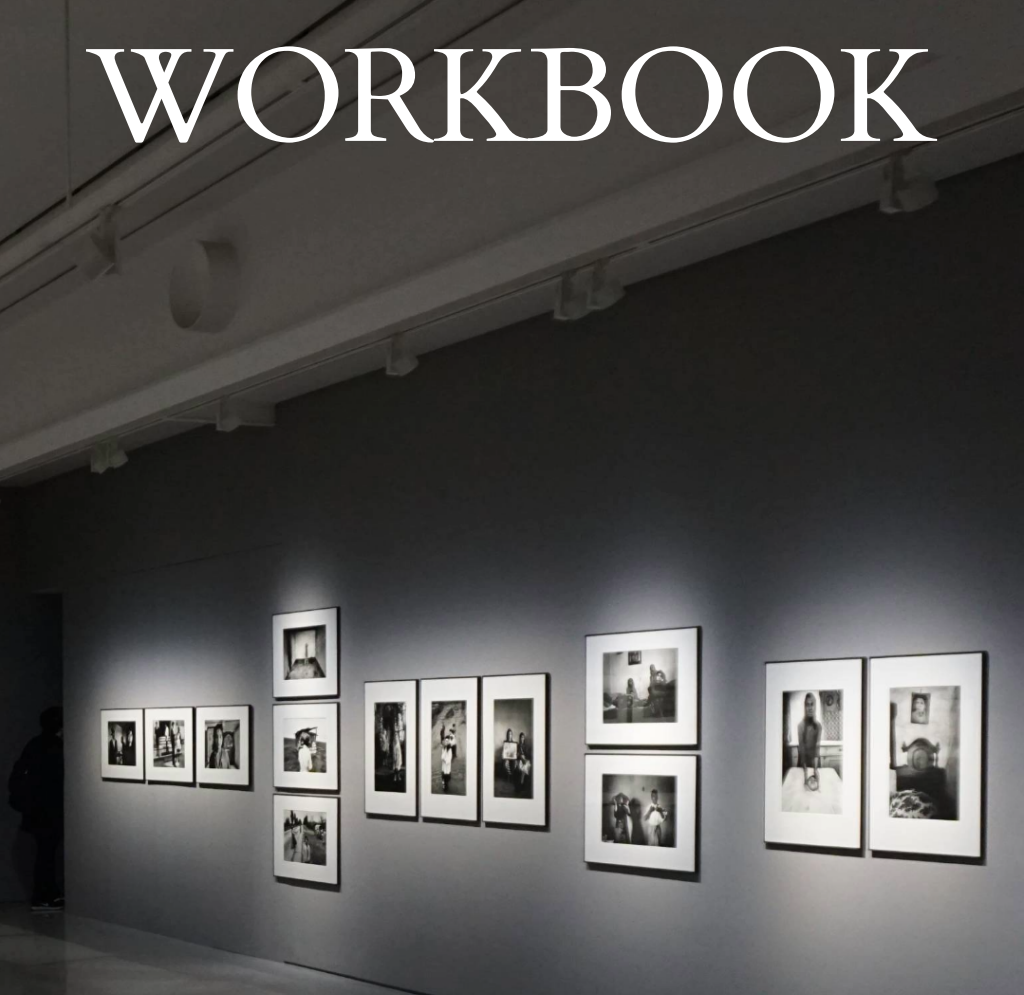


WORKBOOK



De l'idée à l'Expo : Votre
Projet Photo en Action
avec Genaro Bardy



Genaro est un photographe français qui vit à Salvador de Bahia au Brésil. Il explore et raconte les nuances poétiques de la vie quotidienne, utilisant les rues de la ville, les atmosphères urbaines complexes et la vie dans les petites communautés comme langage visuel.

Après s'être formé en autodidacte et en apprenant de ses expériences sur le terrain, ses images s'affichent dans la presse internationale (The Guardian, Le Monde, L'Obs, L'Express, Les Inrocks, Daily Mail) et s'illustrent grâce à de prestigieuses collaborations (Colette, Nouvelles Frontières, Volkswagen, Match Group, Devialet parmi tant d'autres). Son premier grand projet " Desert in the City" a été publié dans plus de 400 médias, exposé à Paris et édité dans sa première monographie " Ville Déserte ". Il a depuis écrit 4 livres photo et 2 livres éducatifs.

Son travail et sa pratique s'inscrivent dans la lignée de la photographie de rue qui étudie le paysage social, se concentrant souvent sur les notions d'identité culturelle et de communauté.

Il a accompagné plus de 200 voyageurs dans des voyages-photo en Italie, à New York, en Inde, en Colombie; il se spécialise dans la photographie de rue et enseigne la photographie avec son programme L'Étincelle, de Mentorat et sa formation " 5 semaines pour maîtriser la photo de rue ".

1. Identifiez

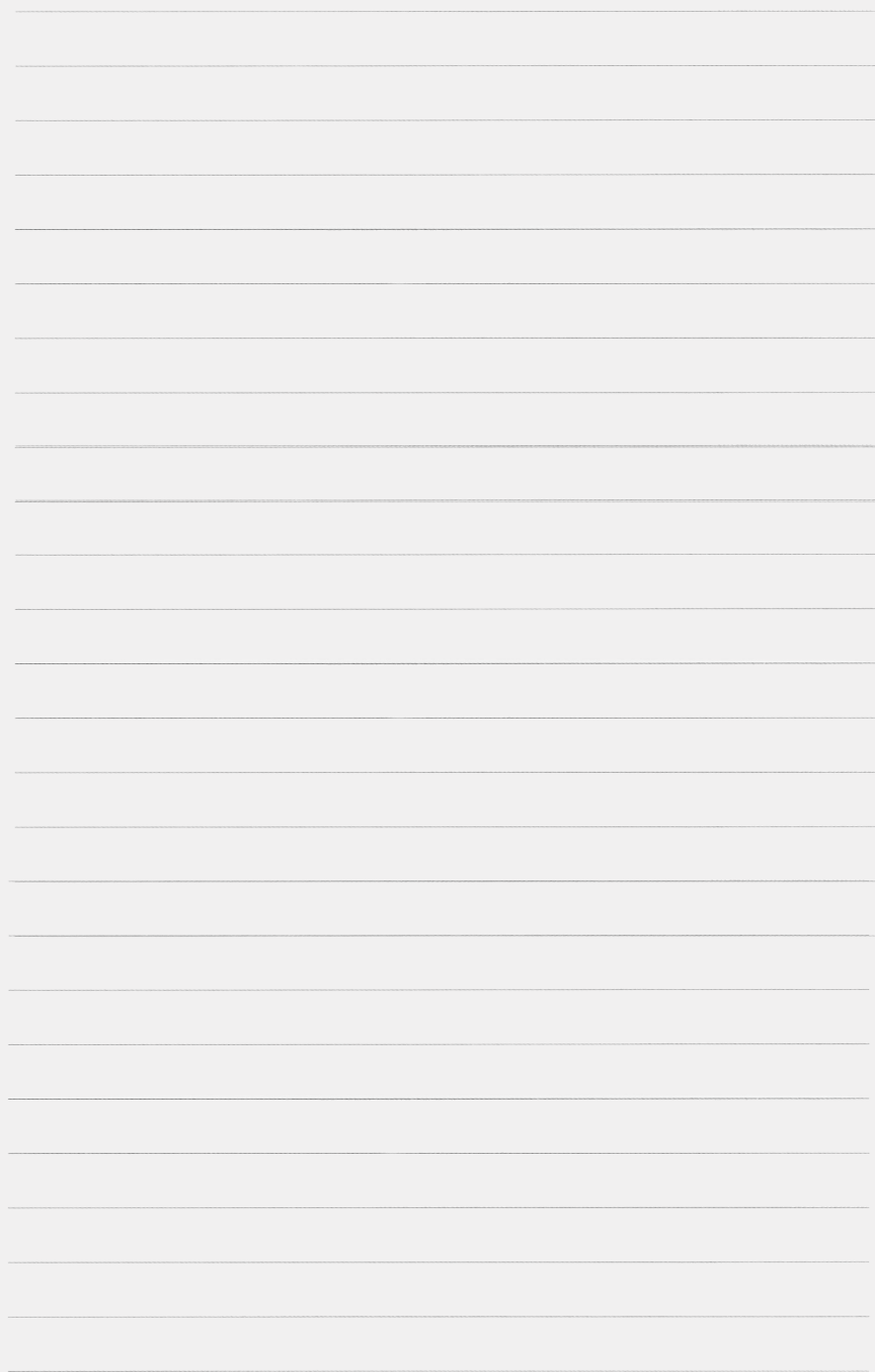


Réfléchissez à ce qui vous intéresse, à ce qui vous passionne.

Pensez également à la pertinence sociale potentielle de votre idée ou projet.

Mettez cela par écrit, en remplissant une demi-page ou une page entière.





2. Recherchez



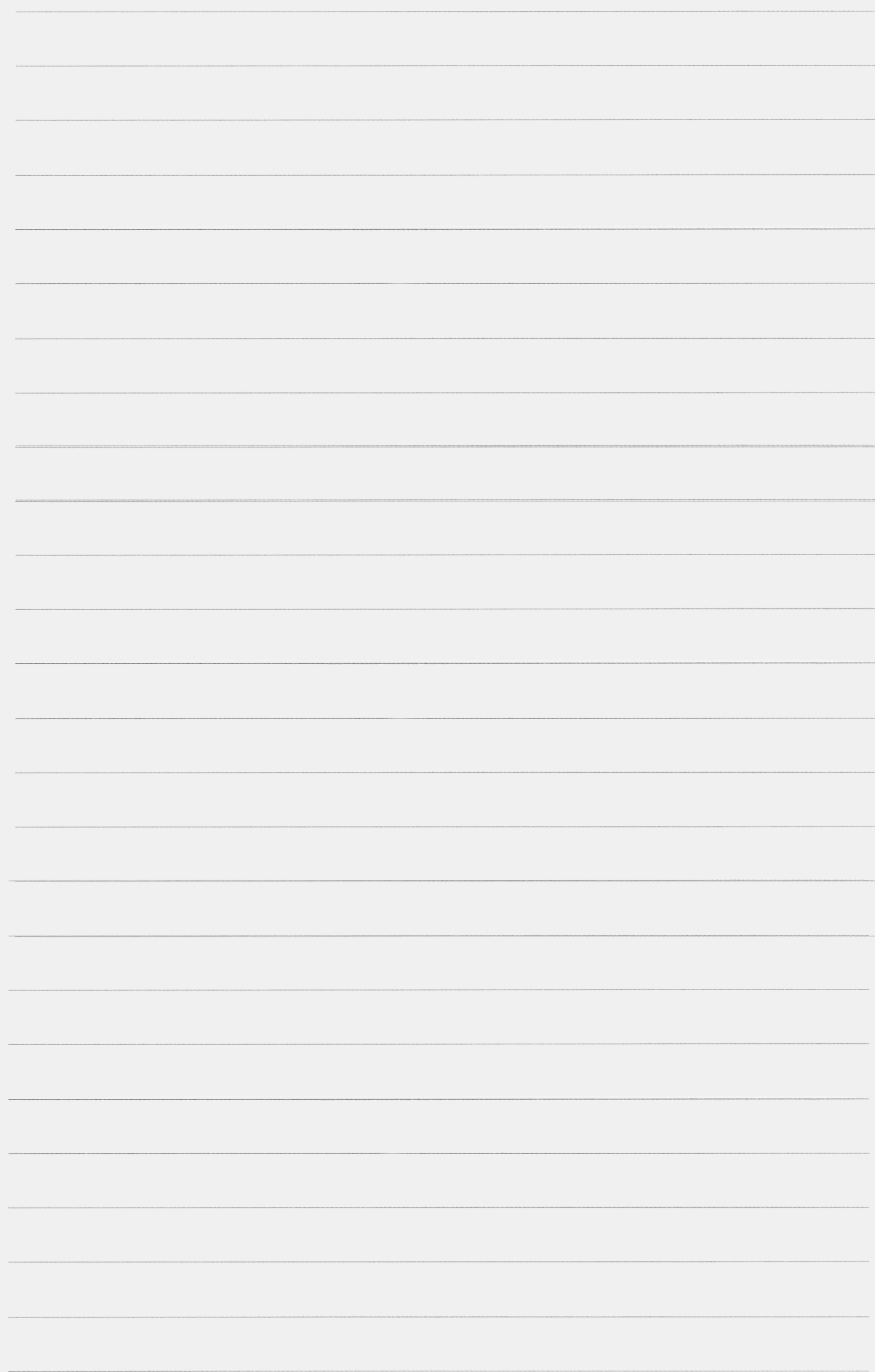
Étudiez si le projet ou l'idée que vous envisagez de réaliser est suffisamment visuel, étant donné que vous travaillerez sur un projet de photographie.

Dans le cadre de cette recherche, examinez comment visualiser une idée : quelles stratégies d'autres artistes ont-ils utilisées pour visualiser une idée ou un concept ?

Trouvez des photographes ou des artistes et étudiez la manière dont ils ont représenté un concept.

Dressez une liste de situations visuelles potentielles.





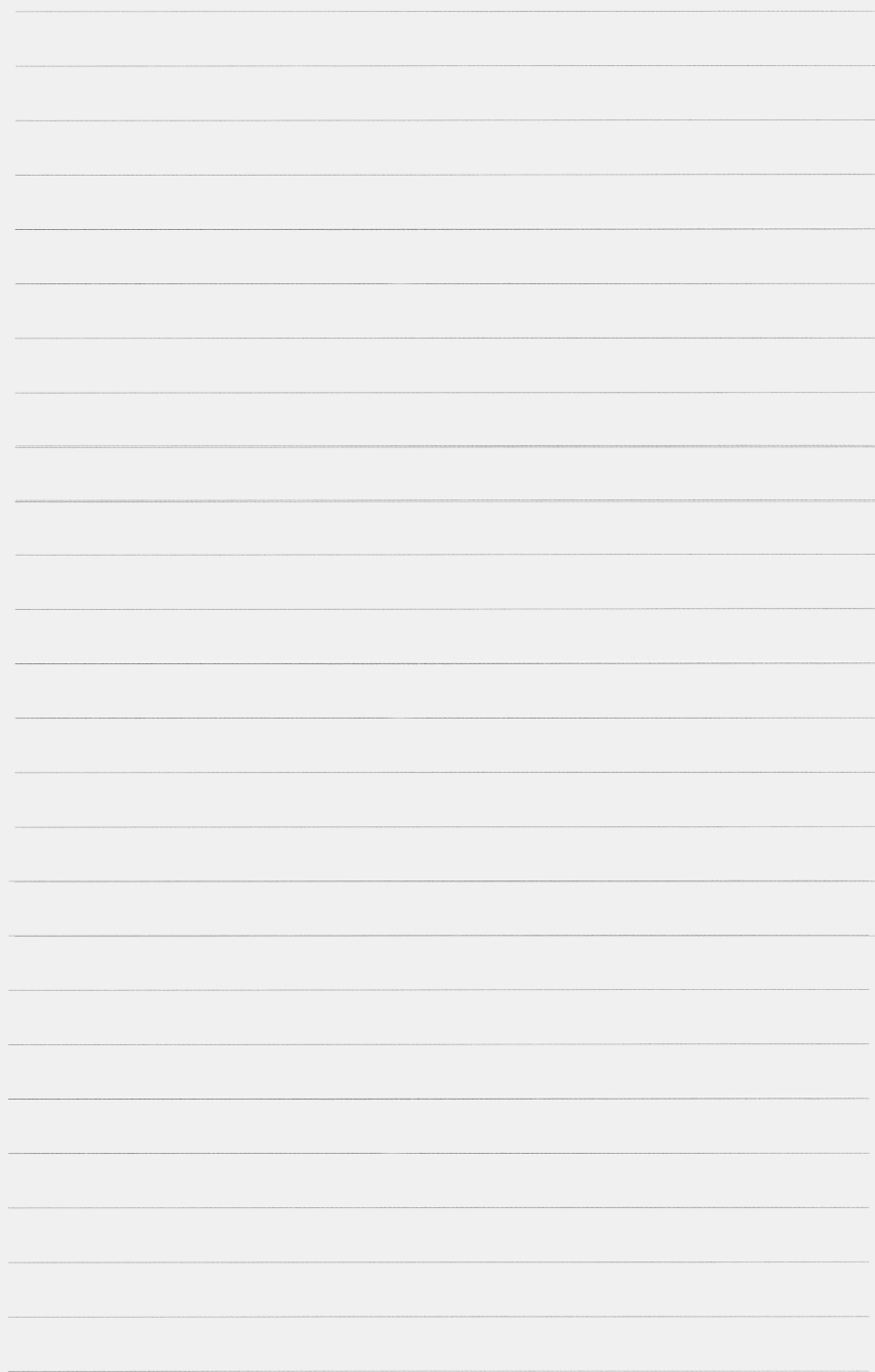
3. Définissez votre projet

Concrétisez et rendez pratique votre idée : combien de personnes allez-vous photographier et où cela se passera-t-il ?

Commencez par rédiger un plan de projet initial et par établir un budget pour vos frais de déplacement et d'hébergement.

Abordez les questions suivantes dans votre plan de projet :

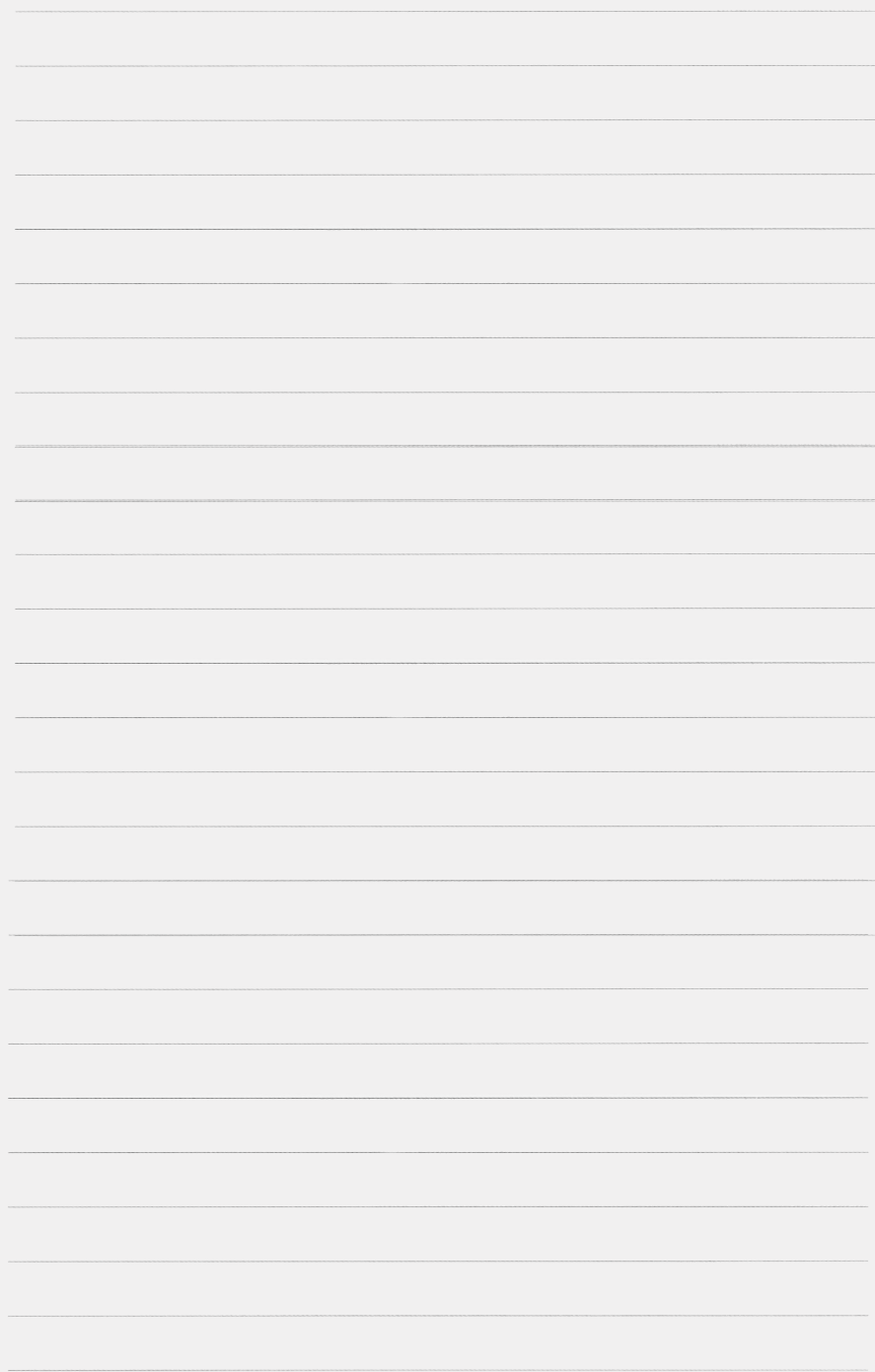
- Quel est votre projet et quelle est votre motivation pour vous y engager ?
- Quelle histoire voulez-vous raconter ?
- À quelle question spécifique espérez-vous répondre avec votre projet ?



PREMIER PLAN DU PROJET

- POURQUOI ? Quelle est votre motivation pour vous engager dans ce projet ?
- Quelle histoire souhaitez-vous raconter ?
- À quelles questions spécifiques espérez-vous répondre avec votre projet ?
- Quel est votre budget pour les dépenses liées au voyage ?





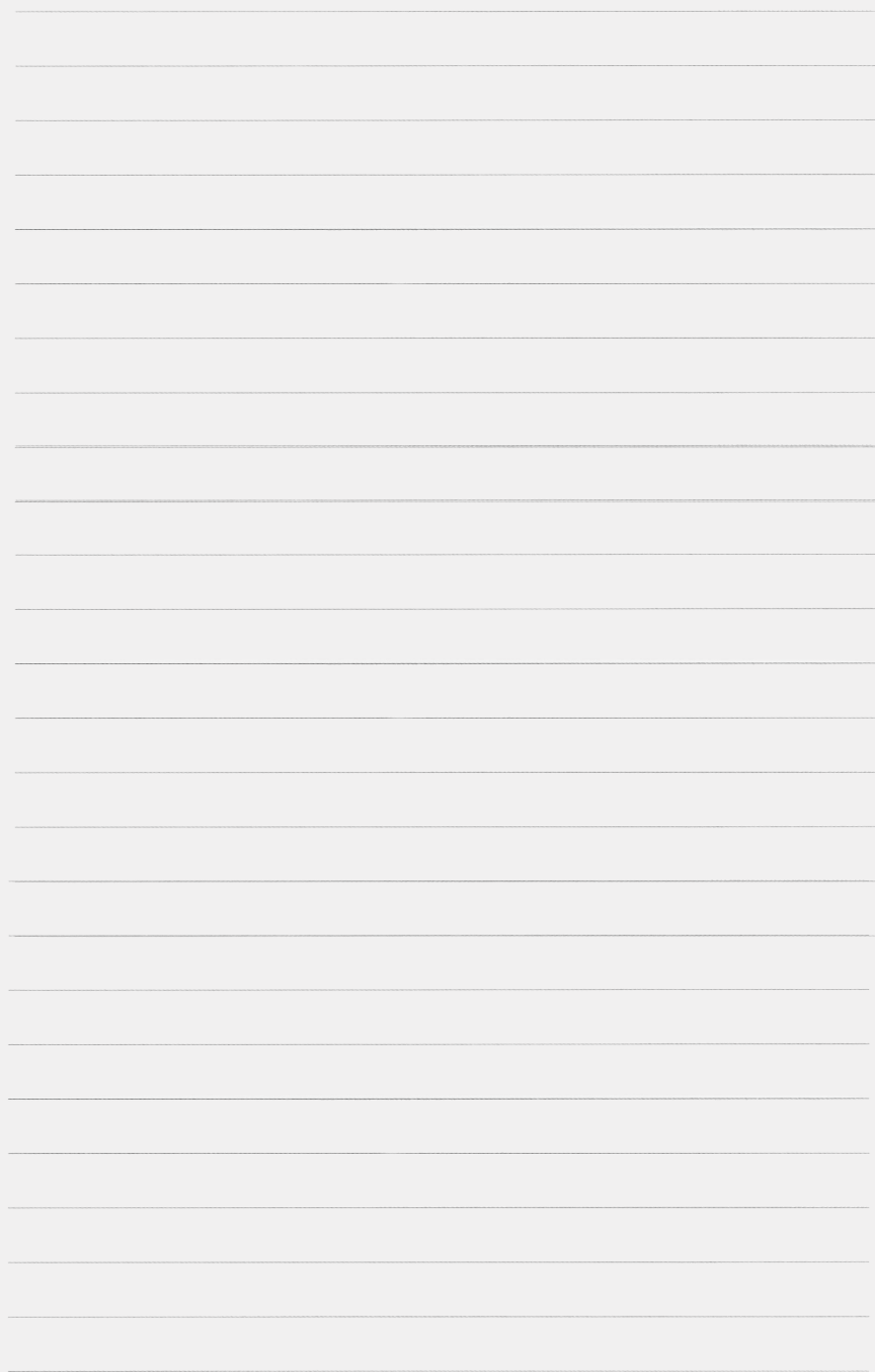
Fondation

Votre plan initial devrait aboutir à votre fondation : le fil conducteur de votre histoire visuelle, reliant toutes les images de votre récit. Une fondation combine la forme narrative avec une description et l'objectif du projet. Essayez de résumer cela en une phrase concise. Le point principal de la fondation est de clarifier votre histoire pour vous-même. La fondation elle-même n'est pas destinée à la communication externe.

Complétez cette phrase :

Un roadtrip / un reportage / portfolio concernant [...] afin de comprendre/prouver/étudier [...]

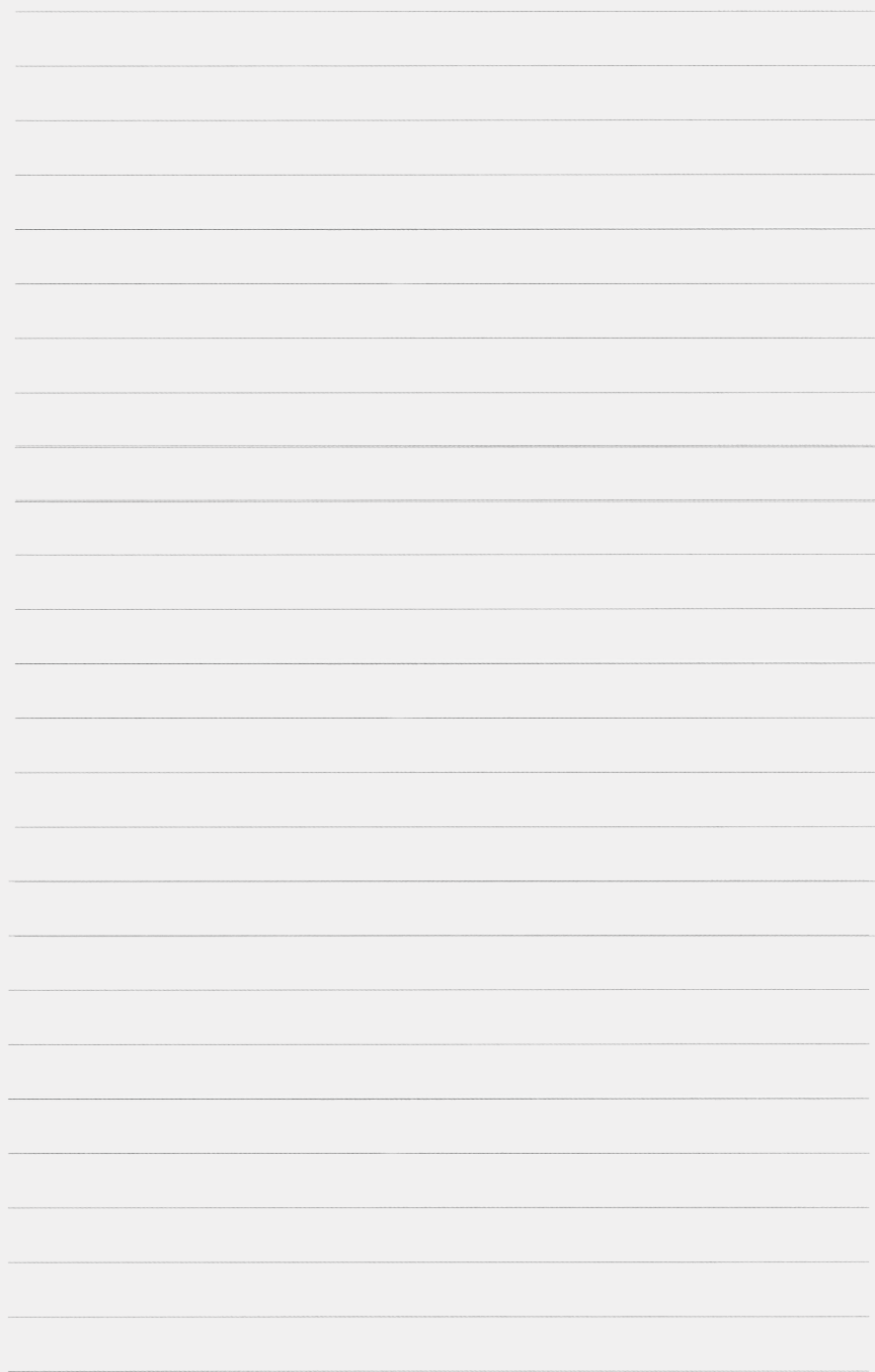
Assurez-vous également de revoir les éléments suivants : dans quelle mesure cette fondation reflète-t-elle les aspects de votre histoire, qu'ils soient visuels ou autres ? Quel est le degré de conceptualisation de votre projet, et cela correspond-il à votre approche actuelle ?



Sélectionnez votre forme narrative

Quel type de photographies utiliserez-vous pour raconter votre histoire ? Et quel produit vendrez-vous finalement ? Un portfolio convient très bien pour un livre ou une exposition, tandis qu'un essai visuel est plus adapté à une publication dans un magazine, et une typologie fonctionne bien sur Instagram. En utilisant consciemment différentes formes, vous pouvez bénéficier de multiples canaux de distribution.

En plus d'un livre, votre « produit » pourrait également inclure des conférences, des visites guidées, des rencontres basées sur votre sujet, des tirages, des cartes postales ou des affiches. Idéalement, votre fondation, votre public et votre forme narrative devraient tous converger dans le « produit » approprié.





C'est le moment idéal pour rédiger un dossier pour obtenir une subvention ou pour approcher des éditeurs concernant une garantie de publication.

Discutez de votre projet avec des personnes de votre réseau et impliquez déjà les principaux acteurs – peut-être connaissez-vous une galerie intéressée par l'organisation d'une exposition sur le sujet.

Une conversation franche, où personne ne ressent le besoin de s'engager immédiatement, offre également l'occasion d'affiner votre fondation ou votre méthode de travail.



Différentes formes de récits visuels incluent le journal visuel, le portfolio, le road trip, la typologie, l'histoire continue et l'essai photographique.

Chacun a ses caractéristiques distinctes, de l'approche personnelle du journal visuel à la structure presque identique des images dans une typologie, en passant par l'histoire structurée avec un début et une fin clairs dans une narration. Ces formes permettent une variété d'expressions et de connexions avec le public, adaptées à différents supports et intentions artistiques.

Regardez la vidéo sur les formes narratives et demandez-vous quelle est la meilleure forme narrative pour votre histoire.

Déterminez votre public ou audience et votre modèle de distribution

Les personnes et organisations s'intéressent à votre projet s'il est urgent et pertinent pour elles. Pouvez-vous déterminer l'urgence et la pertinence de votre fondation ?

Sur la base de votre fondation, vous pouvez alors déterminer qui devrait être intéressé par votre projet et comment vous pouvez les atteindre au mieux.

De nombreux photographes souhaitent publier un livre et organiser une exposition, mais sont-ce les moyens adéquats pour atteindre votre public idéal et raconter votre histoire ? Pourriez-vous également raconter votre histoire en ligne ou dans une sorte de publication ? Choisir votre modèle de distribution est étroitement lié à l'étape suivante : sélectionner votre forme narrative.

4. Créez votre histoire : Prenez des photos !

Vous avez effectué vos recherches, connaissez votre sujet et savez quelles images vous avez besoin de capturer pour raconter votre histoire.



5. Réaffirmez



Après être revenu avec votre travail, déterminez s'il existe une connexion entre ce que vous aviez en tête pour votre histoire et ce que vous avez réellement photographié. Adaptez votre fondation pour qu'elle corresponde à vos expériences ou continuez à prendre des photos afin de mieux l'illustrer.

6. Éditez et séquencez votre travail

En gardant à l'esprit votre fondation et en vous concentrant sur votre produit, sélectionnez les images qui racontent l'histoire pour votre audience.

Imprimez des épreuves et étalez-les sur une table.

Éditez en ne perdant pas de vue votre objectif : par exemple une narration pour un concours ou une demande de subvention, un essai pour une publication, une typologie pour Instagram, une sélection plus restreinte de ces images sous forme de cartes postales, ou un portfolio pour votre exposition ou livre.

7. Racontez (et vendez) votre histoire

C'est le bon moment pour commencer à alimenter vos canaux de distribution : il dépend de vous pour les réseaux sociaux, bien sûr, mais vous collaborerez sans doute avec des partenaires, comme un designer, un éditeur ou un distributeur, pour un livre ou une exposition.

La distribution de votre histoire est étroitement liée à sa vente, par exemple sous forme de cartes postales et/ou d'un livre.

Racontez votre histoire aussi en dehors du monde de la photographie : peut-être pourriez-vous donner une conférence, une présentation ou un atelier dans une université ou au théâtre.

Vous connaissez bien votre sujet et pouvez partager votre expérience de la réalisation du projet.

Les 5W

Afin de bien présenter votre projet, je vous propose de répondre à ces 5 questions, en 5 paragraphes courts. Cela vous servira de supports pour expliquer votre travail à vos partenaires ou futur.es exposant.es.

- What / Quoi ?

Quel est le principe du projet, à propos de quoi sont vos photos ?

- Who / Qui ?

Qui sont les personnes photographiées et/ou qui est le photographe ?

- Where / Où ?

Où ont été prises les photos et/ou où le projet sera -t-il ?

- When / Quand ?

Quand les photos ont-elles été prises et/ou quand est votre exposition ?

- Why / Pourquoi ?

Pourquoi avez-vous réalisé ces photos et/ou pourquoi est-ce intéressant, original pour le spectateur.

