30 pour les photographies préexistantes.

Article 30 – *En cas de syndication d'éditeurs ou d'autorisation d'exploitation sous forme de vente à des tiers, d'une photographie, la rémunération est, soit proportionnelle aux recettes provenant de l'exploitation ou de la vente de la photographie, soit forfaitaire conformément aux dispositions des articles L.131-4 et L.132-6 du Code de la propriété intellectuelle.*

III. MISSION ET COMMANDE

1/ Commande de photographies à une agence par un éditeur de presse

a. Formalisation de la commande

Article 31 - *Toute commande passée à une agence, en vue de la réalisation de photographies, s'inscrit dans un cadre contractuel respectant les dispositions du présent code. Le cadre contractuel peut être défini dans un bon de commande.*

b. Rémunération de la commande

Article 32 – *Dans le cadre d'une commande, les sommes versées à l'agence sont fixées dans le bon de commande qui détaille les conditions d'exploitation des photographies.*

Toute commande de photographies est facturée à l'éditeur par l'agence, à la livraison des photographies, que la commande soit publiée ou non. La mise à disposition des photographies peut s'effectuer sous la forme de supports physiques (supports argentiques ou numériques) ou par transmission de fichiers électroniques en ligne.

2/ Commande de photographies à des photographes par un éditeur de presse :

Article 33 - *Toute commande passée à un photographe (qu'il soit journaliste professionnel ou non), en vue de la réalisation de prises de vue ou de reportages, doit être formalisée par un document de nature contractuelle.*

Ce document contractuel, établi par l'éditeur commanditaire, est signé par les deux parties. Il prend, pour les journalistes professionnels au sens de l'article L.7111-3 du code du travail, la forme d'un ordre de mission ou d'un bon de commande.

Le document contractuel est signé préalablement au démarrage de la mission et doit au minimum préciser : l'objet, les conditions juridiques, et financières de réalisation de la mission, l'échéance et les modalités de livraison des produits commandés, les droits cédés et leur domaine d'exploitation, le montant ainsi que les conditions de leur rémunération.

En cas d'urgence ou d'impossibilité matérielle de signer le document avant le démarrage de la mission, l'accord entre l'éditeur et le photographe peut prendre la forme d'un échange de courriels ou de SMS. Le document contractuel doit dans ce cas être signé dans les 48 heures suivant la fin de la mission.

Toute commande de photographie est facturée à l'éditeur par le photographe, à la livraison des photographies ; elle est rémunérée, que la commande soit publiée ou non.

IV. COMITE DE SUIVI

Article 34 – *Un Comité de suivi est créé entre les parties.*

Il a pour objet, dans le champ des règles et usages professionnels applicables entre les acteurs du secteur de la photographie de presse, de veiller à l'exécution des dispositions du présent code de bonnes pratiques professionnelles, d'évaluer les problèmes posés par son application et d'en faciliter la solution, d'en proposer l'actualisation ou d'éventuelles modifications, d'apprécier la situation et l'évolution des marchés de la photographie de presse ainsi que des relations entre les intervenants sur ce marché, d'en déterminer les indicateurs et, le cas échéant, de contribuer au règlement des différends.

Article 35 - *Le Comité de suivi est composé de membres désignés pour deux ans, respectivement par les organisations professionnelles ou associations représentant les éditeurs, les agences et les photographes. Chacune de ces trois catégories désigne au maximum trois représentants.*

Lors de la constitution du comité de suivi, si une catégorie ne peut que désigner moins de trois représentants, la composition du comité peut être complétée lorsque de nouvelles parties signent l'accord.

Le comité choisit pour deux ans un président qui peut être, soit une personnalité choisie parmi les représentants des organisations signataires, soit une personnalité non membre des organisations signataires dont la compétence dans le domaine de la photographie et de la presse est reconnue. La voix du président est prépondérante en cas de partage égal des voix.

Le mandat des membres et du président du Comité de suivi est renouvelable deux fois.

Le Comité de suivi établit son règlement intérieur et se réunit, en tant que de besoin et au moins trois fois par an, à l'initiative de son président et sur l'ordre du jour qu'il détermine.

Les avis, décisions et propositions qu'il adopte, ainsi que son rapport annuel, sont communiqués aux organisations signataires et aux destinataires utiles ainsi qu'au ministre chargé des médias et des industries culturelles.

À PARIS Le 15 juillet 2014

En présence de
Madame Aurélie FILIPPETTI

Ministre de la culture et de la communication

pour le Syndicat de la presse quotidienne
nationale

Pour le Syndicat des éditeurs de la presse
magazine

pour le Syndicat de la presse quotidienne
régionale

Pour la Fédération nationale de la presse
d'information spécialisée

Pour le Syndicat de la presse quotidienne
départementale

Pour le Syndicat de la presse indépendante
d'information en ligne

Pour la fédération de la presse périodique
régionale

Pour l'Association de la presse gratuite
d'information

Pour l'association PAJ
(Photographes, auteurs, journalistes)

Pour la Fédération nationale des agences
de presse photo et d'information

Pour le Syndicat des agences de presse
photographiques d'information et de reportage

Pour le Syndicat national des agences
photographiques d'illustration générale

MISSION DE MEDIATION CONFIEE À M. FRANCIS BRUN-BUISSON EN VUE D'ABOUTIR A LA SIGNATURE D'UN CODE DE BONNES PRATIQUES PROFESSIONNELLES

A la demande du SAPHIR (Syndicat des agences de presse d'information et de reportage), une mission de médiation entre agences, éditeurs et photographes de presse a été confiée par Aurélie FILIPPETTI, ministre de la culture et de la communication, en juin 2013, à M. Francis BRUN-BUISSON, conseiller maître à la Cour des comptes.

Le secteur du photojournalisme connaît actuellement une crise économique majeure due principalement à la concurrence tarifaire des nouvelles sources de photographies (fonds d'images internationaux à bas coût et photographies amateurs...), qui viennent concurrencer directement les agences de presse photographiques et les photographes de presse.

La médiation confiée à Monsieur Francis Brun-Buisson avait pour objectif de parvenir à la signature d'un code de bonnes pratiques professionnelles en matière d'utilisation de photographies de presse. Le code de bonnes pratiques précise les engagements des professionnels :

- **sur la rémunération des photographes et des agences dans le cadre de la publication de leurs photographies sur différents supports ;**
- **sur la limitation de l'utilisation de la mention dite « droits réservés », qui, utilisée abusivement, peut conduire à l'exploitation de photographies sans autorisation et sans rémunération de leurs auteurs ;**
- **sur les règles de partage de responsabilités en cas de litiges nés de la publication d'une photographie, et ;**
- **sur une meilleure traçabilité des photographies grâce à une amélioration des informations et métadonnées associées aux photos publiées.**

D'août à décembre 2013, les différents acteurs de la profession ont été auditionnés individuellement par Monsieur Francis Brun-Buisson et en 2014, des réunions collégiales ont été organisées au ministère de la culture et de la communication.

Les syndicats de journalistes et certaines organisations de photographes, associés à la médiation, ont décidé de ne pas le signer estimant qu'il ne traite pas tous les sujets d'inquiétude de la profession. Il constitue néanmoins une étape importante, formalisant les engagements de l'ensemble des parties, et reste ouvert à la signature pour les organisation représentant les photojournalistes qui le souhaiterait jusqu'en décembre 2015.

PHOTOJOURNALISME : QUELQUES CHIFFRES

- L'Union des photographes professionnels, auditionnée par l'IGAC en 2010, a estimé qu'entre 2002 et 2009, les prix de commercialisation des photographies avaient été **divisés par 5**.
- Selon le SAPHIR, **30%** des agences photographiques ont fermé entre 2008 et 2012.
- Selon l'organisme de retraite et de prévoyance Audiens, entre 2007 et 2011, le nombre de photojournalistes est passé de **1779** à **1514**, soit une baisse de **17,5%** en 4 ans.
- Selon la Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels (CCIJP), le nombre de photojournalistes titulaires d'une carte de presse est passé de **1533** en 2000 à **1156** en 2011, soit une baisse de **32,6%** en 10 ans.

ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES D'ÉDITEURS

■ Syndicat des Éditeurs de la Presse Magazine (SEPM)

26, avenue de l'Opéra
75001 Paris

Tél : 01 42 89 27 66 Fax : 01 42 89 31 05

sepm@lapressemagazine.fr

www.lapressemagazine.fr<<http://www.lapressemagazine.fr>>



■ Syndicat de la Presse Quotidienne Nationale (SPQN)

15, rue La Fayette
75009 Paris

Tél : 01 53 20 90 60



■ Syndicat de la Presse Quotidienne Régionale (SPQR)

17 place des Etats-Unis
75116 PARIS

Tél : 01 40 73 80 20



■ Syndicat de la Presse Quotidienne Départementale (SPQD)

17, place des Etats-Unis
75116 PARIS

Tél : 01 40 73 80 25



■ Association de la presse gratuite d'information (APGI)

c/o Bolloré Média
31-32 quai de Dion Bouton
92800 PUTEAUX

Tél : 01 46 96 48 98 Fax : 01 46 96 40 97



■ Syndicat de la presse d'information indépendante en ligne (SPIIL)

Creatis, 226 rue Saint-Denis,
75002 Paris

Tél : 09 70 26 10 72

contact@spiil.org

www.spiil.org



■ **Fédération Nationale de la Presse d'Information Spécialisée**

17 rue Castagnary
75015 Paris
<http://www.fnps.fr/>



■ **Fédération de la presse périodique régionale**

72 rue d'Hauteville
75010 Paris
Tél : 01 45 23 98 00 Fax : 01 45 23 98 01
sphr@sphr.fr



LE CODE EST SIGNÉ EN PRÉSENCE DE

.....

■ **Groupement des éditeurs de services en ligne (GESTE)**

76 Rue de Richelieu
75002 Paris
Tél : 01 47 03 04 60 Fax : 01 47 03 04 65
www.geste.fr



SYNDICATS D'AGENCES DE PRESSE

- **Syndicat des Agences de Presse Photographiques d'Information et de Reportage (SAPHIR)**

FFAP - 24 rue du Fbg Poissonnière
75010 Paris

Tél : 01 42 47 01 00
contact@ffap.fr



- **Fédération Nationale des Agences de Presse Photos et Informations (F.N.A.P.P.I.)**

13 Rue Lafayette
75009 Paris

fnappi@wanadoo.fr
www.fnappi.com



- **Syndicat National des Agences Photographiques d'Illustration Générale (SNAPIG)**

46 rue de la Mare
75020 PARIS

Tél : 01.49.29.69.69
info@snapig.com



REPRÉSENTANT DES PHOTOGRAPHES

- **Photographes Auteurs Journalistes (PAJ)**

22 rue Sibuet
75012 Paris

<http://www.paj-photographe-auteur-journaliste.org>



AUDITIONS
MISSION DE MÉDIATION CONFÉE À M. FRANCIS BRUN-BUISSON

PARTIE	STRUCTURE	REPRÉSENTANT	FONCTION	
syndicats de journalistes	Union syndicale des journalistes CFDT	Isabelle BORDES	Secrétaire général adjointe	
		Olivier CLEMENT		
	SNJ-FO	Marie POTTIER	Présidente	
	SNJ-CGT	Emmanuel VIRE	Secrétaire général	
		Michel DIARD		
	SNJ	Vincent LANIER		
		Claude CECILE		
		Martine LOCHOUARN		
	Agences	FFAP – SAPHIR	Florence BRAKA	Directrice Générale FFAP
Christophe MANSIER			Président SAPHIR	
FNAPPI		Mete ZIHNIUGLU	Président	
		Bruno CASSAJUS		
AFP		Emmanuel HOOG	Président	
		Rémi TOMASZEWSKI	Directeur Général	
		Emmanuel MARCOVITCH	Directeur Général Adjoint	
		Francis KOHN	Directeur de la Photo	
		Michel SCOTTO	Responsable commercial Photo	
		Marielle EUDES	Directrice des Parcours professionnels (ex-Directrice de la Photo ayant mené les négociations sur les droits d’auteur photo)	
		Christophe WALTER-PETIT	Directeur Juridique	
SNAPIG		Gilles TAQUET	Président	
		Véronique MARTINGAY	directrice associée de l’agence La Collection et membre du SNAPIG	
Représentants des éditeurs		SEPM	Pascale MARIE	Directrice Générale
			Patrick SERGEANT	Directeur juridique de Lagardère Active
	Marie-Laure FRANCK		responsable des affaires juridiques et sociales du SEPM	
	SPQN	Denis BOUCHEZ	Directeur Général	
		Bénédicte WAUTELET	directrice juridique du Figaro	
	GESTE	Corinne DENIS	Président	
		Marie-Pierre OMBREDANNE	Directrice du Pôle Life Style chez l’Express Roularta	
		Rama DIAGNE	Juriste	
	SPQD	Maud GRILLARD	Secrétaire Général Union pour la presse en région	
	SPQR	Marie HARALAMBON	responsable des affaires juridiques	
	APGI	Monsieur Édouard BOCCON-GIBOD	Président des Publications Metro France	
		Jean-Christophe THIERY	Président	

PARTIE	STRUCTURE	REPRÉSENTANT	FONCTION
Acteurs institutionnels	CSPLA	Anne-Elisabeth CREDEVILLE	vice-présidente
Représentants des photographes	PAJ	Mario FOURMY	Président
		Thierry SECRETAN	Secrétaire Général
	UPP	Patrick ROCHE	Président
		Nolwenn BESCHER	chargée des affaires juridiques
		Patrick RONCEN	reporter photographe
	SAIF	Olivier BRILLANCEAU	Directeur général
		Agnès DEFAUX	responsable juridique
	DIVERGENCE IMAGE	Vincent LELOU	photographe
		Jacques GRAF	photographe
	SCAM	Hervé RONY	directeur général gérant de la SCAM
Thierry LEDOUX		représentant du collège des images fixes	
Nathalie ORLOFF		adjointe au directeur des affaires juridiques et internationales de la SCAM pour les négociations de droits, l'écrit et l'image fixe	
Éditeurs	Prisma Medias	Philipp SCHMIDT	Directeur exécutif
		Marc SIMON	Chef du service photo de VSD
	Polka Magazine	Alain GENESTAR	Directeur
	Revue 6 mois	Marie -Pierre SUBTIL	Rédactrice en chef

ANNEXE 9 :

Qui sont les photographes ? Extrait de : *Le métier de photographe*, de Claude VAUCLARE et Rémi DEBEAUVAIS, Ithaque/DEPS -ministère de la Culture, décembre 2014

2. COMBIEN DE PHOTOGRAPHES ?

2.1 LES PHOTOGRAPHES DANS LA STATISTIQUE PUBLIQUE

L'Insee identifie les professions au travers de la nomenclature des Professions et Catégories Sociales (PCS) utilisée notamment par l'enquête Emploi, le Recensement de la population (RP), la (Déclaration Annuelle des Données Sociales (DADS) ou d'autres enquêtes.

La nomenclature des professions comprend une PCS spécifique : « photographe » (465c) dont la définition recouvre différents aspects du métier et regroupe tous les individus qu'ils soient salariés ou non salariés.

Définition de la PCS 465c Photographes (indépendants et salariés) – Source Insee

Professionnels dont l'activité consiste à prendre des clichés (et éventuellement les développer, tirer, retoucher) sans que cette activité ait un but purement artistique. Parfois, ils assurent, à titre secondaire, la vente de matériel photographique.

Professions les plus typiques

Photographe de mode
Photographe de presse
Photographe industriel
Photographe indépendant
Photographe publicitaire

Professions assimilées

Apprenti photographe <sauf imprimerie>
Assistant photographe
Photographe ambulancier
Photographe de plateau
Photographe de portrait
Photographe illustrateur

Professions exclues

Détaillant photo <commerce> ---> 223e <NON
SAL/IND Photographe <imprimerie> ---> 627e
Photographe <noir, couleur, typo.> ---> 627e
Photographe créateur ---> 354a
Photographe d'art ---> 354a
Photographeur ---> 627e
Vendeur de magasin photo <commerce> ---> 554f

Les photographes considérés *créateurs* relèvent d'une autre PCS : « artistes plasticiens » (PCS 354a). Elle regroupe principalement les peintres dessinateurs, graphistes,... et inclut par extension des professions considérées comme *assimilées*, parmi lesquelles les photographes d'art (c'est-à-dire ceux dont *l'activité artistique est dominante* pour reprendre la définition de l'Insee).

Définition de la PCS 354a Artistes plasticiens – Source Insee

Artistes et créateurs qui, dans le domaine des arts graphiques et plastiques, élaborent une production dont le caractère artistique est affirmé et reconnu comme tel. La rubrique n'inclut pas les personnes qui peuvent concevoir et exécuter en plan et en volume des œuvres originales, mais dont la production ne correspond pas à l'exercice d'une activité artistique de premier plan.

Professions les plus typiques

Artiste-peintre
Artiste-plasticien
Dessinateur d'art
Graphiste <artiste>
Graveur <artiste>
Peintre <artiste>
Plasticien <artiste>
Sculpteur <artiste>

Professions assimilées

Dessinateur de bande dessinée <activité artistique dominante>
Dessinateur de journal <activité artistique dominante>
Dessinateur de presse <activité artistique dominante>
Dessinateur humoriste <activité artistique dominante>
Dessinateur lithographe <activité artistique dominante>
Infographiste <artiste>
Photographe d'art <activité artistique dominante>

La façon dont la profession se répartit dans la pratique entre ces deux catégories (photographes et artistes plasticiens) est difficile à mesurer, et ce, d'autant plus que la frontière est nécessairement sujette à interprétation, voire variable dans le temps pour un

même individu.

Nous formulons cependant l'hypothèse que la majorité des photographes se situent dans la PCS 465c du fait de son périmètre - plus large- et de son intitulé générique (« photographe »). C'est également la seule PCS qui permet de repérer statistiquement les photographes. Les « photographes auteurs » seront en revanche mieux décrits à partir des données de l'Agessa.

Cette segmentation entre photographe d'art et les autres photographes est également présente dans le **code APE** qui définit l'activité principale du photographe (exerçant sous forme individuelle ou sous forme sociétaire). La plupart des photographes ¹ sont présents dans deux codes d'activité :

- **7420Z: activités photographiques**, qui appartient à la classe des « activités spécialisées, scientifiques, et techniques ».
- **90.03 A : création artistique relevant des arts plastiques**, qui appartient à la classe des « Activités créatives, artistiques et de spectacle », code partagé avec l'ensemble des arts plastiques.

Définition du code APE 74.20z « activités photographiques »

Cette sous-classe comprend :

- la production photographique réalisée à titre commercial ou privé :

- . photographies d'identité, photographies de classe, de mariage, etc.
- . photographies publicitaires, d'édition, de mode, à des fins immobilières ou touristiques
- . photographie aérienne
- . réalisation de vidéos pour des événements : mariages, réunions, etc.

- le traitement des films :

- . développement, tirage et agrandissement de photos ou de films réalisés par les clients
- . laboratoires de développement et tirage de photos et de films
- . boutiques photos avec développement en une heure
- . montage de diapositives
- . copie, restauration et retouche de photographies

- activités de photojournalistes indépendants

Définition du code 90.03a « création artistique »

Cette sous-classe comprend :

- . les activités exercées par des artistes indépendants tels que des sculpteurs, peintres, dessinateurs-caricaturistes, graveurs au burin, aquafortistes, etc.
- . la restauration d'œuvres d'art telles que les peintures, etc.

On trouve également des photographes salariés dans d'autres codes qui sont ceux de leur employeur : la presse pour les photojournalistes, les fonctions publiques d'État ou de la Territoriale, l'industrie ou les services pour ceux qui sont employeurs directs de photographes (parcs de loisirs, recherche, certains secteurs industriels...).

Le code 74.20z « activités photographiques » agrège l'ensemble des activités des photographes, à l'exception des activités de photographie artistique qui relèvent du code 90.03a.

Le code 7420z recouvre donc une grande diversité d'activités et de tailles d'entreprises tant en termes de chiffre d'affaires que de nombre de salariés². Ainsi, ces activités vont de la boutique, atelier ou petit-studio réalisant moins de 100 000€ de CA et employant un ou deux salariés, en passant par des entreprises plus importantes comme les laboratoires

¹ - A l'exception des photojournalistes ou des photographes salariés de la fonction publique ou d'entreprises privés ayant d'autres activités : parcs de loisirs, spectacle,...

² - Cette diversité peut être appréhendée à partir du fichier d'entreprises de la base VERIF.com qui recense 2230 entreprises sous le code APE 7420z. Parmi celles-ci, 45% déclarent un CA de moins de 100 000€ ; 51% un CA entre 100 000€ et 1 M€ et 5% un CA dépassant le million.

professionnels de tirage, des studios de photo plus importants, des agents de photographes... qui réalisent entre 100 000€ et 1M€ de CA. Quelques entreprises ont un CA supérieur à 1M€ : de grands laboratoires comme Central Dupon Images qui emploie une soixantaine de salariés, des groupes spécialisés dans la photographie sociale comme le groupe ABC, filiale du groupe Primavista (200 salariés) ou le groupe Jocus Photo-Ofreci (50 salariés) plus connu sous son enseigne commerciale « *Sourires d'enfants* » mais aussi des agences qui emploient une dizaine de salariés comme l'Agence VU ou Picture Tank. La première entreprise du secteur est Photobox SAS (plus de 55 M€ de CA et 230 salariés) est aussi la première entreprise à s'être positionnée sur le tirage, le partage et le stockage des photographies en ligne pour les particuliers.

On notera que ces entreprises sont rattachées à la Convention Collective Nationale (CCN) des professions de la photographie (IDCC 3168) ; convention qui rassemble également le commerce de détail de matériel photographique et de matériel de précision (code APE 47.78C Autres commerces de détail spécialisé).

Inversement, le code 90.03a (création artistique) inclut notamment les activités de photographie artistique mais il déborde largement de la seule photographie pour toucher l'ensemble des arts plastiques¹.

On notera donc que la frontière qui passe entre la photographie artistique et tous les autres domaines de la photographie concerne autant la classification des professions (les PCS) que celle des activités (les codes APE). Ces frontières contiennent des zones de recouvrement importantes et des marges nécessairement poreuses qui font écho à la diversité des statuts et des activités qui caractérisent les photographes et la photographie elle-même. Inutile de souligner qu'elles sont interprétées différemment selon les interlocuteurs et qu'elles sont souvent récusées par les photographes eux-mêmes (cf. Chapitre 3, les résultats de l'enquête menée dans le cadre de l'étude qui montre la diversité des pratiques et de la sémantique qui s'y rattache).

Mais la distinction que les nomenclatures de la statistique publique introduit entre d'une part des activités considérées comme relevant du domaine technique auquel est attachée le code APE 74.20z « activités photographiques »² et d'autres relevant clairement du domaine artistique soit le code 90.03a « création artistique » est sans doute préjudiciable sur le plan statistique puisqu'elle rend le comptage difficile. Elle traduit néanmoins cette double nature de l'activité photographique, à la fois technique et créative.

Il est donc nécessaire de faire des choix et de croiser plusieurs sources complémentaires pour cerner la population de photographes dans ses différentes dimensions.

Les paragraphes qui suivent présentent le résultat de ce travail, mené essentiellement à partir des sources suivantes :

- L'enquête Emploi sur la période 2009- 2012 qui sera exploitée sur la population des photographes (la PCS 465c). Bien que cette PCS ne rassemble pas tous les photographes (cf. supra), c'est celle qui en compte le plus grand nombre.
- Les données spécifiques sur la sous-population des photographes auteurs à partir du fichier Agessa.
- Les données spécifiques sur la sous-population des photojournalistes à partir des données de la caisse de retraite Audiens et de la CCIJP (Commission de la carte de presse).
- Un traitement sur le fichier des auto-entrepreneurs ayant le code 74.20Z comme activité principale déclarée³.

¹ - La définition du code 90.03a ne mentionne d'ailleurs même pas la photographie en tant que telle.

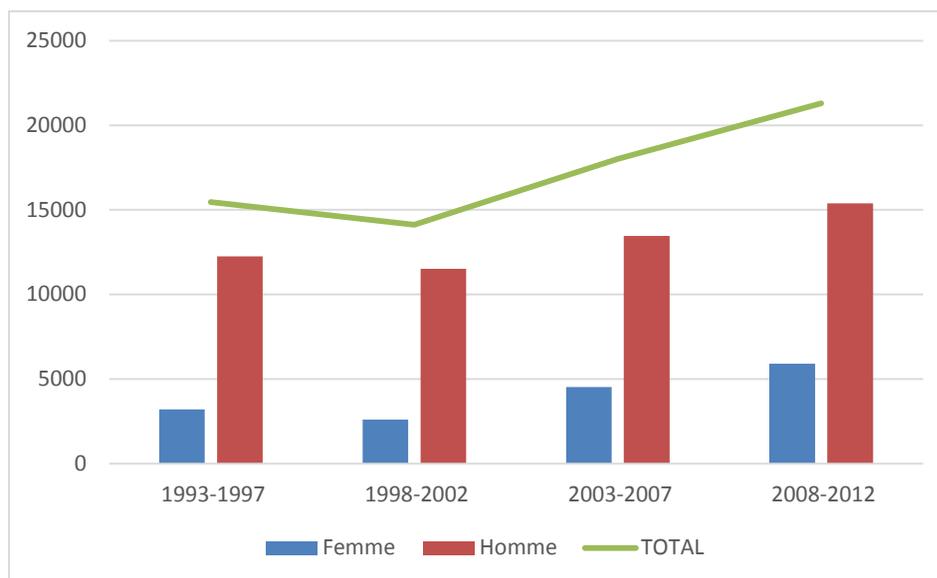
² - Le code 74.20z appartient à la classe 74 « autres services spécialisés, scientifiques et techniques », elle-même rattachée aux « services professionnels, scientifiques et techniques » ; le code 90.03a appartient à la classe 90 « services créatifs, artistiques et du spectacle » rattachée à la classe R (services artistiques).

2.2 UNE CROISSANCE FORTE DU NOMBRE DE PHOTOGRAPHES SUR LES 15 DERNIÈRES ANNÉES

► Les photographes dans l'enquête emploi

L'enquête emploi recense 21 000 photographes en moyenne sur les 4 dernières années¹. Ce nombre est en hausse régulière depuis les années 90.

Effectif photographes (PCS 465c) 1993-2012



Source : enquête Emploi- Insee

On observe que les photographes voient leur effectif doubler entre la période 1998-2002 et la période 2008-2012, soit sur les 15 dernières années.

Cette croissance est comparable à celle des professions culturelles dans leur ensemble (+50% sur la même période²), mais moins forte que celles des professions du spectacle (de l'ordre de 75% à 90% selon les professions).

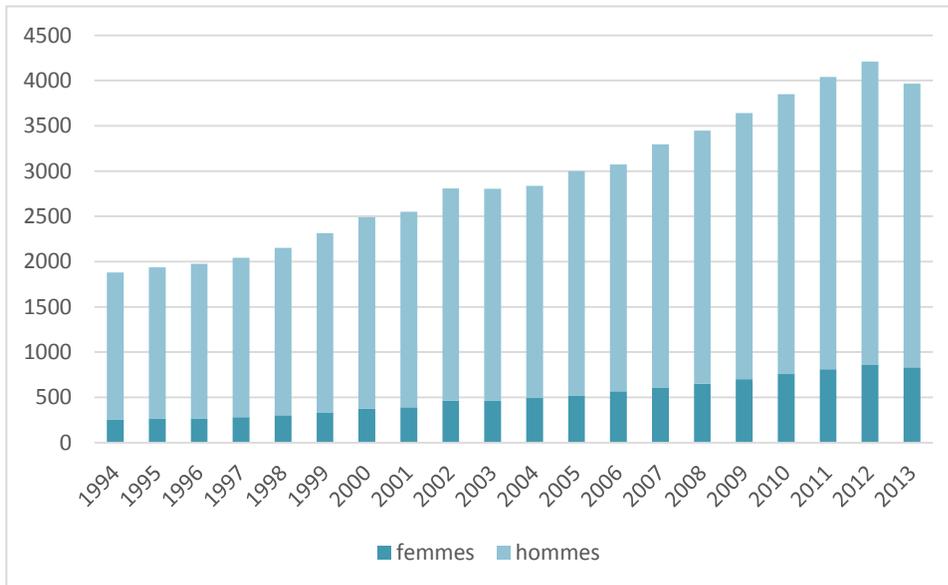
► Les photographes-auteurs affiliés à l'Agessa

Le nombre de photographes affiliés à l'Agessa a connu sensiblement la même évolution que celle des photographes en général. Il a doublé sur les 20 dernières années (1994 et 2013) passant de moins de 2000 à près de 4000.

¹ -Ce mode de traitement (moyenne sur 3 ans plutôt que données annuelles) permet de lisser les résultats sur des petites populations qui connaissent des variations annuelles de résultats liés à la taille limitée de l'échantillon.

² - Cf : *Vingt ans d'évolution de l'emploi dans les professions culturelles (1991-2011)*, Marie Gouyon, Frédérique Patureau, DEPS, Ministère de la culture et de la Communication, 2015

Évolution de la population de photographes affiliés à l'Agessa 1994-2013



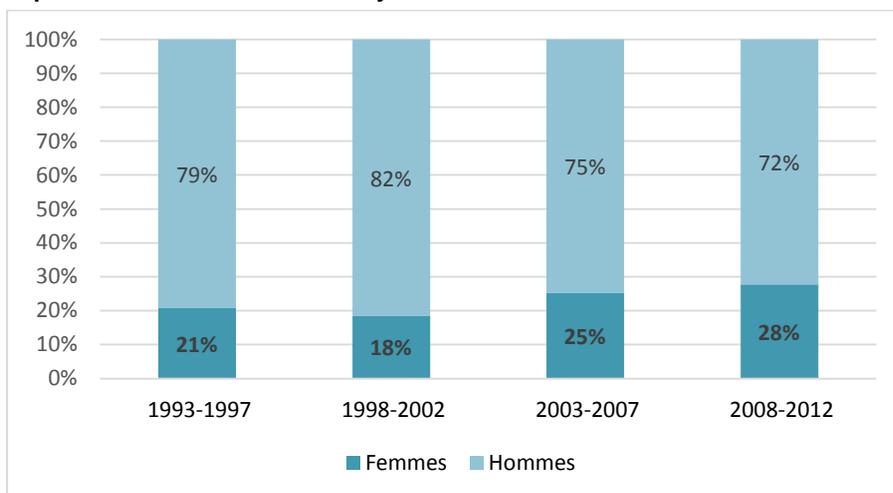
Source : Agessa

L'Agessa gère également les droits d'une importante population d'assujettis : ils étaient 6700 en 2013 mais leur nombre est très variable d'une année sur l'autre. Ils étaient par exemple près de 13000 en 2008¹. Pour leur très grande majorité, ces photographes ne sont pas des professionnels de la photographie comme le montre les montants des droits perçus en 2013 (cf. page **Erreur ! Signet non défini.**). Une partie d'entre eux le sont cependant, mais on fait le choix de n'être pas affiliés.

► Une population qui se renouvelle avec l'arrivée des femmes mais une population masculine qui vieillit

Cette augmentation de la population de photographes (hors photojournalistes) s'accompagne d'une féminisation croissante de la profession. Sur cette même période, les hommes connaissent une croissance de leurs effectifs de 25% et les femmes de 85%.

Répartition Hommes-femmes Moyennes 1993-2012

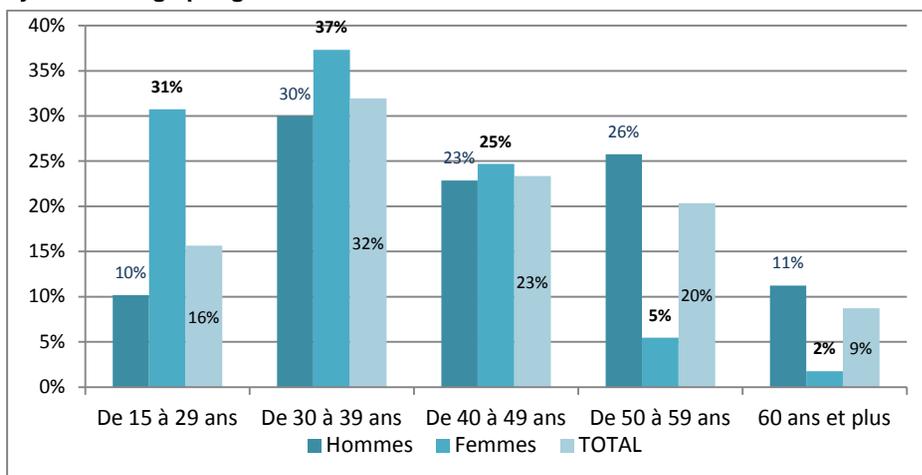


Source : enquête Emploi- Insee

Cette différence hommes/femmes s'observe également dans la pyramide d'âge des photographes. Celle-ci se partage en deux parties sensiblement égales : 48% des photographes ont moins de 40 ans, 52% ont plus de 40 ans. Le mode se situe entre 30 et 39 ans mais les 2 tranches au-delà de 50 ans pèsent néanmoins 30 % de la population.

¹ Source : écrivains, photographes, compositeurs.. Les artistes auteurs affiliés à l'Agessa en 2008- op. cit.

Pyramide d'âge par genre



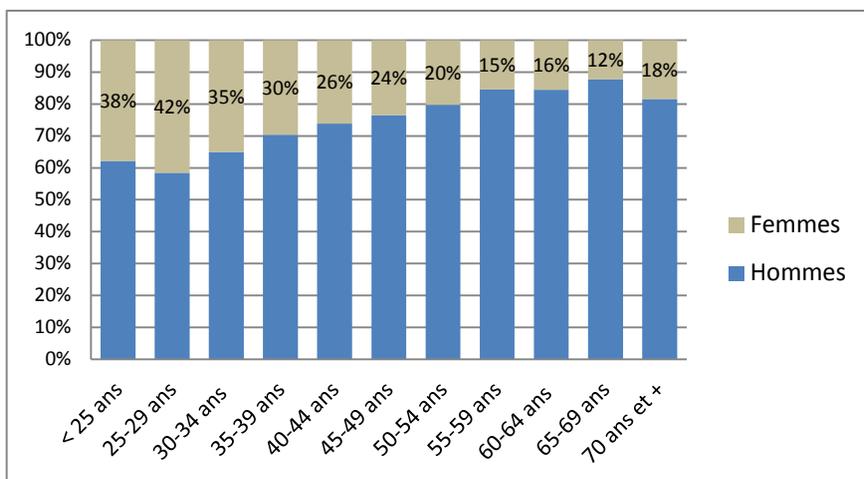
Source : enquête Emploi-Insee

La différence entre les hommes et les femmes est très marquée et confirme le constat précédent de la féminisation croissante de la profession. Les femmes sont en effet beaucoup plus jeunes en moyenne que les hommes, avec notamment une présence beaucoup plus forte dans la tranches des moins de 30 ans ; elles sont en revanche très peu nombreuses au-delà de 50 ans.

En définitive, la population de photographes augmente depuis une dizaine d'année. Cette croissance semble être le fait des femmes qui domine largement chez les moins de 40 ans. Les hommes en revanche sont moins nombreux chez les jeunes mais beaucoup plus nombreux chez les plus de 50 ans.

Dans la sous-population des photographes-auteurs (Données Agessa), la féminisation est également très marquée selon l'âge des affiliés : la proportion de femmes est environ le double dans les tranches inférieures à 40 ans que dans les tranches d'âge plus âgées. Au total, le taux de femmes dans la population des photographes affiliés à l'Agessa progresse lentement mais régulièrement pour passer de 13,5% en 1994 à 21% en 2013.

Répartition hommes-Femmes – affiliés Agessa 2013

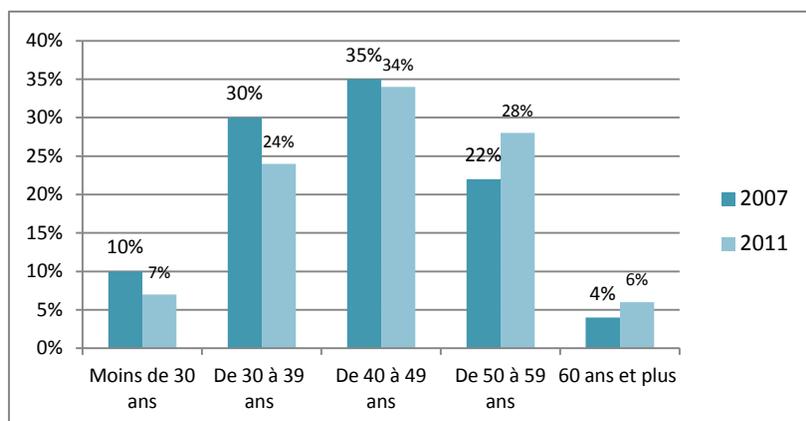


Source : Agessa

► La sous-population des photojournalistes : en diminution et plus âgée que l'ensemble des photographes

Les données de la CCIJP qui portent sur les 1500 photojournalistes montrent une tendance inverse de celle observée pour les photographes en général. La population est en diminution et elle est plus âgée que l'ensemble des photographes.

Pyramide d'âge des photojournalistes



Source : Audiens

Les moins de 30 ans représentent 7% de la population contre 16% en moyenne dans l'ensemble des photographes (cf. supra).

Parmi les seuls détenteurs de la carte de presse (1 156 photographes en 2011), les 45-59 ans dominent très largement : ils regroupent 53% des détenteurs (contre 31% dix ans auparavant).

Un niveau de formation générale plus élevé que les autres professions artistiques

Répartition par niveau de formation générale

	Moyenne 2009-2012	%
Master recherche ou professionnel, DEA, DESS, Doctorat, grande école	2 642	12%
Licence (L3), Maitrise (M1)	3 494	16%
DEUG	1 832	9%
DUT, BTS	4 444	21%
Terminale générale	1 637	8%
Terminale technologique	1 247	6%
Terminale bac pro	1 449	7%
Terminale CAP, BEP	2 842	13%
Seconde ou première	1 114	5%
Troisième seule, CAP-BEP avant l'année terminale, enseignement spécialisé	917	4%
TOTAL	21 617	100%

Source : enquête Emploi - Insee

L'enquête Emploi montre que les photographes ont un niveau de formation générale plutôt élevé. Au total, 58% des photographes ont un niveau de formation générale supérieur au Bac, dont 28% un niveau supérieur à Bac + 3. C'est moins que la moyenne des professions artistiques¹, mais c'est plus que la moyenne des actifs en France.

On notera que sur la population de l'enquête, le taux de photographes de niveau Bac + 3 est encore plus élevé : 46%, ce qui les place un peu au-dessus des professions culturelles.

► Une très forte concentration en Île-de-France

Les différentes sources convergent pour indiquer une forte concentration des emplois de photographes en région parisienne et, dans une moindre mesure, dans quelques grandes régions telles que Rhône Alpes et Paca.

¹ - 20 ans d'évolutions de l'emploi dans les professions culturelles, Marie Gouyon, Frédérique Patureau, DEPS, Ministère de la Culture chiffres clés, 2014.

Poids des grandes régions dans l'enquête Emploi (moyenne 2010-2011-2012)¹

	TOTAL	%
Ile de France	6 958	39%
Provence Alpes Côte d'Azur	1 691	9%
Languedoc Roussillon	1 156	6%
Bretagne	1 048	6%
Rhône Alpes	919	5%
Midi Pyrénées	891	5%
Nord Pas de Calais	829	5%
Aquitaine	754	4%
Autres régions	3 730	21%

Source : enquête Emploi Insee

L'Île-de-France rassemble près de 40% des photographes. PACA est la seconde région avec 1500 à 1600 photographes, nombre variable selon les années, Plusieurs régions regroupent autour de 1000 photographes : Rhône Alpes ² Languedoc-Roussillon, Bretagne, Midi-Pyrénées, Nord-Pas-de-Calais, Aquitaine...

Poids des grandes régions dans le fichier des photographes-auteurs (2014)

	Effectif	%
IDF	2368	60%
Paca	253	6%
Rhône-Alpes	276	7%
Aquitaine	108	3%
Pays-de-la-Loire	99	3%
Bretagne	107	3%
Nord-Pas-de-Calais	93	2%
Languedoc-Roussillon	99	3%
Alsace	79	2%
Autres Régions	453	12%
Total général	3935	100%

Source : Agessa

La concentration des photographes auteurs sur l'Île-de-France est beaucoup plus forte dans la population des photographes auteurs (fichier Agessa), que dans celle de l'ensemble des photographes (enquête emploi).

2.3 UNE FORTE MAJORITÉ DE PHOTOGRAPHES NON-SALARIÉS

La proportion de non-salariés est de l'ordre de 70% dans la population de photographes³.

Répartition des photographes (465c) par statut



Source : enquête Emploi Insee

¹ - L'enquête Emploi ne permet pas, sur des populations à faibles effectifs de détailler les effectifs pour chaque région

² - La région Rhône Alpes est sans doute sous-estimé dans ces chiffres. Le Recensement de la population 2011 donne un chiffre supérieur (1440 soit 8% de la population totale des photographes (code 465c).

³ - L'enquête emploi compte un nombre de non salariés plus important que les autres sources notamment car elle inclue les dirigeants salariés de leur entreprise dans les non salariés. cf. Note interne « la base non salariés dans le champ des activités culturelles.

La part des non-salariés est en augmentation sur les 10 dernières années et la croissance générale de l'emploi de la dernière décennie s'est appuyée en grande partie sur celle de l'emploi non salarié comme le montre le graphique ci-dessus.

► Une montée en puissance du statut d'auto-entrepreneur

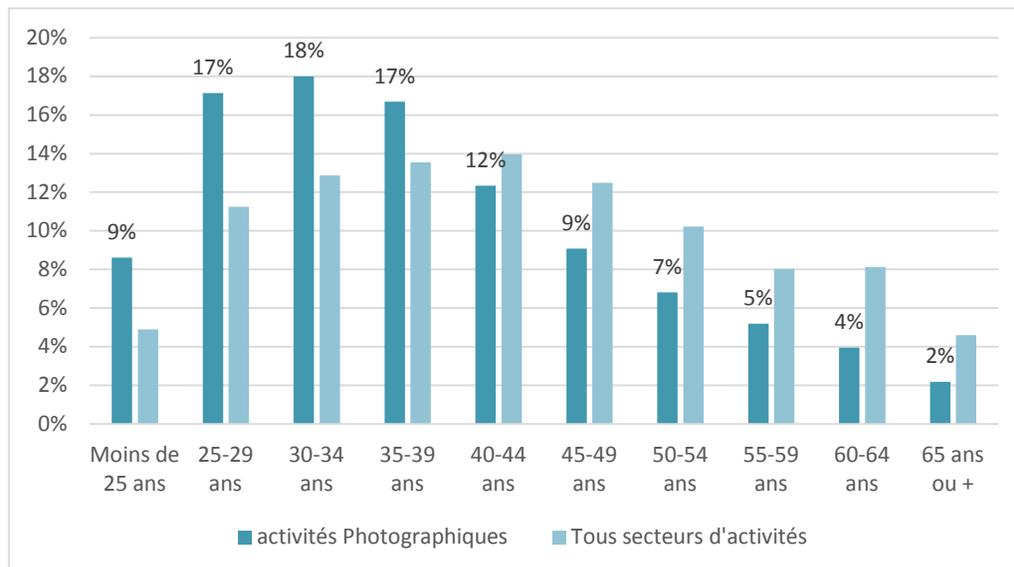
Les données de l'ACOSS¹ traitées par le DEPS² permettent de faire un focus particulier sur la population des auto-entrepreneurs dans la photographie (74.20z) :

- **4161 auto-entrepreneurs sont recensés en 2011 sous le code 74.20 Z** (activités photographiques). C'est un chiffre élevé comparé aux 14 000 entreprises et personnes physiques identifiées dans le fichier Sirene.
- Les auto-entrepreneurs représenteraient 30% environ de l'ensemble des entreprises (formes individuelles et sociétaires confondues).

Ils sont beaucoup plus jeunes que la moyenne des auto-entrepreneurs, tous secteurs confondus :

- 60% ont de moins de 40 ans ;
- près d'un quart ont moins de 30 ans.

Age des auto-entrepreneurs



Source : Acooss- DEPS

Autre caractéristique qui les distingue de l'ensemble des auto-entrepreneurs :

- **47% déclarent être pluriactifs** : C'est-à-dire, qu'ils pratiquent d'autres activités que leur seule activité photographique (7420Z) contre 33% seulement dans la population générale des auto-entrepreneurs tous secteurs confondus.
- **30 % des auto-entrepreneurs photographes sont des femmes**, chiffre comparable à celui de la population des photographes en général (28%). Elles sont nettement plus jeunes que les auto-entrepreneurs masculins, caractéristique qui s'observe également dans la population totale des photographes.

Répartition des auto-entrepreneurs par genre et par âge

âge	Femmes	Hommes	Total général
< 40 ans	74%	55%	60%
> 40 ans	26%	45%	40%
Total général	100%	100%	100%

Source : Acooss- Deps

La répartition géographique des auto-entrepreneurs est différente de celle des

¹ - ACOSS : Caisse nationale du réseau des Urssaf.

² - Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture.

photographes en général : 24% sont basés en Île-de-France, proportion beaucoup plus faible que pour la population totale des photographes (60%). Le statut d'auto-entrepreneur concerne donc plus fréquemment les photographes qui travaillent en régions.

Auto-entrepreneurs par régions

	Effectif	% France
Île-de-France	1016	24%
Rhône-Alpes	465	11%
Paca	414	10%
Nord Pas-de-Calais	260	6%
Languedoc-Roussillon	237	6%
Aquitaine	223	5%
Midi-Pyrénées	200	5%
Autres régions	1346	32%
Total	4161	100%

Source : Acoiss- Deps

Ce profil atypique des auto-entrepreneurs dans la photographie est confirmé sur plusieurs points par l'enquête directe (cf. chapitre 3).

► Les entreprises exerçant une « activité photographique »

Le code 7420Z inclut toutes les entités juridiques ayant déclaré la photographie comme activité principale (code APE : Activité Principale de l'Entreprise). On y trouve par conséquent des entreprises (personnes morales) et des individus (personnes physiques). Le fichier Sirene¹ recense en 2013 plus de 14 000 entités répondant à ce critère.

- Les trois quarts sont des personnes physiques ;
- un quart sont des sociétés.

La proportion des formes sociétaires est très faible sur les 6 dernières années

Entreprises exerçant des activités photographiques (7420z) par catégories juridiques

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
11 - Artisan-commerçant	1250	1402	1434	1366	1266	1197
12 - Commerçant	167	190	637	637	685	783
13 - Artisan	1714	1887	3631	3864	4608	6051
15 - Profession libérale	1234	1281	1209	1128	2406	2676
17 - Agent commercial	4	5	5	4	7	6
19 - (Autre)personne physique	345	325	1498	1627	345	349
Divers autres formes sociétaires	45	57	55	55	49	49
54 - Société à responsabilité limitée (SARL)	2260	2999	2947	2935	2917	2941
57 - Société anonyme et SAS	52	118	122	148	154	202
92 - Association loi 1901 ou assimilé	7	0	6	6	8	8
Personnes morale de droit étranger	10	12	14	13	10	9
Total général	7088	8276	11558	11783	12491	14304

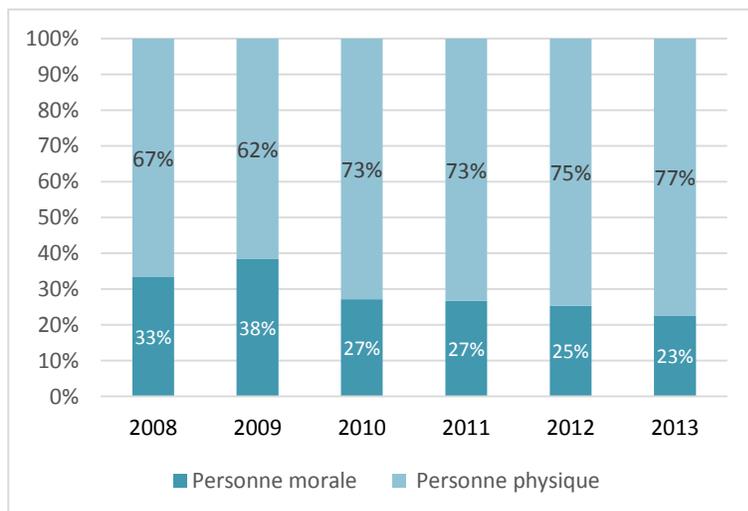
Source : fichier Sirene - Insee

Dans les bases Sirene, les auto-entrepreneurs sont codés « commerçant », « artisan » ou « autre personne physique ». Ceci explique la croissance forte de ces catégories juridiques à partir de 2010 .

Le nombre d'entités sous forme sociétaire croît également (Sarl, puis SAS) mais dans de moindres proportions comme le montre le graphique ci-dessous.

¹ - Système Informatique pour le Répertoire des ENtreprises et de leurs Établissements à partir duquel l'Insee constitue la base de données Sirene.

Statut des entreprises

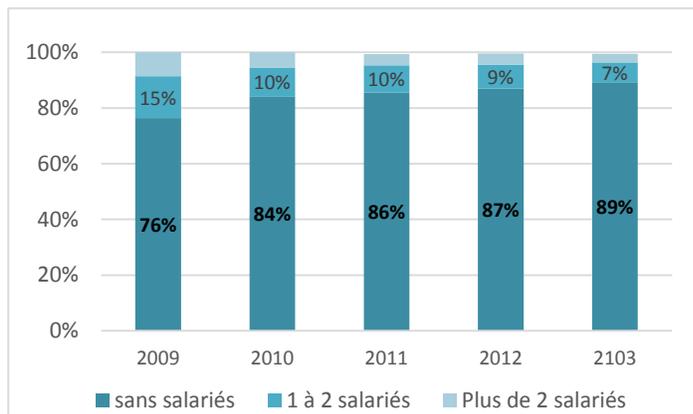


source : sirene Insee

Près de 90% de ces entités n'ont pas de salariés en 2013 (et cette tendance se renforce sur les 5 dernières années sous l'effet d'un double mouvement :

- Diminution du nombre d'entreprises ayant des salariés, et ce, dans toutes les tailles d'entreprises ;
- Augmentation importante du stock avec des entités qui n'ont pas de salariés. La tranche des entités sans salariés explique à elle seule le doublement du nombre d'entreprises.

Stock d'entreprises photographiques (7420z) 2009-2013



Source : fichier Sirene

2.4 LES SECTEURS D'EMPLOI DES PHOTOGRAPHES

Les secteurs d'activité des photographes (qu'ils soient salariés ou non salariés), tels qu'ils ressortent de l'enquête emploi montrent assez logiquement une forte prédominance du secteur « activités photographiques » (code APE 74.20Z).

Secteurs d'emploi principal pour les photographes

	Effectif moyen 2009-2012
Activités photographiques (74.20z)	13 750
Commerces de détail d'optique	3 300
Administration publique générale + Défense	2 500 ¹
Divers presse (hors agence)	1 400
Activités scientifiques	760
Création artistique (arts plastiques)	700
Activités des agences de presse	500
Arts du spectacle vivant	475
Autre création artistique	450
Divers autres secteurs	4 000
TOTAL (ensemble des photographes -465c)	21 000

Source : enquête emploi

- 65% sont dans les activités photographiques ;
- 15% sont dans le commerce spécialisé (magasins photos) ;
- 12% sont dans la presse (hors agences de presse) ;
- 12% sont fonctionnaires (armée, administration, collectivités territoriales,...) ;
- 5% sont dans des activités classées comme artistiques (arts plastiques, autres créations artistiques). Ce dernier chiffre peut paraître faible mais il est logique puisque beaucoup de photographes auteurs ne sont pas – ou peu- recensés en tant que "photographes" (PCS 465c) mais en tant qu'artiste (code 354a).

La différence entre les salariés et les non-salariés est très marquée comme le montre le tableau page suivante :

Répartition des photographes selon les secteurs d'activité et leur statut

	TOTAL	Non salariés	Salariés
Activités photographiques	61%	75%	25%
Création artistique relevant des arts plastiques	5%	3%	10%
Autre création artistique	5%	7%	
Divers autres secteurs	29%	15%	66%
TOTAL	100%	100%	100%

Source : enquête emploi

- Les non-salariés exercent pour les 3/4 d'entre eux dans le secteur des « activités photographiques » et pour près de 30% dans d'autres secteurs (presse, musées, parcs d'attraction, recherche,...).
- Les salariés exercent pour les 2/3 d'entre eux dans les divers autres secteurs (presse notamment) et pour un quart dans les « activités photographiques ».

2.5 SYNTHÈSE SUR L'APPROCHE STATISTIQUE

Les photographes sont par définition une population difficile à compter dans la statistique publique car ils relèvent de plusieurs catégories statistiques selon la nature de leur activité (artistique ou non). Ceci est vrai pour les individus et pour les entreprises. C'est en croisant plusieurs sources et plusieurs regards qu'il est possible d'approcher statistiquement cette activité.

Aux 21000 photographes relevant de la PCS « photographe », il faut en ajouter 3000 à 4000 qui relèveraient d'une autre PCS (« artistes plasticiens » notamment). Le nombre total de photographes serait donc plus proche de **24 000 ou 25 000** que de 21 000.

¹ - On notera que ce chiffre de 2500 est bien inférieur à celui qui est souvent avancé par les organisations professionnelles concernant les photographes dans la fonction publique (Etat et Collectivités territoriales). Le chiffre de l'enquête Emploi a l'avantage de ne pas être dépendant des nomenclatures de la fonction publique – qui n'identifient pas les photographes en tant que tels - mais repose sur la déclaration des individus concernés eux-mêmes.

Ce nombre a, quoiqu'il en soit, fortement augmenté depuis une quinzaine d'années ; il a même pratiquement doublé. Cette forte augmentation de la population des photographes s'accompagne sur cette même période d'un fort renouvellement avec l'entrée de femmes. La profession reste très masculine mais se renouvelle pour les trois quart avec l'entrée de femmes. La population d'homme (un quart des entrants) vieillit, notamment dans la population des photojournalistes.

Les photographes sont très majoritairement des non salariés (70% environ) et parmi eux on notera la poussée du nombre d'auto-entrepreneurs. Ils représentent plus de 4000 entreprises, soit 30% environ de nombre d'entreprises du code 74.20z (activités photographiques).

La région Île-de-France concentre près de 40% des photographes et 60% des photographes auteurs (affiliés à l'Agessa).

**ANNEXE 10 :
BIBLIOGRAPHIE**

- AZZI Tristan, Rapport de mission *Les métadonnées liées aux images fixes*, Conseil Supérieur de la Propriété Littéraire, juillet 2021, 52 pages
- BALLUTEAU Michel et BERTIN Marie, *Photojournalistes : constat et propositions*, Rapport n°2010-23, IGAC, ministère de la Culture, 2010, 40 pages.
- BARBAROUX Monique, *Etude et propositions pour une meilleure reconnaissance du métier de photojournaliste*, ministère de la Culture, 2016, 71 pages.
- BENHAMOU Françoise et SAGOT-DUVAUROUX Dominique, *Économies des droits d'auteur V Synthèse*, Cultures études, 2007-8, 16 pages.
- BERTHO Raphaële, *Analyse de la genèse institutionnelle de la Mission Photographique de la DATAR. L'établissement de la photographie dans le paysage culturel français (1969-1981)*, 2008, 10 pages.
- Cabinet Ambroise Bouteille et Associés, Rapport final, *Etude prospective - cartographie des métiers, professions de la photographie*, Observatoire prospectif du Commerce, décembre 2016, 197 pages.
- *Codes des bonnes pratiques professionnelles entre éditeurs, agences de presse et photographes*, ministère de la Culture et de la communication, juillet 2014, 20 pages.
- FAIBIS Laurent (dir.), JACOB Charline et CESARD Anne, *La distribution et les services photographiques*, Xerfi France, Mai 2016, 197 pages.
- HAINAUT Eric, *Livre blanc des photographes*, COM'COM, Département Culture et médias – Groupe Emargence, novembre 2015, 12 pages.
- HEMON Jacques, *Les réseaux sociaux et le marché de la photographie*, In : Cahier Louis-Lumière n°7, 2010. Nouvelles perspectives pour les photographes professionnels. pp. 18-26.
- JONAS Irène et CEREQ, *Crise du photojournalisme et santé des photographes*, 2019, 52 pages.
- LESCURE Pierre, *Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique, « mission Acte II de l'exception culturelle »*, mai 2013, 486 pages (synthèse B. Rémunération des créateurs et financement de la création).
- MOCHON Jean-Philippe, *Vers une application effective du droit d'auteur sur les plateformes numériques de partage : Etat de l'art et propositions sur les outils de reconnaissance des contenus*, CSPLA, janvier 2020, 162 pages.

- MOREL Gaëlle, *Le photoreportage d'auteur, L'institution culturelle de la photographie en France depuis les années 1970*, CNRS Éditions, 2016, 154 pages.
- MOUREAU Nathalie et SAGOT-DUVAUROUX Dominique, *Économies des droits d'auteur IV La photographie*, Cultures études, 2007-7, 24 pages.
- OPI, *Les chiffres officiels 2010 du marché de la photo et de l'image en France et dans le monde*, 2011, 20 pages.
- PAILLAT Philippe (dir.), *Livret Blanc 2020*, FNP-Fédération Nationale de la Photographie, 2020, 84 pages.
- PANORAMA 2019, *Professions de la photographie*, Observatoire prospectif du Commerce, 24 pages.
- RACINE Bruno, *L'auteur et l'acte de création*, janvier 2020, 141 pages.
- Rapport d'activités du réseau DIAGONAL, 2019, 23 pages.
- Rapport d'activités du Centre national des Arts Plastiques (CNAP) 2019, (p16 : soutien à la création – aide à la photographie documentaire / p25 soutien à l'édition / p71 achat et commandes), 101 pages.
- Rapport d'activités du Centre national du Livre (CNL) 2019, (p22, le soutien aux éditeurs, p61 répartition thématique des aides – section arts), 68 pages.
- RONY Hervé (dir.), *Photojournalisme, une profession sacrifiée*, étude de la SCAM, octobre 2015, 63 pages.
- SAGOT-DUVAUROUX Dominique, *Le marché de la photographie contemporaine est-il soluble dans celui de l'art contemporain ?* GRANEM, 2008, 12 pages.
- SAGOT-DUVAUROUX Dominique, *Quels modèles économiques pour les marchés de la photographie à l'heure du numérique ?* In : Cahier Louis-Lumière n°7, 2010. Nouvelles perspectives pour les photographes professionnels. pp. 85-95, 13 pages.
- VAUCLARE Claude et DEBEAUVAIS Rémi, *Le métier de photographe*, Ithaque/DEPS -ministère de la Culture, décembre 2014, 92 pages.
- VAUCLARE Claude et DEBEAUVAIS Rémi avec la collaboration de BENSIMON Sarah, *Le métier de photographe, Annexes*, Ithaque/DEPS, ministère de la Culture, décembre 2014, 41 pages.