



Picto, labo photo professionnel et historique, s'offre une cure de rajeunissement à l'occasion de son 66^e anniversaire. Nouveau site Internet, ouverture à l'international... les projets sont nombreux. Avec plus de 5 000 followers sur Facebook, Picto a su ajuster sa production aux nouvelles pratiques, tout en restant fidèle à ses exigences de qualité.

TEXTE ET PHOTOS : CÉCILE LIENHARD

Le labo Picto voit l'avenir en grand

Picto, c'est d'abord un des labos les plus anciens de Paris, créé en 1950 par Pierre Gassmann dans le 7^e arrondissement de la capitale. Jusque dans les années 2000, la croissance est au rendez-vous avec l'ouverture d'un établissement tous les dix ans. Au moment de l'arrivée du numérique et de la crise du labo photo traditionnel, Picto réduit la voilure et ne conserve que deux adresses : celle de La Défense, dédiée aux annonceurs, et celle de Bastille, pour les photographes. Michel Vaissaud, directeur de production, dans l'entreprise depuis

1985, explique : « *Ma mission était de mettre en place le numérique. On est passé de 100 % analogique à 98 % numérique* », c'est-à-dire utilisant des technologies numériques, mais pouvant aboutir à un tirage argentique. « *On parle alors d'argento-numérique, et cela représente encore 50 % de la production aujourd'hui* », précise-t-il. Les 2 % d'analogique restants correspondent à ce qui ne peut pas être numérisé : le tirage optique à l'agrandisseur. L'adaptation s'est faite progressivement. L'arrêt du développement film a été une étape douloureuse. « *Ça a été très*

dur pour nous, confie Michel Vaissaud, *mais le marché se réduisait, et on avait besoin de place.* » Davantage de place pour s'adapter à la demande de tirages de plus en plus grands. Quant au personnel, le laboratoire a choisi de garder ses tireurs et développeurs film et de les former à l'utilisation des outils numériques.

UN MINIMUM D'INTERMÉDIAIRES

En 2007, Picto lance son site PictoOnline.fr, suite logique de l'évolution des pratiques des photographes. « *L'idée était de développer*



DES TIRAGES ARGENTIQES GRAND FORMAT SONT CONDITIONNÉS AVANT L'EXPÉDITION. DES TESTS RÉALISÉS À L'AGRANDISSEUR ONT ÉTÉ ÉPINGLÉS AU MUR.



une plate-forme qui permettrait d'automatiser le transfert de fichiers jusqu'à nos tireurs, avec le minimum d'intermédiaires, pour être rapide et moins cher », argumente Michel Vaissaud. En 2010, toutes les imprimantes sont reliées, et le site version 3 est lancé. Le 1^{er} juin 2016, c'est une nouvelle version qui sera en ligne, avec de nombreuses améliorations à la clé.

En s'adaptant aux nouvelles pratiques, Picto semble avoir bien surmonté la crise. « *Nous avons retrouvé notre public* », explique Michel Vaissaud. La part en ligne reste malgré tout minoritaire dans l'activité générale. L'objectif, avec la nouvelle version du site, est d'atteindre les 20 %. « *Mais nous ne souhaitons pas développer cette activité à l'infini. Notre rôle est de rester dans notre cœur de métier : le tirage à valeur ajoutée, au service des créateurs d'images. C'est*

LE SHOWROOM DE PICTO BASTILLE PRÉSENTE LES DIFFÉRENTS SUPPORTS ET FINITIONS PROPOSÉS.



là notre vrai ADN », précise le directeur de production. Ainsi, Picto se différencie de ses concurrents

historiques grâce à ses services en ligne. Mais face à l'arrivée de nombreux laboratoires sur la Toile, sa valeur ajoutée reste l'exigence de qualité. « *Le site permet un gain de temps et de coût, mais à qualité égale, avec le même savoir-faire que dans l'activité sur mesure* », insiste Vincent Marcellhacy, en charge de la communication. 60 % des clients viennent récupérer leur commande sur place : « *Cela permet de les rencontrer et de parler de leurs projets* », indique Michel Vaissaud.

FACILITER LA VIE DU PHOTOGRAPHE

La nouvelle version du site Internet sera lancée le 1^{er} juin 2016. Une équipe de quatre personnes y travaille à temps plein depuis octobre dernier. « *L'idée est de faciliter la vie du photographe* », confie Julien Alamo, responsable du projet Picto Online, qui présente la nouvelle interface au design plus moderne. Les termes techniques sont ainsi pour la plupart illustrés, et le processus de commande

a été largement raccourci. « *Cette nouvelle version va nous permettre de consolider notre position et de nous développer davantage. Ce sera un service renforcé pour les professionnels, et une simplification qui rendra le site plus abordable pour des non-pros, parce qu'une part de notre activité a toujours été l'amateur averti* », ajoute le directeur de production. C'est aussi une adaptation aux nouvelles générations de photographes, pas toujours formées aux détails techniques.

En parallèle du rajeunissement de sa plate-forme et de son public, Picto développe d'autres projets, comme la constitution d'une fondation « *qui permettra de rassembler l'ensemble des opérations de soutien à la photographie accompagnées par le labo depuis des années : prix, expos, projets de photographes, activités de galeries, etc.* », explique Vincent Marcellhacy, qui en sera le directeur. Ensuite, un développement à l'international, avec l'ouverture d'un labo à New York et, prochainement, d'un Picto Online en anglais et en dollars. « *C'est un laboratoire avec une forte tradition de savoir-faire, conservée de génération en génération, et qui a su s'adapter aux évolutions techniques et technologiques* », conclut Vincent Marcellhacy. ●

PICTO, C'EST CADEAU!

Les lecteurs de *Fisheye* pourront bénéficier gratuitement, grâce au concours de Kodak et d'Ilford pour le papier photo, d'un tirage grand format en découplant le bulletin de participation qui figure à la page 99 de ce numéro.

PictoOnline.fr

