

Zeitschrift: Fotointern : digital imaging. Édition romande
Herausgeber: Urs Tillmanns
Band: 14 (2007)
Heft: 12

Artikel: Notre rédaction traite jusqu'à 6000 images par jour
Autor: Grolimund, Walter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-980218>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 18.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

fotointern

Edition romande

digital imaging

7 décembre 2007 12

Mensuel d'information pour les pros du numérique. Abonnement 12 numéros: 36 CHF

éditorial



Urs Tillmanns
Photographe, journaliste
spécialisé et éditeur de
Fotointern

Que vous le croyiez ou non, vous tenez le 300ème numéro de Fotointern entre vos mains! Toutefois, ce chiffre ne concerne pas uniquement l'édition francophone, mais tous les numéros parus sous le nom de «Fotointern» entre octobre 1994 et ce jour. Mais ce n'est pas tout car durant cette période ont également été publiés 42 éditions de Fomak Reflets, en allemand et en français, ainsi que 34 numéros de «Computerintern» parus dans notre édition entre 1996 et 1998.

Nous sommes assez fiers de ces 300 numéros qui ont été édités pendant ces quatorze années et avec lesquels nous vous avons informés toutes les deux semaines en allemand et depuis trois ans, tous les mois en français des nouveautés et tendances dans la photographie argentique et numérique. Et nous nous réjouissons tout particulièrement que Fotointern rencontre un écho très positif auprès de nos lecteurs en Suisse romande.

Nous profitons de cette occasion pour vous remercier, chers lecteurs et lectrices, de votre fidélité et pour vous souhaiter ainsi qu'à vos proches une très belle fête de Noël et beaucoup de chance, de santé et de succès en 2008.

U. Tillmanns

keystone «Notre rédaction traite jusqu'à 6000 images par jour»



Les médias imprimés suisses font confiance à l'agence photo Keystone pour illustrer les événements qui sont à la une de l'actualité. Le CEO et directeur Walter Grolimund nous explique le monde complexe de l'agence.

Beaucoup de gens en Suisse connaissent le nom Keystone, mais qu'y a-t-il exactement derrière ce nom?

Walter Grolimund: Keystone est l'agence photo nationale. Elle est détenue en propriété privée et est la seule agence photo en Suisse

qui propose un service complet à la fois aux médias nationaux et internationaux.

Mais il existait autrefois un groupe Keystone. Quel lien y a-t-il avec l'actuelle Keystone?

Lors de la fondation en 1953, nous faisons effectivement partie du

groupe Keystone. Mais nous sommes restés indépendants et depuis l'effondrement de l'organisation internationale, nous sommes la dernière agence Keystone en activité. Mais il y a encore quelques petites agences portant le nom de Keystone à Tokyo, Rio et Montréal ainsi que quelques archives.

Comment l'agence Keystone opère-t-elle en Suisse?

Schématiquement, Keystone est répartie en trois secteurs d'activité: le service des news, les archives et la vente. Le service des news est mis à disposition par une rédaction qui travaille 24 heures sur 24 à Zurich et qui livre des images actuelles aux médias via un réseau satellite et d'autres moyens électroniques. Les images provenant de Suisse sont réalisées par nos collaborateurs photographes. Ils sont au nombre de 20 répartis entre 11 bureaux régionaux. Les images de l'étranger nous sont fournies par nos partenaires contractuels comme AP et

Suite à la page 3

sommaire

Test: le top modèle de la série α de Sony

Page 6

piccolino 4x5

A La-Chaux-de-Fonds, deux idéalistes ont créé une nouvelle chambre grand format.

delsey

Le bagagiste allie confort et charme français dans sa ligne de sacs et sacoches.

leaf afi

Le nouveau moyen format ne passe pas inaperçu. Leaf propose trois dos.

Page 10

Page 13

Page 14

MON EXIGENCE.

MON CHOIX.



GZ-HD3

Le caméscope **Full HD** compact doté de la **technologie 3CCD** est toujours un as sur le terrain. Grâce à son **disque dur** interne de **60 Go**, il brille aussi en prolongation!

Full HD
1080

GZ-HD7

Le caméscope **Full HD** doté de la **technologie 3CCD** enregistre des vidéos d'une qualité professionnelle. Avec son **disque dur** interne de **60 Go**, son **objectif FUJINON HD**, il est un champion indiscutable. Classe mondiale!

Full HD
1920x1080



ALEX
FREI

www.jvc.ch
www.jvcfootball.com



JVC[®]
The Perfect Experience

Suite de la page 1

epa. Nous devons traiter chaque jour 4000 à 6000 images. Nous en sélectionnons 500 à 600 que nous envoyons à nos médias. Par ailleurs, nous exécutons des mandats spéciaux pour nos clients. **Vos photographes doivent travailler en réseau pour pouvoir rapporter des informations des différentes régions?**

Nos photographes agissent en grande partie de manière autonome. Ils doivent savoir ce qui se passe dans leur région et avoir de très bons contacts avec les autorités, la police, les pompiers et les institutions culturelles. Je rappelle que notre philosophie consiste à dire que nous voulons conserver une trace photographique de tous les événements importants qui se produisent en Suisse. Mais la rédaction joue aussi un rôle de premier plan car elle soutient les photographes dans leur organisation et attribue des mandats. La rédaction planifie tous les événements prévisibles, notamment les manifestations sportives qui représentent 40 pour cent de notre travail en Suisse.

Comment la couverture de l'actualité a-t-elle évolué dans les médias et quelles conséquences cela a-t-il sur votre travail?

Les médias publient beaucoup plus d'articles sur les régions qu'autrefois comme cela s'est vérifié une fois de plus lors des élections d'octobre.

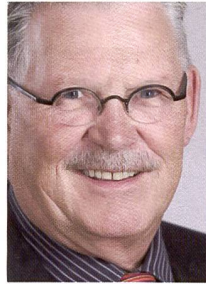
Le sport est également un bon exemple de l'évolution des médias. Autrefois, nous ne couvriions que les matches au plus haut niveau alors que de nos jours, nous livrons aussi des photos de matches de première ligue. Tandis que la photo du podium des vainqueurs suffisait autrefois, on nous demande aujourd'hui des photos d'action ou d'ambiance.

Le langage des images a-t-il aussi évolué?

Il change sans cesse. Mais souvent, ce ne sont que des effets de mode qui disparaissent très vite. En revanche, nous attendons de nos photographes qu'ils livrent des images non seulement actuelles, mais aussi uniques et de première qualité ...

... ce qui n'est pas des plus simples à l'époque de la diffusion rapide des informations par la télévision et l'Internet?

Il est vrai que la numérisation et la diffusion de contenus via le Net ont fortement modifié notre activité. Tout va plus vite. Nous utilisons des appareils photo



«Keystone est l'agence photo nationale. Elle propose un service complet pour les médias suisses imprimés et en ligne via son propre réseau satellite.»

Walter Grolimund, CEO Keystone

numériques depuis 1997 et avons développé notre propre réseau satellite dès 1994. Compte tenu de la mise en ligne des actualités, nos photographes doivent transférer les premières images sur la Toile à peine 15 minutes après le début d'un match. Ils risquent pendant ce temps de rater un moment clé. C'est un grand défi pour nos photographes.

Les vidéos d'actualités sont actuellement en vogue, p. ex. sur les pages web de médias imprimés ou de services comme Bluewin. Keystone propose-t-elle aussi des vidéos? Vont-elles peut-être même évincer les images fixes à long terme?

Nous proposerons nos propres vidéos d'actualités dans le courant de l'année 2008. Les vidéos sont un complément intéressant aux images fixes. Mais elles ne les évinceront pas.

Le Dallas Morning News a fait suivre une reconversion à tous ses photographes et leur a fourni un équipement vidéo. On dit là bas qu'un «grabshot», autrement dit une image fixe tirée de la vidéo suffit.

Mais la qualité en pâtit forcément. Les vidéos n'offrent pas la résolution requise pour une bonne photo. La vidéo est un médium à part entière qui complète la photographie, mais ne la remplace en aucun cas.

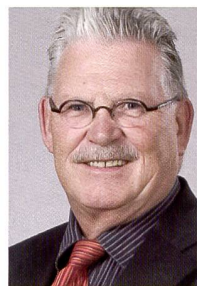
Venons-en aux autres secteurs d'activité de Keystone, à savoir les archives et la vente.

Nos archives contiennent 11 mil-

lions d'images et à ce titre, elles sont sans doute les archives photo les plus complètes de la Suisse. Elles ont une valeur historique et remontent jusqu'en 1880. Elles englobent les segments sport, économie, culture, société etc. La banque de données électronique comprend 2,5 millions d'images.

Il s'agit de news, mais aussi d'images à thèmes et de matériel créatif. Près de 30 pour cent des images vendues sur le marché secondaire proviennent du segment créatif. Nous avons également embauché deux photographes qui réalisent uniquement des photos à thème.

Notre banque de données, que nous avons développée nous-mêmes, est l'un des portails photos les plus modernes et les plus rapides. Outre le service des news, nous livrons bien sûr des clients comme des agences de



«L'importance des images est appelée à augmenter dans les médias imprimés et en ligne. Les vidéos remporteront une certaine part de marché.»

Walter Grolimund, CEO Keystone

publicité, des entreprises, des écoles, des revues et des maisons d'édition qui produisent des livres et des calendriers. Nous présentons plus de 40 agences à titre exclusif, comme par exemple Photo Library Group, Camera Press, Science Photo Library, la meilleure agence du monde pour les photos scientifiques.

Cela exige une organisation en réseau mondiale avec d'autres agences. Qui sont vos principaux partenaires?

Associated Press (AP) et l'European Press Agency (epa).

Qu'est-ce que l'epa exacte-

ment? L'epa est l'une des quatre plus grandes agences photos au monde avec AP, Reuters et AFP. Elle a été fondée il y a 22 ans par sept agences européennes pour disposer d'images autres que celles réalisées par les Anglo-Saxons. A l'époque, il n'existait que UPI et AP sur le marché des images.

epa détient aujourd'hui onze agences européennes qui lui livrent toutes leurs images de l'étranger. Des photographes de Keystone livrent également des photos à epa. Pour la couverture supplémentaire du monde entier, epa emploie 250 photographes. Les images d'epa ont un langage différent des images faites par les agences américaines et elles mettent bien sûr aussi l'accent sur la vision européenne des choses.

Les légendes des images jouent sûrement un rôle primordial?

Oui, tout à fait. Le photographe doit fournir une légende qui répond d'emblée aux questions les plus importantes (qui, quoi, quand, où, pourquoi).

Puis vient la deuxième étape qui consiste dans l'attribution de mots-clés et le contrôle de la

qualité. Nous avons un service qui emploie onze collaborateurs spécialement pour cette tâche. **Quel est l'avenir des agences de presse et de news?**

Les images gagneront encore plus d'importance, tant dans les médias imprimés que sur Internet. Le «Rights Management» (droits d'auteur) jouera également un rôle prépondérant. Les vidéos détiendront une certaine part du marché en ligne. Il est important pour une agence telle que Keystone d'occuper également ce segment.