

---

## Du fonds commercial à la patrimonialisation. Conservation et valorisation des archives de l'agence Magnum Photos

*A commercial collection is recognised as heritage: the conservation and promotion of the Magnum archives*

**Clara Bouveresse**

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/insitu/18394>

DOI : [10.4000/insitu.18394](https://doi.org/10.4000/insitu.18394)

ISSN : 1630-7305

### Éditeur

Ministère de la Culture

Ce document vous est offert par Bibliothèques de l'Université de Montréal



### Référence électronique

Clara Bouveresse, « Du fonds commercial à la patrimonialisation. Conservation et valorisation des archives de l'agence Magnum Photos », *In Situ* [En ligne], 36 | 2018, mis en ligne le 15 octobre 2018, consulté le 30 octobre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/insitu/18394> ; DOI : [10.4000/insitu.18394](https://doi.org/10.4000/insitu.18394)

---

Ce document a été généré automatiquement le 30 octobre 2019.



In Situ Revues des patrimoines est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

---

# Du fonds commercial à la patrimonialisation. Conservation et valorisation des archives de l'agence Magnum Photos

*A commercial collection is recognised as heritage: the conservation and promotion of the Magnum archives*

Clara Bouveresse

---

- 1 Fondée en 1947 à Paris et à New York par Robert Capa (1913-1954), Henri Cartier-Bresson (1908-2004), Maria Eisner (1909-1991), George Rodger (1908-1995), David Seymour (1911-1956), William (1912-1989) et Rita Vandivert (1905-1986), l'agence Magnum est une institution prestigieuse<sup>1</sup>. Connue pour ses reportages, elle produit également des projets personnels, des livres, des expositions, répond à des commandes d'entreprises et vend des tirages sur le marché de l'art. Magnum représente aujourd'hui l'œuvre de plus de quatre-vingt-dix photographes, des jeunes recrues aux archives des membres disparus. Elle opère principalement à partir de son site Internet, qui donne accès à une base d'images<sup>2</sup> permettant la vente des droits et la diffusion du travail de ses membres. En soixante-dix ans d'activité, elle a amassé des archives abondantes et diverses. Ces dernières soulèvent plusieurs enjeux patrimoniaux : comment les préserver et les valoriser ? Pour quels publics, et dans quels cadres ? Cet article dresse d'abord un état des lieux des fonds, dégage les enjeux qui leur sont associés avant de présenter les initiatives et les perspectives pour leur conservation. Il analyse enfin les conséquences de la transition numérique sur le statut des documents photographiques.

## Des archives multiples et éclatées

- 2 En 1947, les membres fondateurs décident de donner à Magnum la forme d'une coopérative : ils sont actionnaires et propriétaires de leur agence et de leurs images. Leur

objectif est en effet de défendre leur statut d'auteur, de contrôler l'utilisation de leurs photographies et d'être payés à chaque publication, même des années après la prise de vue. Réunis chaque année en assemblée, ils établissent le bilan des opérations et décident des orientations à venir. La coopérative est ouverte aux jeunes photographes qui, pour la rejoindre, doivent obtenir les votes de leurs confrères. Leur intégration au sein du collectif est progressive, passant du statut de nominé à celui d'associé et enfin de membre à vie, au terme d'un processus de cooptation formalisé au cours des années 1950. Les photographes sont représentés par Magnum pour la vente des droits des images. Ils partagent le produit des ventes avec leur agence, mais rien ne les empêche de se lier à une galerie pour présenter et céder des tirages. L'agence est résolument transatlantique, avec deux bureaux à Paris et New York dès sa création, auxquels s'ajouteront ensuite ceux de Londres et Tokyo. Afin d'optimiser la diffusion des photographies, elle collabore avec un réseau d'agents partenaires dans d'autres pays. Cette structure coopérative et internationale induit un fonctionnement spécifique des archives, accessibles par sujet, année et pays pour être exploitables sur le marché de l'illustration, mais aussi par auteur, puisque les membres peuvent à tout moment retirer leurs images, dont ils restent propriétaires.

- 3 Chaque photographie prise par un membre de Magnum reçoit lors de son intégration un « numéro unique » qui comprend trois lettres indiquant le nom de l'auteur, puis des chiffres précisant l'année de la prise de vue, le numéro de reportage, la position de l'image dans le reportage, et une lettre correspondant à son format (négatif, diapositive, fichier numérique, etc.). Le code « HCB1947007W00016/38 » renvoie ainsi au travail d'Henri Cartier-Bresson (HCB) en 1947 : il s'agit du 7<sup>e</sup> reportage de l'année, sur négatif noir et blanc (W), 16<sup>e</sup> rouleau, 38<sup>e</sup> image.
- 4 Ce numéro est le passeport d'une image, un code décliné selon les différents supports de diffusion : du négatif au tirage, en passant par la planche-contact, la même image conserve son identifiant. Les archives présentes à Magnum sont constituées par les « originaux » (négatifs, diapositives ou fichiers numériques), d'après lesquels sont réalisés de nombreux tirages, des planches-contacts et des duplicatas d'ektachromes pour permettre la sélection et la circulation des images.

Figure 1



Classeurs de planches-contacts de René Burri, bureau de Magnum à Paris.

Phot. Clara Bouveresse. © Clara Bouveresse.

- 5 Chacun des bureaux dispose d'une « chambre froide » où sont conservés les « originaux » et des espaces où sont archivés les classeurs de planches-contacts (**fig. 1**) ainsi que les « photothèques » de tirages ou de diapositives, qui donnent accès aux images par auteur, par année, par reportage, par lieu ou par thème, pour l'illustration ou la reproduction (**fig. 2, fig. 3**). Les bureaux conservent également certaines « *tear sheets* », c'est-à-dire les publications des images dans les magazines ou les journaux, et possèdent des bibliothèques de livres publiés par l'agence et ses membres. Les deux bureaux principaux de l'agence, à Paris et New York, ont des fonds plus riches que ceux de Tokyo et de Londres, apparus au tournant des années 1990. Paris rassemble de vastes archives, notamment une bibliothèque, des documents écrits et la photothèque européenne, qui réunit les tirages autrefois présents chez les agents partenaires dans d'autres pays. Les archives de New York sont moins complètes, suite à de nombreux déménagements du bureau.

Figure 2



Boîtes de tirages de la photothèque du bureau de Magnum à Londres.  
Phot. Clara Bouveresse. © Clara Bouveresse.

Figure 3



Répertoire alphabétique des photographies de personnalités de la photothèque du bureau de Magnum à Paris.

Phot. Clara Bouveresse. © Clara Bouveresse.

- 6 Parallèlement, chaque photographe possède ses propres archives et demeure libre de conserver ou de rapatrier de son côté ses négatifs, planches-contacts ou tirages<sup>3</sup>. Ainsi, selon les photographes, la majorité des documents peut se trouver dans un des bureaux de l'agence ou dans un studio privé. Après la mort d'un photographe, si l'agence continue généralement de le représenter, c'est-à-dire de vendre les droits de ses images, les archives sont récupérées par les ayants droit. C'est le cas des archives du membre fondateur George Rodger ou de Werner Bischof (1916-1954). D'autres confient la conservation de leur œuvre à diverses institutions : le musée de l'Élysée<sup>4</sup> à Lausanne (René Burri, 1933-2014), le musée Guimet<sup>5</sup> à Paris (Marc Riboud, 1923-2016), l'université de Yale aux États-Unis (Beinecke Rare Book and Manuscript Library, Eve Arnold, 1912-2012<sup>6</sup> et Inge Morath, 1923-2002<sup>7</sup>), la Fondation Henri Cartier-Bresson<sup>8</sup> (Martine Franck, 1938-2012 et Henri Cartier-Bresson), la Fondation Martin Parr<sup>9</sup>, la Fondation Philip Jones Griffiths<sup>10</sup>, etc. Le Center for Creative Photography<sup>11</sup> (CCP) de l'université d'Arizona est quant à lui dépositaire des fonds de plusieurs photographes – notamment Ansel Adams (1902-1984), Charles Harbutt (1935-2015), Wayne Miller (1918-2013), W. Eugene Smith (1918-1978) – et des archives du livre et de l'exposition anniversaire réalisés à l'occasion des quarante ans de l'agence. Les archives écrites de John G. Morris (1916-2017), rédacteur en chef de Magnum de 1953 à 1962, sont conservées à l'université de Chicago<sup>12</sup>, et les archives du membre fondateur Chim (David Seymour) sont en partie accessibles en ligne<sup>13</sup>.

## Capital privé et intérêt général

- 7 La conservation et la valorisation de ces archives soulèvent différents enjeux. Il s'agit tout d'abord de fonds massifs : pour indiquer un ordre de grandeur, le site Magnum donne aujourd'hui accès à 600 000 images au public, sur un total de plus de 1 700 000 photographies disponibles en interne sur sa base. La photothèque du bureau de Paris comporte environ 145 000 tirages sur support baryté (*fiber*) et environ 250 000 tirages sur papier « plastique » (RC). Ces documents physiques ont une valeur très variable : les négatifs sont conservés précieusement, ils sont la source du travail des photographes, mais les nombreuses diapositives dupliquées et les tirages sur papier RC sont devenus obsolètes depuis la numérisation des images. Certains tirages sur papier baryté intéressent le marché de l'art et les collectionneurs, mais ce n'est pas le cas de la majorité des fonds.
- 8 À côté des photographies produites par chacun des membres, l'agence conserve ses propres archives, fruit du fonctionnement de la coopérative. Il s'agit notamment de sources écrites (correspondance, rapports, mémos, inventaires), témoignant de la vie de l'entreprise depuis sa création. Ces archives appartiennent à tous même si elles peuvent concerner plus spécifiquement certains photographes, par exemple dans le cas d'un mémo écrit par l'un d'entre eux. Cette documentation éclaire notamment les intentions des photographes quant à la diffusion de leurs images, et permet de guider les usages. Se pose en effet le problème du contrôle des photographes sur leurs archives. Le principe de la coopérative est de permettre à chaque membre de réguler l'utilisation de ses images : certaines ne sont pas publiables, font l'objet de restrictions, ou comportent un caractère privé, voire confidentiel. Les employés de l'agence s'appuient sur les autorisations attachées à chaque fichier numérique et visibles sur le site, mais le flou entoure certaines parties de la production. Par ailleurs, les photographes n'édicte pas toujours de règles précises, ce qui rend plus difficile encore la diffusion de leur œuvre après leur mort. Pour faciliter leur préservation et leur valorisation, ces archives doivent demeurer ouvertes aux nouveaux usages, vivantes, sans pour autant mettre en cause le droit moral des créateurs sur leur œuvre. Le transfert des archives de l'agence vers des musées ou des fondations entraîne un changement de statut : le fonds commercial, capital de la coopérative, devient une archive patrimoniale, relevant de l'intérêt général plus que de l'intérêt particulier du photographe. Cela nécessite pour le photographe d'accepter de nouvelles interprétations de son œuvre, à des fins de recherche ou pédagogiques notamment, pour en faire un patrimoine commun plutôt que privé.
- 9 Ces deux séries d'enjeux – le volume, la diversité et l'éclatement des documents, d'une part, le lien entre propriété des photographes, de l'agence et ouverture au public de l'autre – sont bien sûr liées. Pour déterminer comment conserver ces archives, il faut d'abord préciser pour quel public et à quelles fins. Le fonctionnement d'une photothèque en activité, tournée vers la vente des droits des images, diffère en effet de celui d'un fonds d'archives préservé sur le long terme. Si l'agence a mis en place des méthodes de classement permettant la commercialisation des images, les photographes souhaitent quant à eux préserver l'intégrité de leur œuvre, et la patrimonialisation implique désormais l'accès pour un plus large public.
- 10 Depuis sa création, Magnum met en œuvre des politiques de patrimonialisation de ses fonds pour mieux les valoriser, présentant ses images comme des documents

exceptionnels, relevant de notre mémoire collective. L'agence organise des expositions et publie des livres confirmant cette valeur patrimoniale, notamment à partir des années 1980, ce qui conforte aussi la valeur des tirages sur le marché de l'art, alors en plein essor. Ces initiatives assoient sa stature institutionnelle et son mythe, mais la patrimonialisation ne permet pas encore une véritable accessibilité des archives à tous les publics : c'est une politique contrôlée et orientée à des fins lucratives. Seules certaines images sont mises en avant, formant un « canon » reproduit à l'occasion de commémorations ou de rétrospectives, éclipsant une vaste partie de la production (planches-contacts, seconds choix d'images, textes...) Si ces documents relèvent de la mémoire collective, leur usage doit être ouvert à de nouveaux publics, scolaires et universitaires notamment. Ces questions sont au cœur de l'avenir des archives et impliquent une reconfiguration du rôle de l'agence en lien avec de nouveaux acteurs.

## Quel avenir pour les archives Magnum ?

- 11 Les initiatives récentes pour préserver ces archives offrent quelques pistes de travail. En 2010, la photothèque de tirages pour la presse et l'illustration du bureau de Magnum à New York est vendue à la société MSD Capital, firme d'investissement du dirigeant d'entreprise informatique Michael S. Dell. Ce dernier la dépose au Harry Ransom Center de l'université du Texas à Austin<sup>14</sup>. Les photographes prennent la décision de vendre ce fonds, dans un contexte de difficultés financières, car il n'est plus utilisé suite au développement de la base d'images en ligne, et parce que le dépôt garantit sa préservation et son ouverture au public. Trois ans plus tard, le Ransom Center organise une exposition, un colloque et publie un livre sur la collection, permettant sa valorisation et sa réévaluation financière à la hausse<sup>15</sup>. Dell peut alors donner la collection au centre, bénéficiant d'une défiscalisation qui lui assure un retour sur investissement. Le fonds, conservé dans son ordre original, est désormais accessible au public. Dans l'ouvrage publié en 2013 par l'université du Texas, ces images sont présentées comme des morceaux d'histoire visuelle, à travers une approche interdisciplinaire portant sur les événements représentés et leur contexte<sup>16</sup>. Les tirages sont le plus souvent déconnectés de l'agence pour être mis en avant au sein de leur nouvelle institution d'accueil, en tant que documents historiques. Pour le Ransom Center, il s'agit de souligner le caractère exceptionnel de ces photographies et de justifier leur promotion au rang d'objet d'étude patrimonial. Mais la plupart de ces images sont aussi accessibles sur le site de Magnum. L'intérêt de la préservation des archives physiques est donc à chercher ailleurs : la photothèque du bureau de New York témoigne des usages d'un fonds pour l'archivage et l'illustration. Le dos des tirages, criblé de tampons et d'annotations, révèle la fortune commerciale de certains clichés. Leur classement, par thème, pays et auteur, nous renseigne sur l'histoire de nos représentations. Le caractère exceptionnel de ce fonds tient d'abord à ces qualités matérielles, permettant de comprendre la circulation des tirages et leur indexation au sein d'une archive qui a façonné notre imaginaire par le biais des pages de nombreux magazines et de journaux, clients de Magnum.
- 12 Le bureau de Magnum à Paris est à l'origine d'une autre initiative, le programme « *Analog Recovery* ». Ce dernier organise la collecte et la numérisation des tirages des photothèques européennes : celle de Paris mais aussi les fonds présents chez les agents qui représentaient Magnum dans d'autres pays. Il ambitionne également de récupérer auprès des clients (titres de presse, maisons d'édition) les tirages prêtés qui n'auraient pas été



renvoyés comme c'est l'usage. Ces tirages de presse ne sont plus utilisés, ils ont été remplacés par la base de données, et prennent pour quelques-uns de la valeur sur le marché de l'art. L'objectif est d'inventorier et d'évaluer le fonds. Les tirages sont reclassés par photographe et par type de support (baryté ou plastique), un conditionnement qui rend possible leur commercialisation sur le marché de l'art. Les collectionneurs privilégient en effet les épreuves sur papier baryté. Celles conservées par Magnum sont majoritairement d'époque et de bonne facture pour un fonds de tirages de presse, pourtant réalisés dans des délais et avec des contraintes économiques qui ne favorisent pas une qualité optimale et une conservation pérenne. D'un format souvent supérieur au 18 x 24, ces tirages réalisés sur un papier épais (cartoline) sont pour la plupart en bon état de conservation<sup>17</sup>. L'entreprise Picturae a numérisé le recto et le verso de chacun d'entre eux. Les nombreuses versions d'une même image (duplicatas) peuvent ainsi être repérées, ce qui permet de déterminer la rareté des épreuves et leur popularité sur le marché de l'illustration. Récemment exposé au BAL à Paris, ce fonds constitue aujourd'hui un capital et une garantie pour les investisseurs venus renflouer les comptes de l'agence en 2017.

- 13 Si certains tirages intéressent les collectionneurs, le reste des archives ne peut faire l'objet de politiques comparables en raison de leur moindre valeur commerciale. Pour cette raison, la fondation Magnum<sup>18</sup>, née à New York en 2007, a commencé à préserver les sources écrites relatives à l'agence. En parallèle de son rôle de soutien à la photographie documentaire et notamment aux jeunes auteurs, elle collecte des documents liés à l'histoire de Magnum et au travail de ses membres (mémos, correspondance, publications). Elle recherche également les films réalisés par les photographes de l'agence et les enregistrements audio et vidéo des entretiens qu'ils ont pu donner. Enfin, elle a commencé sous l'égide de Marco Bischof un travail de collecte de témoignages auprès des membres et des personnes ayant travaillé à Magnum. Ce projet, nommé *MagnumTime* et lancé en octobre 2009, comporte plus de cent cinquante entretiens filmés qui sont en cours de retranscription. La fondation conseille également les photographes et met en relation les lieux de conservation des archives à travers une plateforme numérique<sup>19</sup>. Ce site relie les institutions détentrices d'archives Magnum (collections de tirages, fonds documentaires), les acteurs concernés (photographes, employés de l'agence) et les documents eux-mêmes, à travers des répertoires, un outil géographique (carte) et chronologique (frise). Il pare donc à l'éclatement des archives en proposant une mise en réseau numérique. En France, le fonds de dotation Magnum, créé en 2010, doit lui aussi contribuer à ces initiatives.
- 14 L'enjeu est désormais d'imaginer les modes de préservation de larges pans des archives dont le statut demeure incertain. Les négatifs et les planches-contacts, précieux témoignages de l'œuvre d'un photographe, sont généralement bien conservés, tout comme les tirages, recherchés sur le marché. Mais les archives Magnum comptent également des sources écrites (inventaires, factures, correspondance), et des photothèques de diapositives, dupliquées afin de vendre les images à des fins d'illustration, dont l'avenir reste à déterminer.

## L'aura matérielle du papier

- 15 L'exemple des archives Magnum révèle enfin comment la transition numérique a transformé le statut des documents physiques. Loin d'être devenus obsolètes, ils trouvent aujourd'hui de nouvelles valeurs, à l'aune de la mode du « vintage », qui pare d'une aura

nostalgique les objets du passé. Ce phénomène touche tout particulièrement les photographies dites justement « vintage », prisées sur le marché de l'art : les tirages d'époque, réalisés au plus proche de la prise de vue, par le photographe ou sous sa direction, de préférence sur papier baryté. Magnum se situe à l'avant-garde de cette nouvelle vogue, en élargissant le champ du vintage aux tirages de presse et aux épreuves issues de sa photothèque. L'agence investit très tôt dans le marché de l'art à New York, où les galeries dédiées à la photographie prennent d'abord leur essor. En 1969, un photographe de Magnum fait ainsi partie de la première exposition de la jeune galerie Witkin à New York, pionnière du marché des tirages artistiques<sup>20</sup>. À la fin des années 1970, les employés organisent un tri des images de la photothèque en fonction de leur potentiel pour l'illustration, mais aussi pour le marché de l'art :

Nous sommes jour après jour en train de réorganiser les dossiers en trois catégories : les images que l'on peut vendre comme du matériel contemporain (pas daté comme l'horizon de New York sans le World Trade Center) ; les photos historiques (comme les premiers défilés de mode à Paris après la Libération), et triste à dire, les vilains petits canards, les photos qui ne sortent jamais. [...] En chemin, une merveilleuse collection de tirages *vintage* est en train de se constituer, que nous gardons dans des boîtes noires rangées à part<sup>21</sup>.

- 16 Peu à peu, les tirages « vintage » sont retirés de la photothèque. L'agence cherche, en parallèle, à « assainir » le marché<sup>22</sup>. Pour créer la rareté, Magnum doit en effet empêcher la vente par des tiers de tirages de presse issus de ses fonds, afin de les négocier elle-même au meilleur prix. Dès 1985, elle présente à la galerie Pace/McGill de New York une exposition des images les plus précieuses de sa photothèque : ces tirages destinés à être publiés n'avaient pas pour vocation première d'être exposés ou collectionnés. Le prix des tirages, qui atteint un maximum de 600 dollars à quelques exceptions près, dépend de leur état, de la qualité de l'image et de la cote du photographe.
- 17 À l'époque, Henri Cartier-Bresson s'insurge contre un tel dévoiement, lui qui se méfie du fétichisme des « vintage » et préfère exposer des tirages récents, mais de meilleure facture à ses yeux<sup>23</sup>. Mais pour Magnum, cette exposition marque un tournant : elle donne à l'agence une visibilité et une crédibilité auprès des collectionneurs et des conservateurs de musée<sup>24</sup>. Elle assoit la valeur patrimoniale des tirages de presse et la propriété des photographes, qui poursuivent, depuis, les initiatives pour faire valoir leurs droits. Lors de l'exposition des archives photo du *New York Times*, à l'occasion de la foire Paris Photo en 2000, Magnum s'oppose ainsi avec succès à la mise en vente de tirages d'Elliott Erwitt et d'Henri Cartier-Bresson, arguant du fait que ces tirages de presse avaient été mis à disposition du journal dans un but de publication, et qu'il n'en était donc pas propriétaire<sup>25</sup>. En 2009, la vente aux enchères de 133 tirages de presse du fonds du groupe Hachette Italie est annulée à la demande d'Annie Leibovitz, Marc Riboud, Sebastião Salgado, des ayants droit de Gilles Caron et de Magnum, qui représente 17 photographes concernés<sup>26</sup>.
- 18 Depuis, l'agence accompagne l'expansion du marché en valorisant de nouveaux objets de collection. Elle a ainsi publié en 2012 un ouvrage dédié à ses planches-contacts, mettant en exergue les marquages des sélections effectuées par ses photographes et ses employés, devenus les signes mystérieux du génie créatif et de l'art de l'*editing*, aujourd'hui dématérialisé<sup>27</sup> (fig. 4).

Figure 4



Kristen Lubben, *Magnum Contact Sheets*, Londres, Thames & Hudson, 2011, coffret de collection avec une planche-contact numérotée de Werner Bischof, Jardins du sanctuaire Meiji, Tokyo, 1951.

© Thames&Hudson/Magnum Photos.

- 19 Loin de marquer l'avènement du tout-virtuel, la numérisation s'est donc accompagnée d'une nouvelle fascination pour le papier. Devenu inutile avec le passage aux écrans, le support physique est prisé pour lui-même, c'est-à-dire pour ses qualités matérielles. La texture, le velouté, le format, la finition des tirages, les tampons, les marques et les annotations visibles à leur dos sont autant d'atours convoités sur le marché de l'art<sup>28</sup>. Les tirages, outils de la reproductibilité qui servaient à diffuser une image, sont isolés, singularisés et considérés comme des objets à part entière.
- 20 La transition numérique entraîne ainsi, paradoxalement, un regain d'intérêt pour le physique, un « tournant matériel » qui traverse de nombreux domaines. À contre-courant, artistes et historiens s'intéressent au pouvoir des objets tangibles à l'heure de la dématérialisation. L'anthropologue Elizabeth Edwards théorise ainsi une « approche matérielle » du document photographique : plutôt que de voir à travers les images comme s'il s'agissait de simples fenêtres transparentes, les chercheurs doivent s'intéresser à leurs supports et à leurs parcours<sup>29</sup>. Cet intérêt universitaire et patrimonial pour les documents physiques alimente la fétichisation qui s'opère sur le marché et nourrit la recherche constante de nouveaux objets à collectionner, du noir et blanc à la couleur, de la photographie artistique aux images de presse, de mode et de publicité, des tirages de presse aux planches-contacts.
- 21 À la fin des années 1940, l'agence Magnum s'était armée d'un outil stratégique pour affirmer le droit d'auteur des photographes et asseoir son modèle économique : le coup de tampon criblant le dos des tirages, signe ostentatoire de leur statut protégé et exclusif. Aujourd'hui, cette estampille participe du cachet de ces objets devenus « vintage »,

obsolètes et donc infiniment plus précieux qu'un simple moyen de diffusion des images. Le sceau Magnum est devenu mythique, il certifie moins le *copyright* que la force d'une « marque » reconnue. Outil d'émancipation économique, il est réinterprété comme le signe d'une unicité artistique. En 2010, l'exposition « *The Magnum Mark* » rassemblait ainsi des tirages de presse avec leur fameux tampon, présentant quelques-unes des images les plus diffusées des archives, véritable canon définissant l'identité visuelle de l'agence<sup>30</sup>. Cinq ans plus tard, le photographe Chien-Chi Chang imagine une façon singulière de signer et de transformer en objets de collection uniques plusieurs exemplaires de son livre *Jet Lag*<sup>31</sup> : il couvre les premières pages de tampons apposés de façon aléatoire (fig. 5). Le logo de l'agence, bien sûr, figure en bonne place parmi les estampilles superposées.

Figure 5



Chien-Chi Chang, *Jet Lag*, Ostfildern, Hatje Cantz, 2015.

© Hatje Cantz/Chien Chi Chang/Magnum Photos.

## NOTES

1. - Clara Bouveresse est l'auteure de *Histoire de l'agence Magnum. L'art d'être photographe*. Paris : Flammarion, 2017.
2. - Voir le site : <http://pro.magnumphotos.com/> [consulté le 24/07/2018].
3. - Par exemple lorsqu'un photographe n'accède pas au statut d'associé ou de membre ou décide de quitter Magnum.
4. - Voir le site : <http://www.elysee.ch/accueil/> [consulté le 24/07/2018].
5. - Voir le site : <http://www.guimet.fr/> [consulté le 24/07/2018].
6. - Voir le site : <http://hdl.handle.net/10079/fa/beinecke.arnold> [consulté le 17/09/2018].
7. - Voir le site : <http://hdl.handle.net/10079/fa/beinecke.morath> [consulté le 24/07/2018].
8. - Voir le site : <http://www.henricartierbresson.org/> [consulté le 24/07/2018].
9. - Voir le site : <http://www.martinparrfoundation.org/> [consulté le 24/07/2018].
10. - Voir le site : <http://philipjonesgriffiths.org/> [consulté le 24/07/2018].
11. - Voir le site : <http://ccp.arizona.edu/> [consulté le 24/07/2018].

12. - Voir le site : <https://www.lib.uchicago.edu/collex/exhibits/john-morris-photo-journalism/> [consulté le 24/07/2018].
13. - Voir le site : <http://archive.davidseymour.com/> [consulté le 24/07/2018].
14. - Le prix des 210 000 tirages est confidentiel, mais on estime que la collection est assurée pour une valeur de 100 millions de dollars (KENNEDY, Randy. « News Photos, on the Move, Make News ». *The New York Times*, 2 février 2010), et la vente est évaluée à environ 30 millions de dollars (Paul Melcher cité par BROOK, Pete. « The Story Behind the Legendary Magnum Archive Sale », <https://www.wired.com/2010/02/magnum-archive-sale/> [consulté le 24/07/2018], 12 février 2010).
15. - BOUVERESSE, Clara. « Le Ransom Center écrit une nouvelle page de l'histoire des archives photographiques ». *Transatlantica*, 1, 2013, <http://transatlantica.revues.org/6434> [consulté le 24/07/2018].
16. - HOELSCHER, Steven (dir.). *Reading Magnum: A Visual Archive of the Modern World*. Austin : University of Texas Press, 2013.
17. - RIESS, Lionel et VOLARIC, Morgane. Étude sous la direction de PLOYE, Françoise. « Archives photographiques de l'Agence Magnum Paris. Bilan de conservation de six fonds de tirages sur papier barytés, Abbas, Capa, Chim, Depardon, Erwit, Rodger, Seymour ». Paris : Institut national du patrimoine, décembre 2013.
18. - Voir le site : <https://www.magnumfoundation.org/> [consulté le 24/07/2018].
19. - Voir le site : <http://www.magnumconsortium.net/> [consulté le 24/07/2018].
20. - Il s'agit de Burk Uzzle, exposition « *Spectrum I* » du 5 au 30 mars 1969 (*New York Log*, 27 février 1969, MF010-004-004, Magnum Foundation, New York).
21. - « *We are day by day revamping the files into three categories: pictures that are saleable as contemporary material (not dated like New York skylines without the World Trade Center); historic pictures (like the first Paris fashion shows after the Liberation), and sad to say, ugly ducklings, the pictures that never go out. [...] Along the way, a wonderful vintage print file has been formed, which we are keeping in specially stored black boxes.* » (Lettre de Joan Liftin aux photographes, 17 décembre 1979, MF010-004-001).
22. - Comptes rendus des réunions du conseil d'administration du 29 décembre 1984 et du 2 janvier 1985 (MF010-004-002, Magnum Foundation, New York). Compte rendu de la réunion annuelle de juin 1993, archives Magnum New York, résolution n° 28. Sur la création de la rareté dans le cadre du marché des tirages photographiques, voir MOULIN, Raymonde. *Le Marché de l'art*. Paris : Flammarion, 2009, p. 124-128.
23. - Message d'Henri Cartier-Bresson, 8 août 1985, *Inge Morath Photographs and Papers*, boîte 706. Sur la critique des « vintage » par Henri Cartier-Bresson, voir CARTIER-BRESSON, Anne. « Provenance et authentification des épreuves photographique d'HCB ». *Ead.* et MONTIER, Jean-Pierre (dir.). *Revoir Henri Cartier-Bresson*. Paris : Textuel, 2009, p. 140.
24. - Lettre de Peter MacGill à Erich Hartmann, 15 janvier 1986 (MF010-004-002).
25. - Une photographie d'Henri Cartier-Bresson prise en 1947 dans une rue new-yorkaise est proposée pour 7 500 dollars : Henri Cartier-Bresson estime qu'il s'agit d'un vol (CHAMPENOIS, Michèle et GUERRIN, Michel. « Le Salon Paris Photo troublé par la vente d'images d'archives du *New York Times* ». *Le Monde*, 20 novembre 2000).
26. - MALVOISIN, Armelle. « Un marché soutenu et sélectif ». *Le Journal des arts*, n° 315, 11 décembre 2009.
27. - LUBBEN, Kristen. *Magnum Contact Sheets*. Londres/New York : Thames & Hudson, 2011 (trad. fr. parue chez La Martinière la même année).
28. - La valeur d'échange croît à mesure que la valeur d'usage s'effondre. BOLTANSKI, Luc et ESQUERRE, Arnaud. « La "collection", une forme neuve du capitalisme. La mise en valeur économique du passé et ses effets ». *Les Temps modernes*, n° 679, 2014/3, p. 5-72.

29. - EDWARDS, Elizabeth et HART, Janice (éd.). « *Photographs as objects* ». Dans EAED. (dir.). *Photographs Objects Histories: On the Materiality of Images*. Londres/New York : Routledge, 2004; EDWARDS, Elizabeth. *Raw Histories. Photographs, anthropology and museums*. Oxford/New York : Berg, 2001.

30. - Du 24 novembre 2010 au 26 février 2011 au bureau de Magnum à Londres.

31. - KAHN, Anna-Patricia et CHANG, Chien-Chi. *Jet Lag*. Berlin : Hatje Cantz, 2015.

---

## RÉSUMÉS

Coopérative de photographes fondée en 1947 à Paris et New York, l'agence Magnum rassemble quelques-uns des grands noms de la profession et fait figure d'institution de référence. L'avenir de ses archives demeure pourtant incertain. Cet article présente les enjeux posés par leur conservation et leur valorisation. Il s'appuie d'abord sur un état des lieux synthétique des différents documents présents et de leurs lieux de conservation institutionnels (musées, bibliothèques) ou professionnels (bureaux de l'agence), principalement en Europe et aux États-Unis. Il développe ensuite les problématiques soulevées par ces fonds, multiples, divers et éclatés. Il met en lumière les politiques de préservation menées par l'agence, qui a lancé des campagnes de numérisation et créé en 2007 une fondation à New York. Il revient enfin sur liens entre numérisation et patrimonialisation du document photographique depuis la fin des années 1980. La dématérialisation des archives, désormais diffusées en ligne, s'est en effet accompagnée d'un tournant « matériel » et d'un culte du tirage dit « vintage », devenu incontournable sur le marché de l'art. Ces deux mouvements, loin d'être contradictoires, vont de pair. La photothèque de l'agence est au cœur de ces transformations, qui redéploient les valeurs de l'exclusivité et de la rareté assurant la promotion des images, de la presse aux cimaises des galeries.

Magnum Photos is a cooperative photographic agency founded in 1947 in Paris and New York. Its members have included some of the leading names in the profession and the agency has become an institutional reference in its field. The future of the agency's archives remains uncertain, however. This article is an examination of the issues raised by their conservation and exploitation. It begins with a brief overview, mainly covering Europe and the United States, of the different documents concerned and the places they are held today: institutional organisations such as libraries and museums and professional sites such as the agency's own offices. It then goes on to examine the issues raised by these collections and by their multiplicity, their variety and their geographical dispersal. It looks at the preservation policies of the agency itself which has launched programmes for digitising its pictures and which created a foundation, in New York, in 2007. The article then looks at the links that have emerged, since the end of the 1980s, between the digitisation of photographic documents and their appreciation as heritage. The 'dematerialisation' of archives which are now available on line has seen an attribution of new 'material' values to the documents, giving rise to the cult of so-called 'vintage' prints which now supply the art market. These two tendencies are not contradictory and indeed go hand in hand. The agency's photo library is at the heart of these changes, which mobilise the values of exclusivity and rarity in the promotion of the images, from their use by the press and publications or their display in art and photo galleries.

## INDEX

**Mots-clés** : photographie, photojournalisme, archives, numérisation, patrimonialisation, fondations, droit d'auteur

**Keywords** : photography, photojournalism, archives, digitisation, heritage recognition, foundations, copyright

## AUTEUR

**CLARA BOUVERESSE**

Maître de conférences à l'université d'Évry-Val d'Essonne [clara.bouveresse@univ-evry.fr](mailto:clara.bouveresse@univ-evry.fr)