

W E ■
A R E
C O M

Bonnes pratiques

Briefer un photographe

***Vous avez réussi à convaincre de renouveler les visuels ?
Félicitations. Vous avez trouvé le photographe qu'il vous
faut ? Encore mieux ! L'heure est venue de réaliser votre
brief.***

***Pour que vos attentes soient comblées, que vos mots
soient parfaitement retranscrits en image, vous devez
expliquer clairement à votre photographe vos souhaits.***

Comment briefer son photographe, mode d'emploi.

QUE VOULEZ-VOUS ?

LES QUESTIONS A SE POSER

Une personne habituée à la production photo d'une part, et décisionnaire d'autre part, est-elle l'interlocutrice de votre photographe ?

Votre photographe est votre allier. Il voudra être efficace, il voudra savoir ce que vous voulez, il voudra probablement être missionné régulièrement et cherchera à établir avec vous un lien de confiance, pérenne, aux bénéfices mutuels.

IMAGE : Les questions d'ordre général

- **Quel sujet d'image ?** Portrait, reportage, ambiance...
- **Quel initiateur ?** Qui ou quoi initie la création d'image ?
- **Quel contexte général ?** Pourquoi vouloir réaliser une photographie ? Imminence d'une annonce importante, renouvellement d'une bonne pioche d'images sans enjeux immédiats particuliers...
- **Pour quel public ?**
- **Pour quel support ?**
- **Quel contexte particulier ?** Y a-t-il des contraintes en matière de réalisation ? Le modèle a-t-il envie de se faire photographier ? Si c'est une contrainte, il cherchera peut-être à l'éviter ou à la faire le plus rapidement possible, sans enthousiasme...



IMAGE : Les questions d'ordre général

- **Quel modèle ?** Qui sera photographié ?
- **Quelle sélection ?** Selon quels critères ?
Combien d'images ? Choisies par qui ?
Seulement la personne en charge de la communication, seulement la personne photographiée, d'abord l'une, puis l'autre... Tout cela est à définir avec un certain doigté psychologique.
- **Quel format ?** Affichage écran, impression papier... Quel mode de compression ? Internet, imprimeur...
- **Quelles retouches ?** Oui ou non ? Légères retouches ou travail conséquent ?
- **Quels délais ?** Pour la livraison des images.
- **Quel budget associé ?**



ÉMOTION : Les questions d'ordre émotionnel

- Que voulez-vous transmettre comme **impression** ?
- Quel est votre **message** ?
- À **qui** voulez-vous prioritairement l'adresser ?



LOGISTIQUE : Les questions d'ordre pratique

- Quel **nombre** d'images ?
- Quels **lieux** de prises de vues ?
- **Combien de sites** pour les prises de vues ?
- Quel temps pour le **repérage** ?
- Quels **frais** pour le **déplacement** ?
- Quel **temps par prise de vue** ? Il faut du temps pour repérer les lieux, monter le matériel, organiser l'espace...



CHARTE GRAPHIQUE

& PHOTOGRAPHIE

Pour un portrait

Pour se faire comprendre du photographe, parlez sa langue. Donnez-lui des **exemples de photographies** dont vous appréciez les critères artistiques.

Pour un brief parfait, n'oubliez surtout pas de préciser ou de dialoguer avec le photographe concernant les points suivants :

- **L'emplacement** de la personne dans le cadre
- Le **cadrage** de la personne : en pied, plan américain, taille, épaules, visage...
- **L'espace libre** : au-dessus de la tête et de chaque côté des bras
- La **posture** de la personne : orientation du corps et du visage, action des mains...
- **L'expression** du visage
- La **tenue** vestimentaire
- Le **maquillage**

Vous pouvez également opter pour un **plan vertical**, aussi appelé format « paysage », qui sera recadrable en portrait. Ou encore demander une incrustation de votre portrait sur un fond de votre choix.

Retenez que, si présenter des réalisations qui vous plaisent à votre photographe est pour lui d'une grande aide, lui présenter des réalisations qui ne vous plaisent pas l'est tout autant !



Pour un portrait LinkedIn

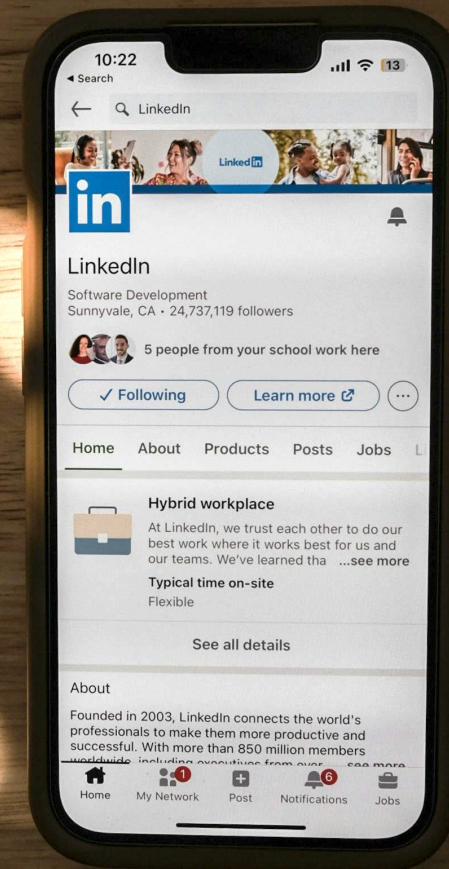
Pour un portrait LinkedIn, **regardez ce qui se fait sur le réseau social** en amont et faites quelques captures d'écran.

Observez en priorité les portraits :

- D'individus exerçant des postes équivalents au votre. Dans votre entreprise, chez vos concurrents...
- D'individus exerçant des postes équivalents au votre à l'étranger.
- De vos camarades de promotion.
- De vos supérieurs hiérarchiques.
- De la personne dont vous voulez occuper le poste demain.

Ce travail préparatoire vous permettra d'avoir une **idée des tendances du moment en matière de portrait** : noir et blanc ou couleur ? Plan serré ou plan large ? Fond neutre ou fond urbain ? Tenue élégante, sobre ou accessoirisée ? Sérieux ou souriant ?

Finalement, **tout est une question d'équilibre entre esthétique, contexte professionnel et énergie transmise.**



Photographie d'ambiance et portrait d'équipe

Faites simple ! Confectionnez un catalogue d'exemples existants et soumettez votre projet.



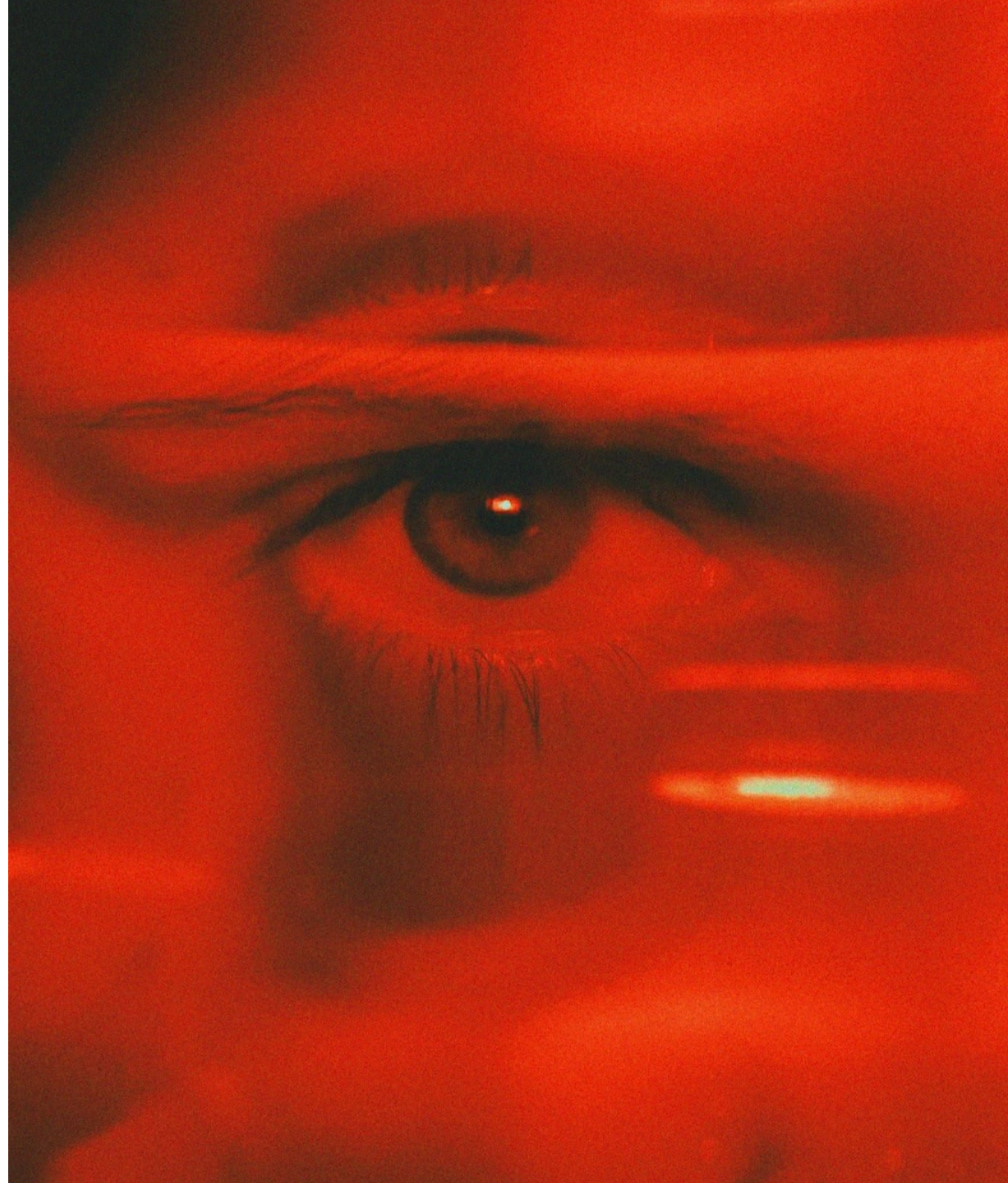
ECRITURE

PHOTOGRAPHIQUE

Ecriture photographique

Elle se fait via :

- **La lumière** : source naturelle, continue, flash, tonalités, couleurs...
- **La longueur focale** : influence de la distance de prise de vue et la largeur du champ embrassé.
- **Le point de vue** : la position du regard posé face au sujet.
- **L'intensité** : quel flou d'arrière-plan ?



SUPPORT

DE PUBLICATION

Les supports de publication

Comment choisir où publier vos photographies ?

Adoptez le ton qui convient au média.

À quelle fréquence l'image sera-t-elle publiée ?

Une tenue vestimentaire extraordinaire et une posture hors norme peuvent donner une couverture inoubliable, mais risqueraient de virer au grotesque.

De plus, pensez « **saisonnalité** ». La temporalité de votre séance photo n'est pas celle des images. Celles-ci seront publiées quelle que soit la météo extérieure. Aussi, prévoyez une tenue « printemps » ou « automne », potentiellement passe partout.



OBLIGATIONS

LEGALES

Les obligations légales

Enfin, protégez-vous en n'oubliant pas de **mentionner le nom de l'auteur des images et de tout visuel en général.**

Grâce à la **Loi N°92-597 du 1er juillet 1992**, le nom de l'heureux auteur de vos photographies doit être mentionné à chaque publication. Ce n'est ni une faveur, ni une forme de rémunération, mais la loi.

Confier à un professionnel le soin de valoriser votre image, c'est investir dans votre capital sympathie. Poursuivez donc vertueusement en mentionnant la personne que vous missionnez pour cela.



A VOUS

DE JOUER !



Notre experte

Hermance Triay

Hermance est une talentueuse photographe. Experte du portrait depuis plus de 20 ans, Hermance capture les images pour les institutions, les unes de magazines et même les couvertures de livres.

CONTACT

20, rue Primo Levi • 75013 Paris

06 74 53 64 93 • hermancetriay.fr

hermance.triay.photographe@gmail.com

Hermance Triay

Artiste dans l'âme, conteuse visuelle, magicienne de la lumière... C'est aux Arts Décoratifs de Paris, que s'est concrétisée cette passion pour la logique esthétique. Et c'est tout naturellement, par goût de la rapidité et de la vivacité saisissante, que la photographie est devenue mon art de prédilection.

Ma spécialité ? Sublimier l'humain. Que ce soit à travers les portraits des habitants d'Ouessant en argentique et noir et blanc, pour faire ressortir toute la superbe et la fierté des îliens... Ou à travers le portrait d'exception du Studio Harcourt, l'ambition qui a accompagné toute ma carrière, c'est l'humain. Le rôle de la photographie est de transformer la perception que l'on peut avoir de soi. Le photographe apprend au modèle à aimer son image.

Depuis 2003, je capture les auteurs pour les éditions du Seuil, je réalise les portraits de couvertures pour *Private Equity magazine*, et j'immortalise les figures des entreprises. Portraits de dirigeants, portraits de collaborateurs ou photos d'équipes, les entreprises ont plus que jamais besoin de s'incarner à travers l'humain et l'image.

Mon originalité ? En tant que yogini et méditante passionnée, je m'applique à doter chaque séance photo d'une dimension humaine incomparable. Ma palette d'exercices spécifiques est pensée pour mettre à l'aise et approfondir la découverte de soi. Cela me permet de ne pas capturer uniquement un visage, mais d'immortaliser l'essence d'un être.

Alors, que vous soyez un leader en quête de prestige, une équipe dynamique en quête de cohésion ou même une famille en quête de jolis souvenirs, je suis là pour donner vie à vos visions

A bientôt sur
WeAreCOM.fr