

PicForChange

Un prix pour dézinguer les stéréotypes

C'EST UN PEU DAVID CONTRE GOLIATH. PIC&PICK, BANQUE D'IMAGES FRANÇAISE ET ENTREPRISE SOLIDAIRE CRÉÉE EN 2018 PAR DEUX EX-PUBLICITAIRES, COMPTE BOUSCULER LES PRATIQUES DE LA PHOTOGRAPHIE DE STOCK EN PROPOSANT DES IMAGES MOINS FORMATÉES. RENCONTRE AVEC SES FONDATRICES, MARIE-HÉLÈNE GONDRE-VIDALINC ET JULIE LANGLADE, QUI LANCENT EN NOVEMBRE UN APPEL À PROJETS, PICFORCHANGE.

interview par **Elodie Cabrera**

Que reprochez-vous aux grandes banques d'images ?

Marie-Hélène Gondre-Vidalinc : Elles fournissent des clichés plus que des images. Les mastodontes américains comme iStock de Getty Images, Shutterstock ou Adobe Stock ont beau avoir des milliers de photos dans leurs collections, ce sont toujours les mêmes qui sont achetées par les entreprises ou les annonceurs. Tout le monde a vu et revu ces portraits d'employés aux dents ultra blanches, hyper concentrés devant leur ordinateur ou tout sourire à la machine à café, comme si la vie de bureau se résumait à des poignées de mains, une ambiance bon enfant et des pouces en l'air. C'est une vision lisse, totalement désincarnée et déconnectée de la réalité.

Julie Langlade : L'autre problème est éthique. Ces images ne rapportent pas grand-chose à leurs auteurs. Pour une photo achetée, à peine quelques centimes ou quelques dizaines d'euros finissent dans la poche du photographe. Certains acteurs bon marché, comme Unsplash, vont jusqu'à encourager les créateurs à céder leurs images gratuitement, prétextant que cette visibilité permet de se faire connaître. Résultat, tout le monde a pris l'habitude de ne rien déboursier, ou presque, et plus personne ne connaît la valeur d'une photographie.

En quoi Pic&Pick est-il différent ?

J.L. : Notre modèle économique est plus équitable et solidaire. Pour chaque photographie achetée, 45% de la somme est reversée à Pic&Pick, 50% au photographe, soit le double de ce qui se pratique habituellement sur le marché, et 5% à l'une des huit associations caritatives que nous soutenons. Parmi elles, il y a des structures bien connues du grand public, comme la Fondation Abbé Pierre ou l'Unapei, et d'autres qui méritent de l'être davantage, telles que Premiers de cordée, qui offre des initiations sportives aux enfants hospitalisés, ou les Maisons de Vincent, qui accueillent des adultes autistes. Certains photographes avec lesquels on travaille ont parmi leurs proches des



© Anthony Dimitri.



© Gwendolynn Brahim.



© Audrey Guyon.



© Maxime Laillo.

personnes atteintes de maladie mentale ou en situation de handicap. Ça leur tient à cœur de parler de ces sujets, mais aussi de modifier la perception qu'on peut en avoir. Cela passe notamment par le renouvellement des images qui nous entourent, dans la pub, le métro ou sur les panneaux d'affichage.

Vous qui êtes passées par le monde de la publicité, presentez-vous une prise de conscience chez les annonceurs ?

M.-H.G.-V. : C'est indéniable, et pas seulement dans la publicité. La crise sanitaire n'a fait qu'accélérer cette prise de conscience au sein des entreprises, où la responsabilité sociale et environnementale est devenue une priorité. Il y a un réel besoin chez les sociétés qui souhaitent communiquer autour de leurs engagements. Mais quand un directeur créatif veut illustrer les actions menées par son entreprise en faveur de

PARTICIPEZ À PICFORCHANGE !

Organisé avec le B Lab France, le prix est ouvert jusqu'en février 2022. Il invite les photographes à repenser et diversifier les représentations dans quatre thématiques :

- le handicap,
- la finance durable,
- la protection environnementale,
- la mixité sociale.

Pour chaque catégorie, un lauréat sera sélectionné parmi cinq nommés, et recevra une bourse de 5 000 euros. Une exposition des dix meilleures photos de chaque catégorie sera présentée à la Polka Factory, puis chez les partenaires de Pic&Pick.

Plus d'infos : picandpick/picforchange.com

l'environnement ou de la mixité sociale, il a neuf chances sur dix de tomber sur des images caricaturales : une mini-planète enserrée par des mains, des euros qu'on arrose, une plante qui comme par enchantement pousse dans une ampoule, ou une photo avec des gens de toutes les couleurs façon Benetton...

J.L. : Les mentalités ont changé, pas forcément les représentations. Plus le sujet est sensible, plus il y a des stéréotypes. Une entreprise qui veut parler d'inclusion va systématiquement montrer des photos de couples homosexuels en train de s'embrasser ou s'enlacer, en hypersexualisant leur relation. Quant au handicap, il sera illustré soit par une personne en fauteuil roulant soit par un enfant atteint de trisomie 21, comme si le handicap devait être reconnaissable à l'œil nu. Ces images enferment nos représentations. Pire, elles façonnent notre imaginaire collectif.

D'où la création du prix PicForChange...

M.-H.G.-V. : C'est un défi qu'on lance aux 350 photographes qui font partie de notre communauté comme à tous ceux qui souhaiteraient nous rejoindre. L'idée de cet appel à projets est de stimuler leur créativité. On compte sur leur œil, leur talent pour qu'ils proposent des idées audacieuses, plus proches de la réalité et du quotidien afin de renouveler les représentations sur quatre thématiques essentielles : le handicap, la mixité sociale, la protection environnementale et la finance durable. Montrer une jolie pousse verte ne suffit plus pour parler d'écologie. Il faut exposer les solutions concrètes qui existent en matière de recyclage, de nouvelles mobilités ou de gestion des énergies.

J.L. : Plus les photographes seront nombreux à participer au PicForChange, plus on a de chances de faire bouger les lignes. Toutes les photos qui nous seront envoyées viendront enrichir nos collections, car nous souhaitons devenir une banque d'images spécialisée dans les thématiques sociales et environnementales. Nous allons d'ailleurs organiser nos collections autour des 17 objectifs de développement durable définis par l'ONU. Il n'y aura pas de catégorie « handicap » ou « homosexualité », ce serait stigmatisant. Si on veut changer les regards, être plus ouvert à la différence, il est important de décloisonner, de se mélanger, sans quoi on conforte les stéréotypes que l'on veut combattre. ■

La banque d'images Pic&Pick, qui compte près de 60 000 photos, lance en novembre un appel à candidatures, PicForChange.