

## «Le public réclame des images de la réalité de ce monde»

Alain Genestar prône des états généraux du photoreportage.

*Par FRÉDÉRIQUE ROUSSEL*

Ancien patron de Paris Match, Alain Genestar a lancé en novembre 2007 Polka, un trimestriel dédié au photoreportage dont le sixième numéro vient de sortir en kiosque. De retour du festival Visa pour l'image, il confie sa vision de l'avenir du métier.

La situation est de plus en plus difficile pour les photojournalistes...

Les photojournalistes doivent se débrouiller pour imaginer de nouveaux moyens d'exercer. En situation de crise, on peut trouver des solutions. Avec Polka, nous avons créé un modèle inédit, entre le magazine, la galerie (qui vient de déménager 12, rue Saint-Gilles, à Paris) et un site Internet pour lequel nous réfléchissons à devenir producteur de sujets grâce à un nouveau partenaire financier, Jean-Philippe Hottinguer. La crise s'est accélérée depuis le lancement de Polka. Il y a une révolution structurelle avec le numérique. Aucune restauration n'est possible et ce n'est pas la peine de regarder en arrière. Là-dessus, s'est rajoutée la crise économique. Un second coup qui a frappé d'autant plus les magazines. Croyez-vous en l'avenir du photojournalisme ?

Il est indispensable à l'actualité. Dans ce mot, il y a «journalisme», donc la capacité à raconter une histoire, à prendre des risques. Internet permet à n'importe qui de prendre et de diffuser des images, mais l'écriture journalistique reste indispensable. Dire que le numérique remplace les photojournalistes, c'est comme dire que le téléphone a remplacé les journalistes radio. C'est tellement choquant ce qui s'est passé à Gamma, même si c'était annoncé. Mais ce n'est pas parce que General Motors ferme qu'on ne continuera pas à fabriquer des automobiles. Les photojournalistes sont obligés de revoir leur métier et continuer d'aller sur place pour écrire l'histoire.

La presse en crise est-elle responsable ?

Dans cette période, c'est une erreur pour la presse de ne pas utiliser les photojournalistes. Il faut que les propriétaires de journaux ne se coupent pas de l'essentiel. Il faut convaincre les rédactions : elles ne doivent pas faire d'économies là-dessus. Les magazines n'adoptent pas la bonne riposte en pensant que l'image doit quitter le papier. C'est l'addition des deux, textes et images, qui compte. C'est un média essentiel, avec la montée de l'image mobile et d'Internet. Il ne faut pas non plus attaquer le peuple. Le lecteur ne veut pas que du peuple. Il réclame des images qui montrent la réalité de ce monde. Et Visa pour l'image est la preuve que le grand public s'y intéresse, et beaucoup de jeunes. La situation va se stabiliser car l'ouverture à l'image est énorme. Il y aura toujours de la place pour les professionnels de la photo. Il faut convaincre les gestionnaires de rédactions qu'ils se trompent en faisant des coupes sombres dans les budgets photo. Les Etats généraux de la presse n'ont pas dit un mot sur le photojournalisme. Peut-être la profession doit-elle se mettre autour de la table pour en discuter.