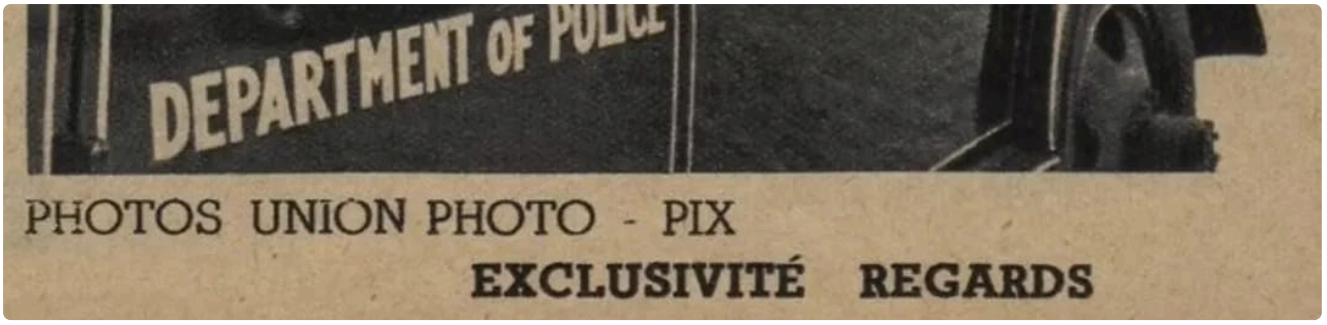
trans atlantic cultures
Histoires culturelles de l'espace atlantique XVIIIe–XXIe siècles

ISSN 2739-6614
transatlantic-cultures.org



Agences photographiques

Clara Bouveresse

Les agences photographiques se sont développées avec la montée en puissance des magazines illustrés en Europe et aux États-Unis. Elles s'appuient sur des réseaux de photographes et d'agences partenaires des deux côtés de l'Atlantique.

PUBLIÉ LE	4 décembre 2023
LANGUE ORIGINALE	Français
DISPONIBLE EN	Anglais, Français
THÈMES	Arts visuels · Média
ESPACES	Amérique du Nord · Europe
PÉRIODES	L'espace atlantique dans la globalisation · La consolidation des cultures de masse
MOTS-CLÉS	photographie, presse, médias, édition, transferts culturels, industries culturelles
ADRESSE PERMANENTE	https://transatlantic-cultures.org/fr/records/agences-photographiques/

À PROPOS DES AUTEURS

Clara Bouveresse

Associate professor · Laboratoire Synergies Langues Arts et Musique (SLAM) · Evry/Paris Saclay · France

Clara Bouveresse is an associate professor at the University of Evry and a photography specialist. She published in 2017 a History of Magnum Photos, based on her PhD dissertation. In 2019, she curated the exhibition Unretouched Women. Eve Arnold, Abigail Heyman, Susan Meiselas at the Rencontres d'Arles, with an exhibition catalogue published by Actes Sud. She also published in the Photo File collection (Actes Sud, Thames and Hudson) the three volumes dedicated to women photographers.

Les agences photographiques se développent en Europe et aux États-Unis au début du xx^e siècle dans le cadre de l'essor du photojournalisme et de la presse illustrée. Elles ont pour mission de fournir les choix d'images les plus précis et variés à leurs différents clients, aussi bien dans le domaine de l'illustration que dans celui de l'actualité. Certaines agences se spécialisent dans l'un ou l'autre de ces champs. Pour

l'illustration, il convient de rassembler de vastes fonds afin de répondre aux demandes les plus diverses, de la carte postale au manuel scolaire. Pour la presse, les photographes travaillent dans l'urgence afin d'être les premiers à couvrir un sujet ou un événement, car l'image d'actualité est une denrée périssable. Avec le temps, ces photographies perdent leur valeur d'actualité pour devenir des documents témoignant de l'histoire récente. Bien souvent, les agences de presse accumulent ainsi des archives au fil des années et deviennent donc de fait des ressources pour l'illustration.

L'agence est donc une interface entre le photographe et la publication (journal, magazine, éditeur). Elle permet au reporter de se concentrer sur son travail de terrain en facilitant le développement, la diffusion et l'archivage des images produites, en échange d'une commission sur les ventes. Elle peut lui proposer des sujets ou des commandes et lui offrir un réseau pour vendre au mieux son travail, y compris sur le long terme et dans plusieurs pays. Si certaines agences opèrent sur un terrain local, elles sont nombreuses à investir les marchés étrangers. Le secteur de la presse illustrée, peuplé de reporters qui voyagent d'un continent à l'autre et toujours en quête de sujets exotiques et lointains, se prête à cette internationalisation.

La diffusion de l'essai photographique

Les premières agences françaises, créées au début du siècle (Henri Manuel en 1900, Rol en 1904, Trampus en 1905, Meurisse en 1909), sont concurrencées dans les années 1930 par les agences américaines Keystone et Wide World, qui ouvrent des bureaux à Paris dès 1927, et par de nouvelles venues, comme Rapho, Alliance Photo et France Presse, qui dominent le marché. Ces dernières se développent dans un contexte de crise économique et d'expansion de la presse illustrée. Elles rassemblent de nombreux photographes et éditeurs juifs qui fuient la montée du nazisme. Certains partiront ensuite exercer leur profession aux États-Unis. Les agences Pix et Black Star, fondées en 1936 par des Allemands installés à New York, emploient ainsi de nombreux photographes immigrés.

Black Star est lancée par Kurt Kornfeld, Ernest Mayer, qui avait créé l'agence Mauritius à Berlin, et Kurt Safranski, ancien éditeur du *Berliner Illustrirte Zeitung*. Ils tirent parti de leur expérience sur le marché de la presse illustrée allemande pour développer aux États-Unis le genre de l'essai photographique. Plutôt que de présenter des images isolées, les photographies sont séquencées pour raconter une histoire et occuper une place centrale dans la mise en page. Les fondateurs de Black Star conseillent le magnat de la presse Henry Luce (Chine, 1898-États-Unis, 1967) pour le lancement de l'hebdomadaire *Life* (1936), qui fait de l'essai photographique sa marque de fabrique. Black Star devient une plateforme permettant aux photographes venus d'Europe de faire carrière aux États-Unis et de travailler pour *Life*.

Les pratiques développées en Europe, et notamment à Berlin, essaiment donc aux États-Unis. Le genre de l'essai photographique se diffuse également à travers le réseau des agences et de la presse communiste, dans les magazines *Regards* en France ou *Arbeiter Illustrirte Zeitung* en Allemagne. Cet hebdomadaire s'appuie notamment sur les ressources de Russ-Foto, créée en 1924 suite à une réunion au Kremlin pour échanger et distribuer des photographies soviétiques avec l'étranger. Russ-Foto propose des images témoignant de la vie et de la culture en URSS et collabore avec les agences dites « bourgeoises » et commerciales présentes dans d'autres pays, de Tokyo à New York en passant par Washington et Calcutta, même si ses principaux partenaires se trouvent en Allemagne et en France.

Dans l'entre-deux-guerres, l'essor de la presse illustrée et du format de l'essai photographique s'appuie ainsi sur les échanges internationaux entre des agences de part et d'autre de l'Atlantique et sur les déplacements constants des photographes, dont beaucoup doivent émigrer face à la montée des totalitarismes.


TOUTE LA TERRE

L'ombre des usines sur la vie...

Quand l'AMERIQUE s'éveille...*

par Paul NIZAN

II

La CHANSON de la FISHER BODY

ENTRE le temps des défaites et la naissance du C.I.O., il y avait eu le National Recovery Act, la mystique des Codes industriels et le mouvement de l'Aigle Bleu. Il est bien vrai que le New Deal ait bouté sous les coups de la Cour Suprême, que le NATIONAL RECOVERY ACT et l'AGRICULTURAL ADJUSTMENT ACT ne soient plus que des souvenirs, mais N.R.A. et A.A.A. ont transformé la politique du New Deal de Roosevelt. La grande Assemblée à travers laquelle les États-Unis ont pris conscience de leur existence commune et de leur unique destin.

Il y avait en particulier dans le N.R.A. un fameux alinéa, le 7 (a), qui habilitait les syndicats à discuter

* Voir « Regards » du 25 Novembre.

A droite : Le S.W.O.C. (Comité d'organisation des métallurgistes) discute à Mc Keesport. A droite, A. W. Mc Pherson, organisateur des nègres du district de Monongahela.

Andy Laputo part pour l'usine...

Police Patrol

BOROUGH OF HOMESTEAD

DEPARTMENT OF POLICE

PHOTOS UNION PHOTO - PIX

EXCLUSIVITÉ REGARDS

Ci-dessus : Joë Nemko, métallo de Duquesne.

Ci-dessous : « Ils ne passeront pas. » Les ouvriers de Chrysler accueillent les soldats à Détroit.

LES OBJECTIFS DU C.I.O.

QU' LE COMBAT COMMENCE...

(Voir suite page 18.)

N° 203 REGARDS PAGE 13

Source gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Photographies distribuées par Union Photo/Pix pour illustrer un article de Paul Nizan sur les syndicats ouvriers américains, *Regards*, 2 décembre 1937, p. 12-13.

Source : Gallica



« Le visage de Madrid », essai photographique de Chim (David Seymour), représenté par l'agence Alliance Photo, publié dans l'hebdomadaire *Regards*, 9 mars 1939, p. 8.

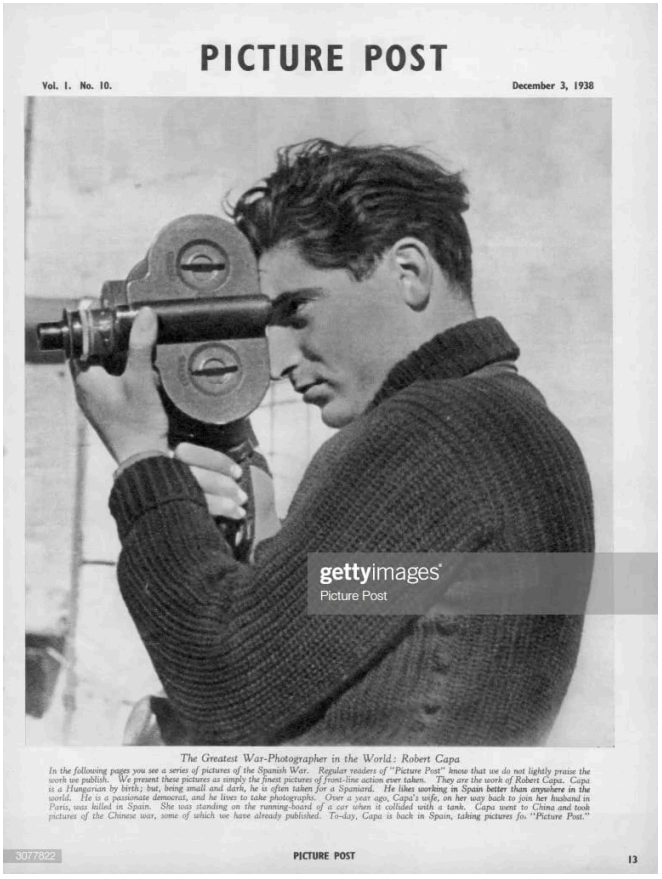
Source : Gallica

Ambition universaliste et cosmopolitisme

Cet esprit cosmopolite donne naissance, après la Seconde Guerre mondiale, à l'agence Magnum, qui fait encore aujourd'hui figure de marque reconnue pour bien des photographes. Ses fondateurs, d'origine hongroise (Robert Capa), polonaise (David Seymour, dit « Chim »), française (Henri Cartier-Bresson), anglaise (George Rodger) et américaine (William Vandivert), choisissent d'implanter dès le départ leurs bureaux à Paris et à New York. Maria Eisner (Italie, 1909-États-Unis, 1991), venue d'Allemagne pour diriger Alliance Photo et réfugiée aux États-Unis pendant la guerre, prend la tête du bureau français. Le modèle économique de Magnum consiste à tirer parti de cette structure transatlantique pour vendre un même reportage à différents clients, offrant des exclusivités géographiques sur le territoire européen ou américain.

Né Endre Friedmann, Robert Capa (Autriche-Hongrie, 1913-Indochine, 1954) est la cheville ouvrière de cette stratégie : pour lui, les photographes doivent désormais revendiquer le statut d'auteur à part entière afin d'être rémunérés à chaque publication. Plutôt que d'abandonner leurs négatifs à leurs clients, ils les diffusent auprès du réseau le plus large possible et en gardent les droits dans le temps, pour en tirer un maximum de profit. Cette revendication accompagne l'expansion continue du droit d'auteur au cours du xx^e siècle. Elle répond d'abord à une nécessité économique, mais recouvre aussi une ambition journalistique, voire artistique : celle de se faire un nom, d'imposer une signature reconnue en créant les

images iconiques associées à certains événements historiques. Robert Capa a fait personnellement l'expérience d'un tel succès, lui qui a réalisé quelques-uns des clichés les plus célèbres de la guerre d'Espagne et du débarquement allié.


PICTURE POST

Vol. I. No. 10. December 3, 1938

The Greatest War-Photographer in the World: Robert Capa

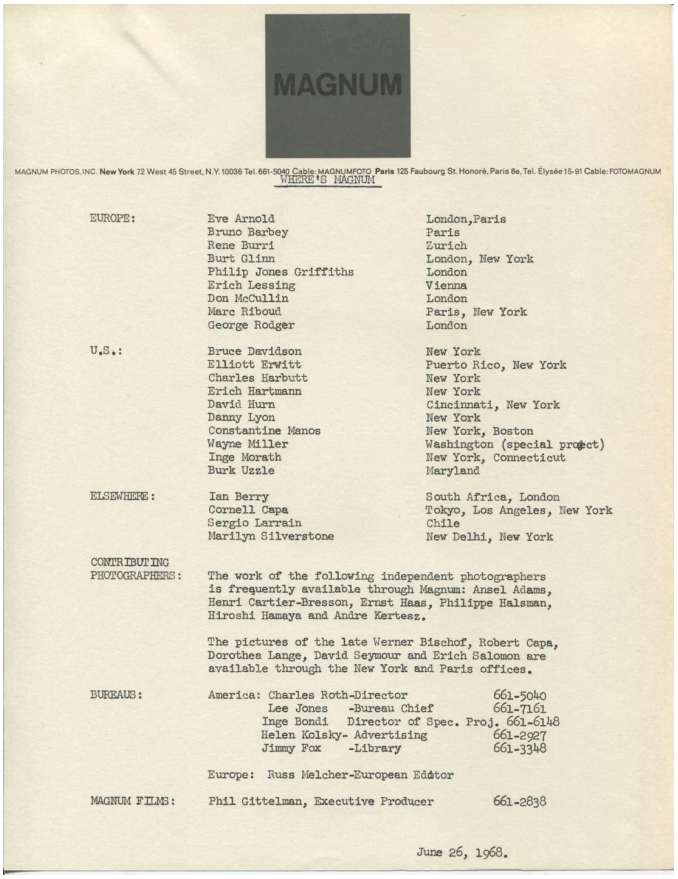
In the following pages you see a series of pictures of the Spanish War. Regular readers of "Picture Post" know that we do not lightly praise the work we publish. We present these pictures as simply the finest pictures of front-line action ever taken. They are the work of Robert Capa. Capa is a Hungarian by birth; but, being small and dark, he is often taken for a Spaniard. He likes working in Spain better than anywhere in the world. He is a passionate democrat, and he lives to take photographs. Over a year ago, Capa's wife, on her way back to join her husband in Paris, was killed in Spain. She was standing on the running-board of a car when it collided with a tank. Capa went to China and took pictures of the Chinese war, some of which we have already published. To-day, Capa is back in Spain, taking pictures fo. "Picture Post."

gettyimages
Picture Post

Portrait de Robert Capa publié dans Picture Post pour introduire un article présentant ses images de la guerre d'Espagne, 3 décembre 1938.

Source : Getty Images

Magnum demande aux magazines de faire figurer le nom de l'auteur de chaque image, de bannir le recadrage et d'utiliser des légendes respectant le contexte de la prise de vue. Les photographes-auteurs proposent d'ailleurs à leurs clients de véritables enquêtes construites autour d'un fil narratif, accompagnées de témoignages et offrant un regard singulier sur des sujets inédits. Ils peuvent ainsi espérer vendre à leurs clients une série d'images, c'est-à-dire un essai photographique, plutôt que des clichés isolés. Pour ce faire, Magnum diffuse à ses clients des deux côtés de l'Atlantique des « distributions » comprenant des images séquencées et légendées. Elle noue aussi des partenariats avec d'autres agences à travers le monde, comme ABC Press aux Pays-Bas, Zardoya en Espagne, John Hillelson au Royaume-Uni, Pacific Press au Japon. Chaque semaine circule un mémo indiquant où se trouvent les photographes et les sujets sur lesquels ils travaillent, afin de faciliter la mise en relation avec des clients potentiels.



MAGNUM

MAGNUM PHOTOS, INC. **New York** 72 West 45 Street, N.Y. 10036 Tel. 661-5040 Cable: MAGNUMFOTO **Paris** 125 Faubourg St. Honoré, Paris 8e, Tel. Élysée 15-91 Cable: FOTOMAGNUM

WHERE'S MAGNUM

EUROPE:	Eve Arnold	London, Paris
	Bruno Barbey	Paris
	Rene Burri	Zurich
	Burt Glinn	London, New York
	Philip Jones Griffiths	London
	Erich Lessing	Vienna
	Don McCullin	London
	Marc Riboud	Paris, New York
	George Rodger	London
U.S.:	Bruce Davidson	New York
	Elliott Erwitt	Puerto Rico, New York
	Charles Harbutt	New York
	Erich Hartmann	New York
	David Hurn	Cincinnati, New York
	Danny Lyon	New York
	Constantine Manos	New York, Boston
	Wayne Miller	Washington (special project)
	Inge Morath	New York, Connecticut
	Burk Uzzle	Maryland
ELSEWHERE:	Ian Berry	South Africa, London
	Cornell Capa	Tokyo, Los Angeles, New York
	Sergio Larrain	Chile
	Marilyn Silverstone	New Delhi, New York

CONTRIBUTING PHOTOGRAPHERS: The work of the following independent photographers is frequently available through Magnum: Ansel Adams, Henri Cartier-Bresson, Ernst Haas, Philippe Halsman, Hiroshi Hamaya and Andre Kertesz.

The pictures of the late Werner Bischof, Robert Capa, Dorothea Lange, David Seymour and Erich Salomon are available through the New York and Paris offices.

BUREAUS:
America: Charles Roth-Director 661-5040
Lee Jones -Bureau Chief 661-7161
Inge Bondi Director of Spec. Proj. 661-6148
Helen Kolsky- Advertising 661-2927
Jimmy Fox -Library 661-3348

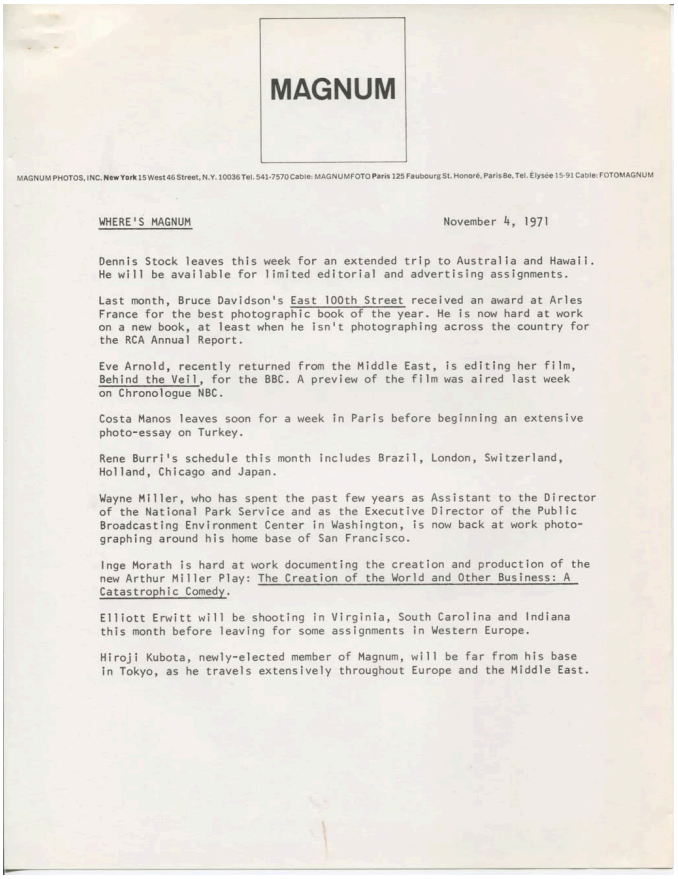
Europe: Russ Melcher-European Editor

MAGNUM FILMS: Phil Gittelman, Executive Producer 661-2838

June 26, 1968.

Mémo envoyé par Magnum à son réseau d'agents et de clients, 26 juin 1968.

Source : Magnum Foundation Archive



MAGNUM

MAGNUM PHOTOS, INC. New York 15 West 46 Street, N.Y. 10036 Tel. 541-7570 Cable: MAGNUMFOTO Paris 125 Faubourg St. Honoré, Paris 8e. Tel. Élysée 15-91 Cable: FOTOMAGNUM

WHERE'S MAGNUM — November 4, 1971

Dennis Stock leaves this week for an extended trip to Australia and Hawaii. He will be available for limited editorial and advertising assignments.

Last month, Bruce Davidson's East 100th Street received an award at Arles France for the best photographic book of the year. He is now hard at work on a new book, at least when he isn't photographing across the country for the RCA Annual Report.

Eve Arnold, recently returned from the Middle East, is editing her film, Behind the Veil, for the BBC. A preview of the film was aired last week on Chronologue NBC.

Costa Manos leaves soon for a week in Paris before beginning an extensive photo-essay on Turkey.

Rene Burri's schedule this month includes Brazil, London, Switzerland, Holland, Chicago and Japan.

Wayne Miller, who has spent the past few years as Assistant to the Director of the National Park Service and as the Executive Director of the Public Broadcasting Environment Center in Washington, is now back at work photographing around his home base of San Francisco.

Inge Morath is hard at work documenting the creation and production of the new Arthur Miller Play: The Creation of the World and Other Business: A Catastrophic Comedy.

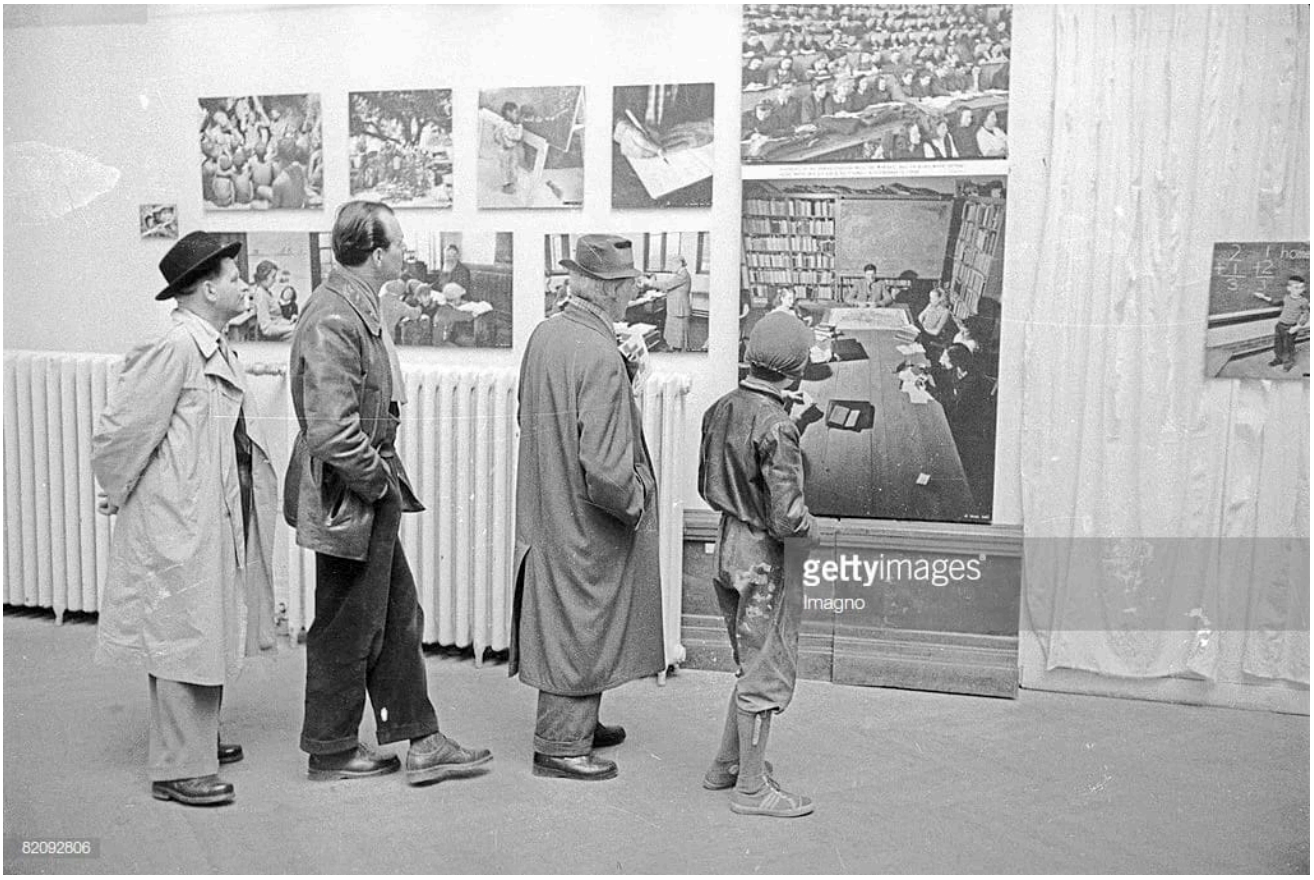
Elliott Erwitt will be shooting in Virginia, South Carolina and Indiana this month before leaving for some assignments in Western Europe.

Hiroji Kubota, newly-elected member of Magnum, will be far from his base in Tokyo, as he travels extensively throughout Europe and the Middle East.

Mémo envoyé par Magnum à son réseau d'agents et de clients, 4 novembre 1971.

Source : Magnum Foundation Archive

Ce modèle économique transatlantique s'appuie sur la valorisation de la figure de l'auteur et sur une éthique profondément universaliste : après la guerre, les reporters engagés veulent participer à la reconstruction d'un monde de paix. Ils voyagent dans les pays les plus lointains pour témoigner des conditions de vie des femmes et des hommes qu'ils rencontrent. La photographie est alors perçue comme un langage universel, accessible à tous quelle que soit la langue parlée, et permettant de révéler notre humanité commune plutôt que nos différences. Cette ambition est au cœur de l'exposition *The Family of Man*, organisée par le conservateur Edward Steichen (Luxembourg, 1879-États-Unis, 1973) en 1955 au Museum of Modern Art de New York, qui rassemble des photographies prises dans le monde entier en s'appuyant notamment sur les ressources de Magnum.

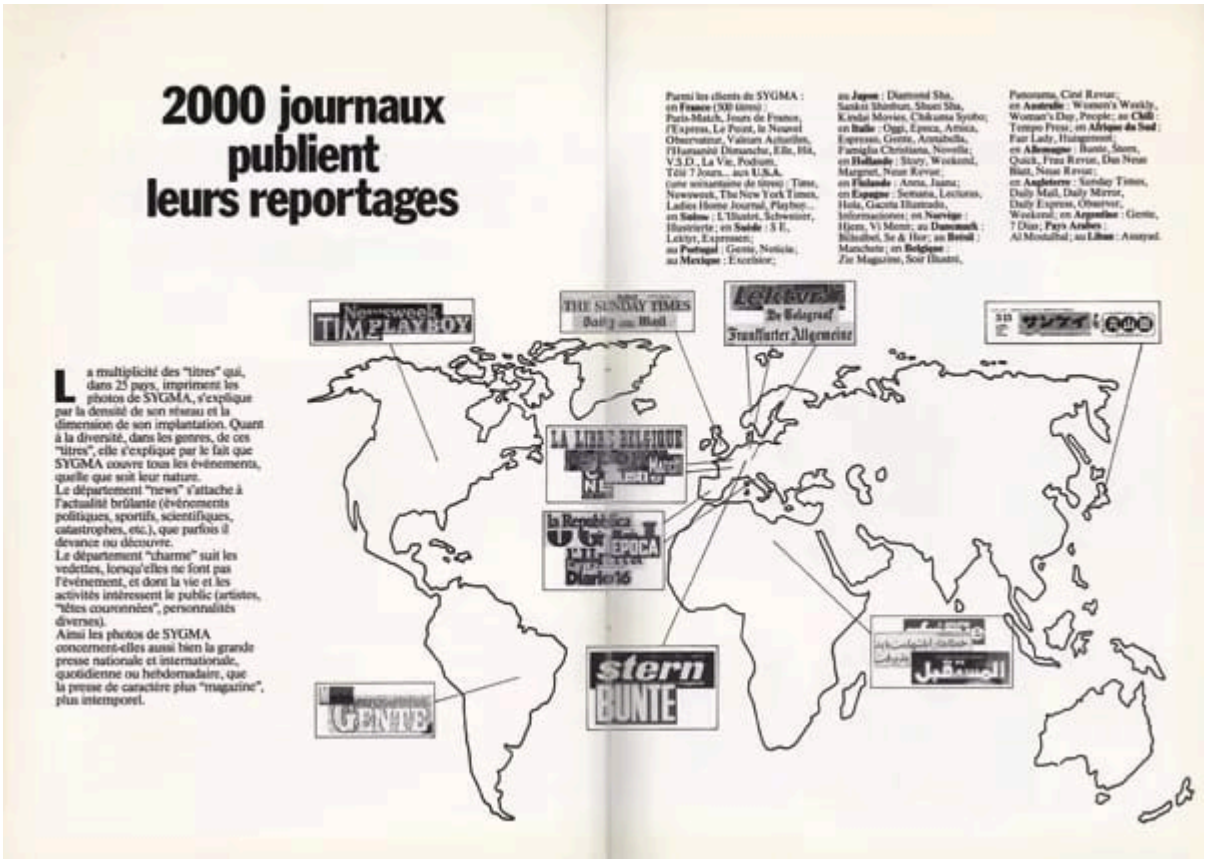


Visiteurs de l'exposition "The Family of Man" au Künstlerhaus de Vienne (Autriche), 1957

Source : Getty Images

Photographes auteurs et écritures subjectives

Mais cette exposition et le modèle universaliste vont bientôt susciter le débat : ce regard humaniste, supposément compréhensible par tous, n'est-t-il pas celui du reporter blanc et privilégié, aveugle aux mécanismes de domination coloniale et aux différences culturelles, projetant ses stéréotypes et sa fascination pour l'exotisme au gré de ses pérégrinations ? Dans les années 1960, plusieurs photographes adoptent une nouvelle position. Plutôt que de prétendre incarner une objectivité ou des valeurs universelles, ils mettent en avant la portée subjective, critique et parfois autobiographique de leur travail. Dans le sillage de l'essor du *New Journalism* aux États-Unis, l'écriture journalistique à la première personne donne un nouvel élan à la photographie d'auteur, qui se déploie notamment à travers le format prestigieux du livre ou de l'exposition. Magnum participe à la diffusion transatlantique de ces revendications. En France, le courant humaniste demeure populaire, mais de jeunes photographes sont inspirés par les expérimentations de leurs consœurs et confrères américains. Dans le même temps, le modèle économique du photographe-auteur est à l'origine de la création de nouvelles agences qui cherchent à émuler Magnum tout au long des années 1970, comme Gamma, Sygma, Sipa et Viva à Paris, ou encore F4 au Brésil.



Plaquette de communication de l'agence Sygma 1973-1978.

Source : Audrey Leblanc et Sébastien Dupuy, « Le fonds Sygma exploité par Corbis. Une autre histoire du photojournalisme », Études photographiques, n° 35, printemps 2017

Le marché de la presse illustrée, toujours plus international et compétitif, traverse des crises à répétition à partir des années 1960, face à la concurrence de la télévision et à des coûts de production élevés. Les grandes agences de texte et d'image dites « filaires », comme France Presse, Reuters et AP ont les moyens de maintenir un réseau international, d'investir dans les derniers équipements et de tenir les délais très courts permettant de fournir des photographies aux journaux, tandis que les agences d'auteur ciblent les magazines. Elles adoptent diverses stratégies, en se spécialisant dans un domaine comme le voyage ou le sport, en misant sur des secteurs lucratifs comme les photographies de célébrité ou en se diversifiant.

La photographie «*corporate*», c'est-à-dire les commandes pour les entreprises, qui s'était d'abord développée aux États-Unis dans les années 1950, se diffuse ainsi en Europe et devient une source de revenus non négligeable pour certains photographes. Ces derniers adaptent le genre de l'essai photographique et du reportage de terrain au monde de l'entreprise, pour illustrer des rapports annuels et valoriser une image de marque.

Les expositions et les livres offrent également des débouchés intéressants pour les agences qui revendiquent le statut d'auteur de leurs membres et participent à la promotion culturelle et patrimoniale de la photographie documentaire. Ce tournant culturel et patrimonial se déploie notamment en France dans les années 1980, lorsque le ministère de la culture de Jack Lang met à l'honneur la photographie.

Les États-Unis sont, de leur côté, à la pointe du développement du marché des tirages photographiques, désormais collectionnés et reconnus comme des objets d'art, recherchés pour leur rareté. L'agence Magnum investit dans ce domaine en proposant des tirages en édition limitée et en collaborant avec des galeries, comme celle d'Howard Greenberg à New York. Les tirages les plus anciens des photothèques

d'agence apparaissent sur les cimaises des foires internationales car ils peuvent prétendre au statut de *vintage* (épreuve originale). Peu à peu, les agences de photographes auteurs ne tirent plus qu'une faible part de leurs revenus de la presse et adoptent une stratégie diversifiée, de la vente de tirages à la publication de livres en passant par les commandes pour les entreprises ou les collaborations avec des ONG.

Malgré cette diversification, le modèle économique des agences reste précaire, notamment dans le contexte de la transition numérique. Celle-ci représente des investissements importants, avec notamment pour les agences historiques le coût de la numérisation des archives, désormais diffusées en ligne. Elle s'accompagne également d'une remise en cause du droit d'auteur, fondement économique du secteur : les images publiées en ligne échappent à tout contrôle et sont noyées dans une masse en prolifération constante. La valeur d'une image tient dès lors moins à son exclusivité ou à sa rareté qu'à sa visibilité. Pour tirer leur épingle du jeu, les agences et les photographes doivent attirer des flux de visiteurs sur leurs pages et sur les réseaux sociaux, afin de peser dans l'économie numérique. Face à la dématérialisation des échanges, le rôle traditionnel des agences et de leurs réseaux est remis en question. Certains photographes se passent de ce support pour toucher directement leur public à travers les réseaux sociaux (notamment Instagram), attirant les commandes parce qu'ils ont un nombre important d'abonnés et offrent donc une plus grande exposition médiatique à leurs clients.

Dans ce contexte numérisé et mondialisé, les agences sont toujours plus internationales, rassemblant des photographes aux horizons variés et travaillant sur tous les continents. L'essentiel du marché est concentré dans les mains de quelques grandes agences de presse et des banques d'images comme Getty et Corbis, qui ont racheté les fonds de nombreux acteurs historiques. En parallèle, les petites agences d'auteurs, les collectifs et les associations de photographes revendiquant un regard original perdurent (Myop, Noor, VU, etc.). La dynamique transatlantique, qui avait présidé à l'essor des agences, est désormais insérée dans un réseau plus vaste, celui des publications web, des expositions et des festivals qui se tiennent dans le monde entier.

BIBLIOGRAPHIE

Smith, Zoe. “The History of Black Star Picture Agency: ‘Life’s’ European Connection.” Présentation lors de la réunion annuelle de l’Association for Education in Journalism and Mass Communication, Gainesville, August 7, 1984. https://eric.ed.gov/?q=The+History+of+Black+Star+Picture+Agency%3a+Life%e2%80%99s+European+Connection&id=ED244286.

Morel, Gaëlle. *Le photoreportage d’auteur: l’institution culturelle de la photographie en France depuis les années 1970*. Paris: CNRS, 2006.

Leblanc, Audrey, and Sébastien Dupuy. “Le fonds Sygma exploité par Corbis. une autre histoire du photojournalisme.” *Études photographiques*, no. 35 (printemps 2017). http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3698.

Joschke, Christian. “Le marché transnational des images politiques. Le Secours ouvrier international dans le contexte des agences photographiques soviétiques (1924-1933).” *Études photographiques*, no. 35 (printemps 2017). http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3691.

Guerrin, Michel. *Profession photoreporter : vingt ans d’images d’actualité*. Paris: Centre Georges Pompidou, Gallimard, 1988.

Gervais, Thierry. *La fabrique de l’information visuelle: photographies et magazines d’actualité*. Paris,: Textuel, 2015.

Desveaux, Delphine. “Constitution d’une collection, pratiques, circuit des tirages photographiques et conventionnement, le point de vue d’une agence photographique historique, Roger-Viollet (1938-2005).” *In Situ. Revue des patrimoines*, no. 36 (2018). https://doi.org/10.4000/insitu.18093.

Denoyelle, Françoise. “Les Agences Photographiques. Organisation et Économie Des Entreprises.” In *La Photographie d’actualité et de Propagande Sous Le Régime de Vichy*, 169–257. Paris: CNRS Editions, 2003.

Denoyelle, Françoise. *Les usages de la photographie: 1919-1939, tome 2*. Paris: L'Harmattan, 1997.

Deligny, Aurore. "Viva, une alternative à Magnum?" *Études photographiques*, no. 15 (November 2004): 78–103. http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/396.

Bouveresse, Clara. *Histoire de l'agence Magnum: l'art d'être photographe*. Paris: Flammarion, 2017.

Bouillon, Marie-Ève. "Le marché de l'image touristique. Le cas du Mont Saint-Michel à la fin du XIXe siècle." *Études photographiques*, no. 30 (2012). http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3334.

Blaschke, Estelle. *Banking on Images: the Bettmann Archive and Corbis*. Leipzig: Spector Books, 2016.

Blanc, Jessica. "Histoire de l'agence de Photographie F4 Au Brésil (1979-1991)." Thèse de doctorat en préparation, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Accessed January 25, 2021. http://www.theses.fr/s112518.