



**HAL**  
open science

# Valoriser et exploiter un fonds audiovisuel de films historiques et militants : du traitement documentaire au plan de communication. Le cas du Planning Familial.

Maxime Poli

## ► To cite this version:

Maxime Poli. Valoriser et exploiter un fonds audiovisuel de films historiques et militants : du traitement documentaire au plan de communication. Le cas du Planning Familial.. domain\_shs.info.docu. 2011. mem\_00679875

**HAL Id: mem\_00679875**

**[https://memic.ccsd.cnrs.fr/mem\\_00679875v1](https://memic.ccsd.cnrs.fr/mem_00679875v1)**

Submitted on 16 Mar 2012

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

CONSERVATOIRE NATIONAL DES ARTS ET METIERS

Ecole Management et Société-Département CITS

INTD

MEMOIRE pour obtenir le  
Titre professionnel "Chef de projet en ingénierie documentaire" INTD  
niveau I

Présenté et soutenu par

*Maxime Poli*

le 10 Novembre 2011

Valoriser et exploiter un fonds audiovisuel de films  
historiques et militants : du traitement  
documentaire au plan de communication.

Le cas du Planning Familial.

Jury

Chrystel Grosso  
Marie-Madeleine Salmon

**Promotion XLI**



*À mes parents.*

## Remerciements

Je tiens à remercier Chrystel Grosso, Julie Muret et Frédérique Danthez du Planning Familial pour leur accueil et leur aide.

Merci à Marie-Madeleine Salmon pour ses conseils.

Je remercie également Nicole Fernandez-Ferrer, Laura Cohen du Centre Simone Audiovisuel Simone de Beauvoir, Morgane Barrier et Hélène Fleckinger.

## Notice

Poli Maxime. Valoriser et exploiter un fonds audiovisuels de films historiques et militants : du traitement documentaire au plan de communication. Le cas du Planning Familial. 2011. 93 p. Titre professionnel Chef de projet en ingénierie documentaire INTD. 2011

Résumé : Ce mémoire présente les différentes étapes permettant le traitement et l'exploitation des fonds d'archives audiovisuelles issus du monde associatif. Pour se faire nous avons, dans un premier temps, replacé le fonds dans son contexte historique et politique. Nous avons ensuite présenté le marché des images et ses publics.

La découverte de bobines de films au sein du Planning Familial a permis la constitution d'un fonds audiovisuel. Après une évaluation des besoins et des objectifs, les images bénéficient d'un traitement intellectuel et les droits sont clarifiés. Ce qui aboutit à la réalisation de produits promotionnels à base d'images d'archives et à la mise en place d'un plan de communication en adéquation avec les valeurs associatives ; afin de faire connaître le fonds et de favoriser la circulation et la publicité des images.

Descripteurs : image fixe ; image animée ; traitement d'image ; traitement documentaire ; description ; descripteur ; archivistique ; aspect historique ; aspect économique ; aspect juridique ; usager ; association ; France

## Table des matières

<b>Introduction.....</b>	<b>9</b>
<b>Première partie : Les femmes, les images et le pouvoir.....</b>	<b>12</b>
1 <u>Les femmes et les images animées : histoire et contexte.</u> ....	13
1.1 L'image, le pouvoir et les femmes : du Moyen Age aux années 50 .....	13
1.1.1 L'image, expression du pouvoir .....	13
1.1.2 Les femmes et leurs représentations .....	16
1.2 La vidéo militante, instrument de contre-pouvoir.....	18
1.2.1 Le Mouvement de Libération des Femmes .....	18
1.2.2 La vidéo militante et la maîtrise des représentations.....	20
2 <u>Le contexte associatif.</u> .....	22
2.1 Histoire et contexte des associations .....	22
2.1.1 L'association moderne .....	22
2.1.2 Les différentes formes de solidarités .....	22
2.2 L'économie solidaire .....	24
2.2.1 Le tiers secteur ou le secteur associatif .....	24
2.2.2 La solidarité par l'économie.....	25
2.2.3 La nature institutionnelle des associations.....	27
2.2.4 Les données sur les associations en France.....	28
2.3 La gestion des images animées dans un contexte associatif. ....	30
2.3.1 Le marché des images, les acteurs et les débouchés .....	30
2.3.2 Les associations gestionnaires d'images.....	32

3 <u>Les publics des fonds d'archives audiovisuelles</u> .....	34
3.1 Usagers, publics et clients .....	34
3.2 Les militants et les chercheurs .....	35
3.3 Les professionnels de l'image .....	35
3.4 Un public en devenir ? Les «digital natives» .....	36

**Deuxième Partie : Le fonds audiovisuel du Mouvement Français pour le  
Planning Familial..... 37**

1 <u>Le Mouvement français pour le planning familial</u> .....	38
1.1 L'association .....	38
1.2 Le Centre de documentation .....	39
2 <u>Les images et le fonds audiovisuel du MFPF</u> .....	41
2.1 Genèse du fonds .....	41
2.2 La nature du fonds.....	41
2.2.1 Les supports .....	41
2.2.2 Les contenus .....	43
3 <u>Les besoins et les objectifs</u> .....	46
3.1 Conserver, diffuser et exploiter les images. ....	46
3.2 Les publics .....	46
3.3 Les moyens et les contraintes .....	50

**Troisième Partie : Gérer, valoriser et exploiter un fonds audiovisuel de films  
historiques et militants..... 51**

1 <u>La gestion du fonds</u> .....	52
1.1 Le traitement documentaire .....	52
1.1.1 La description des images, théories et pratiques .....	52



1.1.2 Quelle image pour quel public ?.....	53
1.2 Un fonds «Archive vidéo» sur la base de données Kentika .....	54
1.2.1 La saisie et la cotation .....	54
2 <u>Les image animées et le droit</u> .....	57
2.1 La clarification des droits d'auteurs .....	57
2.2 La clarification des droits à l'image.....	58
2.2.1 Les captures d'écran et la GED .....	60
3 <u>Valorisation et exploitation du fonds du MFPP</u> .....	63
3.1 Valorisation et promotion du fonds .....	63
3.1.1 Une politique de communication et de promotion .....	63
3.1.2 La mise en ligne d'extraits vidéos .....	69
3.2 La vente et la diffusion d'images animées.....	70
<b>Conclusion .....</b>	<b>74</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>77</b>
<b>Annexes .....</b>	<b>87</b>
<b>Annexe 1 - Entretien chez CC&amp;C .....</b>	<b>88</b>
<b>Annexe 2 - Contrat de cession de droits.....</b>	<b>92</b>
<b>Annexe 3 - Page de présentation du fonds.....</b>	<b>93</b>

# Introduction

L'explosion de l'utilisation des images animées prend son essor aux alentours des années 1970-1980, au moment où les professionnels en font un usage fréquent pour des réalisations audiovisuelles. De nos jours, l'essor des nouvelles technologies et du numérique provoque de nouvelles pratiques et de nouvelles modalités de consommation de l'image.

En véritable plate-forme d'échange de supports audiovisuels, internet assure un rôle de diffuseur. Un nombre important de vidéos aux thématiques très variées sont ainsi mises en ligne, allant des vidéos professionnelles d'entreprise aux vidéos amateurs. Ce phénomène modifie les relations entre les fournisseurs traditionnels d'images animées et leurs publics.

En parallèle, les fonds d'image d'archives sont gérés par des organisations aux tailles et statuts variables. Face à une entreprise comme Archives Gaumont Pathé qui concentre un nombre important d'images animées, il existe de nombreuses structures publiques et privées. Elles sont spécialisées dans un genre précis ou une thématique spécifique. C'est le cas des films féministes conservés et exploités par des structures militantes.

Ainsi, certaines associations gèrent des fonds d'archives audiovisuelles patrimoniales. Ce qui pose des problèmes au niveau de la valorisation et de l'exploitation des images. Notamment en ce qui concerne l'adéquation entre l'offre et la demande. La difficulté réside dans la définition des publics visés et dans le refus des associations de s'adonner aux pratiques commerciales.

Le décalage entre le marché et les pratiques associatives est à l'origine de la faible diffusion de certains fonds. Or l'image doit circuler pour s'assurer une valeur marchande et une visibilité. Le bon fonctionnement des archives audiovisuelles passe, aujourd'hui, par la mise en place d'un plan de communication.

Cela nous pousse à nous poser la question suivante :

Comment gérer, valoriser et rendre accessible à un public spécifique un fonds d'archives audiovisuelles composé de vidéos aux caractéristiques singulières dans un contexte associatif ?

Dans notre présente étude nous privilégions une approche structurelle qui permet de placer les fonds dans un contexte organisationnel.

Une réflexion en amont sur la nature même des images militantes et un traitement documentaire sont nécessaires pour mettre en place un système de diffusion permettant la valorisation, et l'exploitation d'un fonds audiovisuel singulier.

Dans une première partie, nous privilégions l'étude des représentations pour aborder la question du lien entre l'image et le pouvoir. Pour ensuite présenter les structures associatives en France et dans un troisième temps, traiter de leurs publics.

La deuxième partie présente le cas du Mouvement Français pour le Planning Familial et de son fonds audiovisuel découvert en 2006.

Dans une troisième et dernière partie, nous proposons un traitement documentaire des films pour ensuite présenter un plan de communication.

# **Première partie :** **Les femmes, les images et le** **pouvoir**

# 1 Les femmes et les images animées : histoire et contexte

---

## 1.1 L'image, le pouvoir et les femmes : du Moyen Âge aux années 50

L'image, qu'elle soit fixe ou animée, est un outil de pouvoir. Elle propage des idées, des idéologies mais aussi des représentations qui déterminent les relations inter-humaines notamment entre hommes et femmes.

### 1.1.1 L'image, expression du pouvoir

Comme le rappelle Myriam Tsikounas : *« l'image, dans son acceptation première exprime la représentation visible d'une chose ou d'un sujet »* [11].

Du Moyen Âge jusqu'au milieu du XXe siècle, les représentations des femmes, que ce soient sur des poteries, des affiches ou des bobines de films, sont le résultat de l'imaginaire masculin.

L'image est un moyen d'expression du pouvoir qui confère à celui ou à celle qui la maîtrise, directement ou indirectement, la possibilité de gérer sa propre représentation et d'exprimer ainsi sa puissance.

Dans un article sur les sceaux des reines de France la chercheuse Marie-Adélaïde Nielen souligne l'étroit lien qui unit iconographie et pouvoir. Le sceau, qui sert à ratifier des documents officiels, devient un instrument de la puissance des souveraines. Sa forme et son contenu illustratif révèlent l'importance politique de celle qui la porte et qui l'utilise.

La période qui va du Haut-Moyen Âge jusqu'au XIIe siècle marque une évolution vers le renforcement du pouvoir des reines. Les femmes des souverains assument le rôle de conseillères auprès de leurs époux pour ensuite s'effacer.

Sur un corpus de quarante-quatre sceaux, il est remarqué que peu à peu l'iconographie tend à se stéréotyper et à prendre modèle sur les sceaux des rois révélant une soumission des souveraines.

Néanmoins certaines d'entre elles se démarquent et osent adopter des attributs qui étaient jusque là réservés au seul monarque. Ainsi en est-il de Jeanne de Bourgogne, petite fille de Saint-Louis, première reine de France à avoir adopté un sceau de forme ronde contrairement aux sceaux de forme ovale, traditionnellement attribués aux femmes.

La reine Jeanne apparaît en majesté et adoptent les attributs royaux, elle tient dans ses mains deux sceptres, ses pieds sont posés sur deux lions adossés, symboles de force et de virilité typiquement masculine. Cette représentation reflète une réalité du pouvoir, le roi Philippe VI accorde deux fois à la reine Jeanne la lieutenance générale du royaume.

L'attribution de ces nouveaux pouvoirs a pour conséquence l'apparition d'une légende noire. Dès qu'une reine adopte les attributs de la royauté et exerce la réalité du pouvoir son image est entachée car elle est accusée d'avoir usurpé des prérogatives masculines (5, Nielen, p. 32).

Ce phénomène illustre la nécessité pour les femmes de maîtriser les techniques de représentation. Néanmoins l'exemple des reines de France reste marginal et la maîtrise de l'image est donc proportionnelle au statut social.

Le cas des femmes criminelles illustre bien comment tout un pan de la société, à l'occasion d'affaires judiciaires, fait circuler des représentations mythifiées et fantasmées.

Un thème récurrent transparaît dans la littérature, dans les traditions et les mythes : celui de la femme criminelle par nature. Le crime est compris ici comme une métaphore. Ève, Pandore, les sorcières, les femmes adultères ont depuis l'Antiquité été accusées de troubler l'ordre établi. Il en résulte l'élaboration des stéréotypes spécifiques et des pratiques non sexuées. L'adultères ou la sorcellerie

sont des actes assimilés, par exemple, aux pratiques féminines (8, Schmitt-Pantel, p. 15).

Ces accusations sont révélatrices de la place que les femmes occupent dans la société. Si chaque représentation, quel que soit son support, est le résultat d'un contexte socio-historique, il subsiste dans le temps un double visage de la femme, d'un côté la figure d'Ève pécheresse et de l'autre la figure de Marie immaculée.

Parmi les représentations des criminelles, celle de la mauvaise mère et de la tueuse d'enfants tient une place particulière.

Frédéric Chauvaud montre dans un article sur les mères comment l'image, rarement reproduite, de la « *mauvaise mère* » est intimement liée à son rôle au sein de la famille. Ses agissements sont alors la cause de déséquilibres au sein du foyer. Entre le milieu du XIXe siècle et le début du XXe siècle, un discours tend à rendre coupable les mères qui ne rentrent pas dans les rangs. Ce phénomène s'amplifie quand il est suggéré que le mal qui les atteint est dû à des phénomènes naturels comme les règles ou de fréquents accouchements. Si la femme est par nature criminelle, elle est aussi irresponsable. Un lien est fait entre la mauvaise mère et l'infanticide créant ainsi un monstre aux allures d'ogresse dont les actes sont d'une telle portée, qu'il est impossible de la représenter autrement (3, Chauvaud, p. 69).

Un des pendants de l'image de la criminelle est celle de la faiseuse d'anges et de la femme avortée. En effet, c'est après l'hécatombe de la première guerre mondiale que les gouvernements placent « *l'avortement sur le terrain politique* ». Des mesures d'aides aux familles sont prises et une législation pénalisant les pratiques abortives est adoptée et ce, afin d'éviter la dénatalisation de la société. Ainsi la loi du 31 juillet 1920 interdit la propagande anticonceptionnelle et la loi de 1923 correctionnalise l'avortement. C'est finalement avec l'apogée du régime de Vichy que les lois deviennent encore plus répressives et en 1942 les avorteurs et les avorteuses sont passibles de peines lourdes qui conduisent parfois jusqu'à à l'exécution capitale (2, Chauvaud, p.76).



Comme le montre Frédéric Chauvaud par l'analyse des affiches du Secrétariat d'État à la Famille et à la Santé de 1942, la législation vise non pas les femmes en difficulté sociale mais les femmes mariées hésitantes, quant au choix de la maternité. L'avortement y est montré comme un meurtre. Le gouvernement responsabilise ainsi tout un pan de la population à outrance et réduit une génération au statut de mère et d'épouse (2, Chauvaud, p. 76).

L'iconographie féminine, formée sur plusieurs siècles, est le fruit d'un contexte social et politique spécifique.

L'image de la femme, homogène, ne prend pas en compte les différentes formes de réalité. Il faut attendre les années 1950 pour que ces représentations commencent à se fissurer laissant place à des alternatives.

### 1.1.2 Les femmes et leurs représentations

Le milieu du XXe siècle voit apparaître, une représentation plus nuancée des femmes. La Nouvelle Vague prend son essor entre 1950 et 1960, soutenue par l'aide étatique qui crée une prime à la qualité favorisant la production de films novateurs. Ainsi émerge un cinéma d'auteur, produit d'une culture d'élite classique, destiné à une nouvelle frange de la population composée de jeunes cadres urbains cultivés (9, Sellier, p. 35).

Parallèlement à la sortie en 1956 du film *Et Dieu créa la femme*, les médias ont associé la Nouvelle Vague à l'émergence d'une nouvelle forme de féminité. Dans une enquête menée par Madeleine Chapsal pour *L'Express*, il est rapporté, en conclusion, que les jeunes filles sont confrontées à la réalité, la vie active, les relations amoureuses compliquées et les problèmes conjugaux (9, Sellier, p. 129-130).

Les changements qui bouleversent la société provoquent une modification de l'identité féminine. Les films d'auteurs reflètent en partie ce phénomène. En effet, les interprètes adoptent des attitudes sexuelles identiques à celles des hommes, elles changent de partenaires et elles sont parfois confrontées à de sérieux conflits conjugaux (9, Sellier, p. 131).

Si cette nouvelle image détruit le triptyque traditionnel virginité-mariage-maternité, la « *Madame Nouvelle Vague* » n'en reste pas moins une construction masculine, une vision essentiellement fantasmée.

Geneviève Sellier montre les contradictions de cette représentation. Le cinéma d'auteur a modifié les codes de séduction traditionnels, les femmes sont plus authentiques et s'opposent aux actrices des films commerciaux, affublées d'un « *érotisme racoleur* ». Dès lors, les femmes ne sont plus « *réduites à être l'instrument d'un érotisme masculin fétichiste et voyeur* » (9, Sellier, p.155). Néanmoins les films d'auteurs sont réalisés exclusivement par des hommes qui reproduisent une image idéalisée.

L'auteure tempore le caractère novateur de la nouvelle figure féminine apparue dans les années 50-60 :

« *Par rapport aux stéréotypes sociaux le plus souvent conservateurs du cinéma grand public de l'époque, les films de la Nouvelle Vague proposent des images de femmes certes plus modernes et plus complexes, mais il s'agit davantage, et pour cause, de constructions fantasmatiques masculines que d'une exploration nouvelle des rapports entre hommes et femmes* » (10, Sellier).

Le lien entre représentation et réalité est étroit. Lorsque les femmes décident de s'émanciper, le combat passe par la maîtrise technique des moyens de communication. C'est grâce à l'essor du Mouvement de Libération des Femmes, dans les années 1970, et l'apparition de la caméra portative que des groupes d'artistes et de militantes vont bouleverser la tendance générale et reproduire leur vision de la réalité.

## 1.2 La vidéo militante, instrument du contre-pouvoir

### 1.2.1 Le Mouvement de Libération des Femmes

Hubertine Auclert donne au terme « féminisme », jusque là négatif, son sens moderne (7, Riot-Sarcey, p. 5).

Après la Seconde guerre mondiale, la publication du *Deuxième sexe* en 1949 le vote de la loi Neuwirth, l'usage de contraceptifs et les bouleversements mondiaux (la guerre du Vietnam...) ébranlent les institutions en place et privilégient l'essor de groupes de réflexions qui repensent les rapports homme/femmes.

Divers groupes, de sensibilités politiques diverses, se forment. C'est le cas en 1962 du Mouvement démocratique féminin (MDF) composé de socialistes, de syndicalistes et de femmes issues du monde de la recherche. On y aborde les questions de sexualité (avortement, contraception) mais aussi du statut des femmes dans la société (7, Riot-Sarcey, p.101).

Il faut attendre les événements de mai 1968 pour que la société se modifie en profondeur. D'abord liées aux mouvements de gauche, les féministes prennent leur distance car :

*« la déstabilisation des organisations traditionnelles, la mise en cause des dogmes «libérateurs» pour lesquels la domination hommes/femmes n'était que le produit d'une exploitation capitaliste ont permis l'émergence de théories féministes autonomes.»* (7, Riot-Sarcey, p. 103).

Le Mouvement Français de Libération des Femmes n'est pas à proprement parler un groupe ou une organisation mais un ensemble, mal défini, construit sur une base de démocratie directe à vocation universelle.

Concrètement, cela prend la forme de manifestations aux fortes connotations symboliques. Les femmes utilisent alors les armes de la communication et parfois de l'humour pour exprimer leurs revendications. Ainsi le 26 août 1970, afin de manifester sa solidarité avec les féministes américaines en grève, un groupe de femmes tentent de déposer une gerbe de fleur à l'arc de Triomphe en honneur de la femme inconnue du soldat inconnu en lançant des slogans. Elles sont vite maîtrisées par les policiers mais des photographes et journalistes prévenus sont là. C'est à cette occasion que le mouvement est connu des médias et qu'il est baptisé par la presse Mouvement de Libération de la Femme (6, Picq, p. 16-17).

L'action des associations et des mouvements sociaux tels que le M.L.F. ou le MFPP mènent à terme la lutte pour la légalisation de l'avortement. En 1971, sur l'initiative du *Nouvel Observateur*, 343 femmes connues ou inconnues signent un manifeste intitulé « Je me suis fait avorter ». L'événement fait la couverture du magazine. En faisant cela, ces femmes défient ouvertement le pouvoir et rendent compte d'une réalité. L'avortement touche toutes les couches sociales, tous les âges et rend l'application de la loi de 1920 caduque.

L'information devient une arme, un circuit informationnel se construit. Les militantes utilisent plusieurs supports pour exprimer leurs revendications.

Dans un premier temps il leur est offert la possibilité d'écrire pour *Le Nouvel Observateur*, *Partisan* ou *Tout!*. Mais rapidement elles sont contraintes de créer leur propre organe de presse. Ainsi naît *Le Torchon brûle*, une revue mensuelle baptisée menstruelle dont le premier numéro paraît en mai 1971 et qui dure le temps de six numéros jusqu'en 1973 (6, Picq, p. 119).

Cette revue ne correspond pas à la structure classique d'un journal, les articles ne sont pas hiérarchisés et les rédacteurs changent d'un numéro à l'autre. Ce genre de support de communication est représentatif de la manière dont fonctionne un mouvement qui se veut autonome et qui pour cela apprend en autodidacte à créer ses propres supports d'expression et à maîtriser des techniques qui font l'objet d'une transmission.

Françoise Picq se rappelle comment les connaissances se diffusaient au sein du mouvement. Dans un article du *Torchon brûle*, il y est expliqué comment fabriquer un journal :

*« On expose avec force détails et croquis « comment s'est fabriqué le journal », de la prémaquette, au montage, à l'imprimerie et à la fabrication. Les femmes s'approprient avec un plaisir non dissimulé la technique de fabrication du journal qui leur a si longtemps été interdites. »* (6, Picq, p. 114).

L'image animée sert de support aux revendications.

### 1.2.2 La vidéo militante et la maîtrise des représentations

A la suite de l'émergence du M.L.F, de plus en plus de femmes réalisent des œuvres audiovisuelles. En 1969, 3 % de la production totale émane des femmes, dix ans plus tard ce taux s'élève à 8-9% (4, Fleckinger, p.3). La vidéo militante féministe, pratique nouvelle, s'inscrit dans un contexte de renaissance du cinéma militant. Les moyens d'expression adoptés par les femmes sont divers. La fiction et le reportage/documentaire semblent en constituer les deux formats de prédilection.

Les années 1970 marquent la rupture des vidéastes féministes avec le cinéma d'intervention politique et social qui a :

*« longtemps été dominé par les hommes, se présentant pour l'essentiel comme une interminable apologie de la virilité et des valeurs qui lui sont liées. »* (4, Fleckinger, p. 6).

En cela nous retrouvons dans le monde du cinéma d'action les mêmes caractéristiques qui fondent le M.L.F. Cette libération est rendue possible grâce à la maîtrise technique d'un nouvel outil de contestation, la caméra portable.

Plus maniable et moins coûteuse cette machine, permet de réaliser des œuvres dans des conditions précaires (manifestation de rue, grèves d'usine) et de se rapprocher de la réalité.

Ce nouveau support d'expression «*correspond parfaitement à l'esprit des luttes sociales : souplesse, proximité et confiance*» (4, Fleckinger, p. 5). Les féministes vont alors produire des films qui ont leurs propres spécificités et la caméra devient un moyen de libérer à la fois leur créativité tout en leur permettant d'exprimer des revendications.

Expression du contre-pouvoir, les vidéos sont censées diffuser une information parallèle et proposer une alternative aux médias officiels en retranscrivant les conflits. Dès lors, les vidéastes féministes s'attachent à traiter exclusivement des luttes menées par le mouvement car «*la vidéo permet, d'appréhender de l'intérieur des actions dont la presse et la télévision ont parlé de l'extérieur* » (4, Fleckinger, p. 5). Les sujets abordés vont des combats pour l'avortement à la lutte pour la contraception en passant par les combats homosexuels. Les collectifs de vidéastes féministes se multiplient ainsi au cours des années 1970.

## **2 Le contexte associatif.**

---

### **2.1 Histoire et contexte des associations**

#### **2.1.1 L'association moderne**

L'association, au sens actuel du terme, prend son essor au début du XIXe siècle. Son identité se construit progressivement en réaction à l'évolution de la société et des démocraties modernes.

A la suite des bouleversements sociaux et de la disparition de l'ancien régime, les questions de la paupérisation et des droits (droits de l'homme et du citoyen) deviennent centrales. Le phénomène associatif qui prend dès lors de l'ampleur est soumis à de multiples tensions. Elle est d'abord d'ordre structurelle. L'émergence de la démocratie moderne qui supprime tout intermédiaire entre le citoyen, représenté par le corps souverain du peuple et l'Etat-Nation, interdit l'existence de structures participatives parallèles. Pourtant, ces dernières, existent et pallient la disparition des anciens mécanismes de sociabilité provoqué par l'émergence de la société de marché et de l'industrialisation (12, Eme, p. 31-32).

En cela, les institutions associatives s'opposent directement aux différents gouvernements qui voient en elles les héritières des guildes et des corporations, institutions de l'ancien régime. C'est finalement autour du concept de solidarité que se construit l'identité associative ce qui a pour conséquence son institutionnalisation.

#### **2.1.2 Les différentes formes de solidarités**

Deux grandes formes de solidarité se développent en Europe au cours du XIXème siècle, la solidarité philanthropique au Royaume-Uni et la solidarité démocratique en France.

Cette dernière est le résultat de deux conceptions qui ont permis l'émergence de la solidarité

« *comme principe de démocratisation de la société résultant d'actions collectives supposant une égalité de droits en les personnes qui s'y engagent.* » (16, Laville, p. 87). Une double conception de la solidarité émerge.

La première conception, développée par Pierre Leroux, prône la solidarité. L'objectif est de combattre « *un individualisme concurrentiel et un étatismes autoritaire* ». Pour cela, la mise en place d'une communication entre l'État et la société est nécessaire. Cette dernière est assurée par des groupes intermédiaires, des corporations qui assumeraient un rôle d'institution publique

La deuxième conception est issue du monde politique en réaction aux événements de 1848. La solidarité est, ici, fondée sur la mémoire des anciens et basée sur les « *dettes sociales à l'égard des générations passées dont les hommes sont redevables vis à vis de générations suivantes.* »

Un lien contractuel unit les individus et la solidarité n'est plus seulement un droit mais un devoir. L'État devient alors le dépositaire et le censeur de ce droit et veille ainsi à la mise en place d'institutions associatives. La solidarité démocratique permet de surmonter « *l'alternative entre libéralisme et étatismes* » antagonisme qui bloquait l'essor et le développement du secteur associatif. (16, Laville, p. 88-89)

Au cours des Trente Glorieuses, les structures associatives adoptent une position médiane en assurant des services aux personnes, au côté des coopératives et des mutuelles. Le travail de proximité des associations est reconnu par l'État-providence. Ce qui a eu pour effet un financement issu de la redistribution d'institutions sociales. Progressivement un tiers secteur se forme et aura pour aboutissement la création d'une économie solidaire. (16, Laville, p. 93).

L'institutionnalisation des associations dans un système dominé par le secteur public et le secteur privé pose un problème de définition. Quelle place occupe l'association dans nos sociétés contemporaines ?



Les économistes et les sociologues déterminent l'identité d'une association selon les critères suivants : sa place dans la société, sa relation avec le marché, sa relation avec le monde politique et son fonctionnement.

## **2.2 L'économie solidaire**

### **2.2.1 Le tiers secteur ou le secteur associatif**

A la fin des années 1970 il apparaît le concept du tiers secteur. Ce secteur aurait une utilité économique et une utilité sociale et occuperait une place intermédiaire entre le secteur privé et le secteur public. Afin de répondre aux manquements de l'État et du marché dans le domaine social, les associations auraient pour rôle de gérer les problèmes au niveau local sous l'égide de l'autorité nationale.

En cela, ce tiers secteur tiendrait une place dans l'organisation de la société. Le courant dominant d'analyse des associations relève de l'école néoclassique. Cette dernière donne une place inférieure aux structures associatives, qui ne seraient utiles qu'en cas de défaillance des services de l'État et du marché (16, Laville, p. 81)

La perspective socio-économique propose un modèle hybride dans lequel le tiers secteur, tient une place plus importante. Pour cela il s'appuie sur l'économie plurielle. Cette dernière est constituée de trois types d'économie qui sont en interaction.

L'économie de marché permet une rencontre entre l'offre et la demande aux fins d'échanges à travers la fixation des prix. L'économie non marchande opère la redistribution de biens et services par une autorité centrale, privée ou publique. La redistribution étant, de fait, assurée par l'État sur la base du prélèvement obligatoire et de la réaffectation des produits sur critères sociaux. L'économie non

monétaire fonde la distribution de biens et services par la réciprocité et l'administration domestique (16, Laville, p. 109-110).

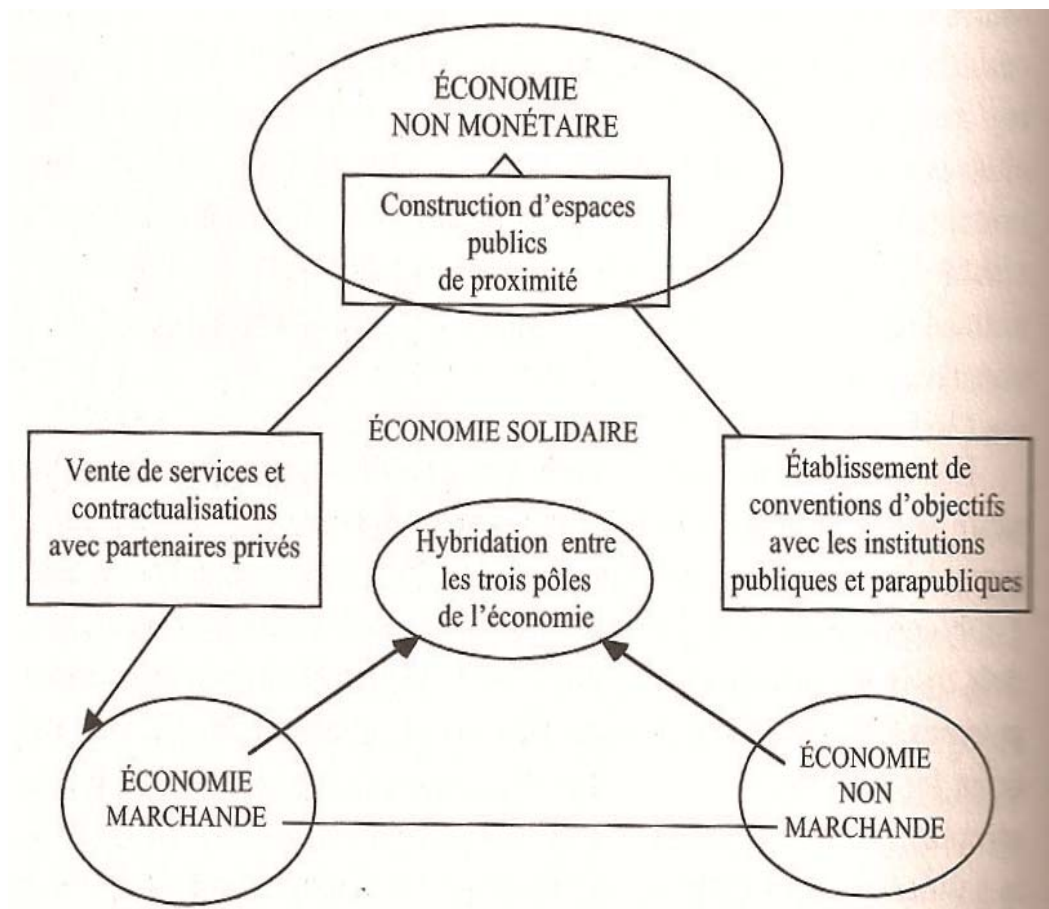
### 2.2.2 La solidarité par l'économie

L'économie solidaire est donc le résultat d'une hybridation entre l'économie plurielle et les principes historiques de solidarité démocratique développés aux cours du XIX<sup>e</sup> siècle. Son fonctionnement est soumis à l'articulation entre les différents types de ressources et d'économies (marchande, non marchande et non monétaire) et les projets associatifs. Elle n'est pas un moyen d'endiguer les dysfonctionnements du marché. Elle est un élément de dynamisme voire de production de richesse.

Au capital financier et humain qui structure l'action économique s'ajoute un capital social résultat des relations de solidarité. Ce système apporte des solutions aux tensions issues des bouleversements sociaux, tout en dégagant de la richesse par la production de services (de proximité, d'aide et d'entraide). Jean-Louis Laville place ainsi l'association dans un système cohérent, et nous donne les principales caractéristiques du tiers secteur :

*« l'économie solidaire peut être définie comme l'ensemble des activités contribuant à la démocratisation de l'économie à partir d'engagements citoyens. »* (16, Laville, p. 113).

## L'économie solidaire :



[Source : Eme 1991, Lavielle, 1992, 1994, 2005]

### 2.2.3 La nature institutionnelle des associations

Le tiers secteur occupe une place transversale dans la société. On ne peut, comme le fait l'idéologie utilitariste, définir la structure associative uniquement comme une forme sociale et l'entreprise comme une forme économique. Salvador Juan, qui adopte une perspective institutionnaliste, nous donne un aperçu du fonctionnement associatif en développant le concept d'actionnalisme institutionnaliste. L'action collective stimule le caractère institutionnel des associations (17, Juan, p. 74).

Les institutions se construisent sur des valeurs symboliques sédimentées par l'histoire et véhiculées par un groupe de personnes. Afin de défendre ces mêmes valeurs, des normes, élaborées en amont, structurent les relations de confiance et de solidarité qui unissent les membres de l'association.

L'action collective s'exerce autant dans des institutions que dans des organisations (entreprise, administration). Ce principe tempère la division qui est faite entre le monde institutionnel, représenté entre autre par l'association, et le monde organisationnel représenté par le marché. Une confusion des genres vient du caractère hybride des structures productrices de biens et de services, qu'elles soient publiques, privées, marchandes ou non marchandes. Salvador Juan donne une définition des structures associatives contemporaines :

*« On sait que, de nos jours, l'association est un sas d'institutionnalisation d'innovations socioculturelles tout en constituant un système fonctionnant comme une entreprise mais qui, cependant garderait une certaine légitimité en matière d'utilité collective et d'intérêt général. »* (17, Juan, p. 80).

L'origine de cette confusion vient de l'existence d'entreprises qui assurent des activités institutionnelles et des associations qui adoptent un fonctionnement bureaucratique (salarisation, gestion entrepreneuriale), ce qui altère leur rôle sociale. Au sein même du tiers secteur il existe des structures diamétralement différentes.

A côté des associations porteuses d'emplois il existe des « *associations qui regroupent des adhérents autour d'une passion commune, d'un engagement collectif, de valeurs.*» (17, Saval, p. 81)

La nature institutionnelle d'une structure n'est pas liée à son statut (association, entreprise ou administration) mais à la portée de ses actions. Ces dernières sont prises en charge par la collectivité qui assurent et réactivent la mémoire commune, afin d'assumer une mission d'intérêt général. La portée institutionnelle de ces structures dépend donc de l'action de ses adhérents et de l'importance de leur conviction.

Les acteurs associatifs (militants, salariés, bénévoles, volontaires, adhérents) activent ou réactivent les valeurs symboliques et institutionnelles qui fondent l'identité et qui légitiment l'action collective.

## **2.2.4** Les données sur les associations en France

Dans un rapport de 2010 Luc Ferry reprend les travaux de la chercheuse Viviane Tchernogog et présente un panorama des associations en France. Le tableau ci dessous synthétise les principaux champs d'action des structures associatives :

**Tableau de répartition et nombre en pourcentage des associations dans les 9 secteurs d'activité pour l'année 2005 et évolution moyenne de leur nombre sur la période 1999-2005.**

Secteurs d'activités	Répartition associations en nombre et en pourcentage dans le secteur			Evolution nombre
	Associations sans salariés	Associations « employeurs »	Total	
Action caritative et humanitaire	35 400 3,8 %	5 400 3,1 %	40 800 3,7 %	8,7 %
Action sociale Santé	88 100 9,5 %	35 700 20,8 %	123 800 11,3 %	5,7 %
Défense des droits et des causes	163 600 17,6 %	7 100 4,1 %	170 700 15,5 %	3 %
Education Formation Insertion	29 300 3,2 %	15 500 9 %	44 800 4,1 %	Moins 2,7 %
Sports	216 200 23,3 %	48 500 28,2 %	264 700 24,1 %	5,9 %
Culture	173 400 18,7 %	31 400 18,3 %	204 800 18,6 %	5,1 %
Loisirs et vie sociale	179 900 19,4 %	16 200 9,4 %	196 100 7,8 %	1,5 %
Défense des intérêts économiques Développement local	29 600 3,2 %	11 000 6,4 %	40 600 3,7 %	12,1 %
Autres secteurs	12 500 1,4 %	1 200 0,7 %	13 700 1,2 %	18,5 %
Total	928 000	172 000	1 100 000	

[Source : Rapport Luc Ferry-2010]

Le rapport fait une distinction entre les associations sans salariés, au nombre de 928 000 et les associations « employeurs », au nombre de 172 000. Ces dernières concentrent 56% des financements publics. De fait le secteur associatif emploie près de deux millions de salariés et gère un budget annuel de 59 milliards d'euros.

Le secteur relatif à l'action sociale et à la santé représente 11,3% des associations. Il fait partie des cinq secteurs qui concentrent 90% de l'activité globale, emploie 49% des salariés et gère un budget de 21,5 milliard d'euros (13, Ferry, p. 12-25).

### Répartition des associations « employeurs » en fonction du nombre de salariés.

Nombre de salariés	Pourcentage d'associations « employeurs »
1 ou 2	44 %
3 à 9	30 %
10 à 99	24 %
100 et plus	2 %

[Source : Rapport Luc Ferry – 2010]

## 2.3 La gestion des images animées dans un contexte associatif

### 2.3.1 Le marché des images, les acteurs et les débouchés

L'institutionnalisation des archives audiovisuelles s'est faite progressivement. Elle est d'abord nationale puis internationale. Il en résulte l'émergence d'acteurs chargés de conserver et de valoriser le patrimoine audiovisuel. Cela va des associations type loi 1901 aux sociétés privées (Archives Gaumont Pathé) en passant par les

grandes institutions publiques depositaires liées à l'État (INA, CNC)(15, Guyot, Rolland, p. 92).

Cela permet de traiter, entre autre, des volumes importants de documents produits par les médias.

La commercialisation des images d'archives permet de dégager un budget pour les institutions gestionnaires. Ces dernière répondent à une demande de plus en plus importante des chaînes de télévision et des sociétés de production.

Quatre types de documents sont recherchés par les professionnels (15, Guyot, Rolland, p. 122) :

- ✦ Les archives historiques qui relatent les événements récents filmés dès le début du cinématographe (les images d'actualité de la deuxième guerre mondiale, guerre d'Algérie...);
- ✦ Les actualités récentes ;
- ✦ Les archives dites « madeleine » font référence à la madeleine de Proust. Il s'agit d'images qui ont un pouvoir d'évocation réactivant la mémoire collective des spectateurs ;
- ✦ Les « stock shots » ou les rushs constituent une réserve d'images et de prises de vues.

Le marché des archives audiovisuelles est régi par deux activités, la vente d'extraits et la « *cession de droits sur l'intégralité de documents, généralement des films ou des programmes de télévision* » (15, Guyot, Rolland p. 122).



Six principaux acteurs dominent le secteur (15, Guyot, Rolland, p. 129-132) :

- ✧ Les sociétés de productions qui utilisent les images d'archives dans le cadre de documentaires et de longs-métrages ;
- ✧ Les chaînes de télévision qui intègrent dans les journaux télévisés des extraits d'époque pour illustrer des événements historiques ;
  
- ✧ Les sociétés audiovisuelles (Gaumont-Pathé, Canal+) qui commercialisent des archives dans le cadre de collection ;
- ✧ Certaines chaînes de télévision (TF1, AFP TV....). Elles disposent de droits sur les archives dont elles confient la gestion à des structures extérieures spécialisées comme l'INA ou Gaumont-Pathé ;
- ✧ Les sociétés spécialisées gestionnaires de stock shots (extraits de films) comme The Picture Gallery.
- ✧ Les offres de VOD (vidéo à la demande), la vidéo à la demande, tend à se développer entrant alors en concurrence avec les plateformes d'échange d'images animées telles Dailymotion ou Youtube.

La nature du fonds et la nature de l'organisation qui la gère déterminent les conditions de son exploitation. Ainsi en est-il du monde associatif qui participe, selon un fonctionnement particulier, à la conservation et la diffusion de fonds audiovisuels spécifiques.

### 2.3.2 Les associations gestionnaires d'images

Dès le début des années 1980, c'est à dire lors de la période post-révolutionnaire, des militantes féministes réfléchissent au moyen de rationaliser la conservation et la diffusion d'archives audiovisuelles à travers la création d'associations dont le Centre Audiovisuel Simone de Beauvoir. Ce dernier a été créé par trois militantes

féministes, la cinéaste Carole Roussopoulos, la comédienne Delphine Seyrig et Ioana Wieder. L'objectif premier est de conserver la mémoire militante afin de :

*« traduire vite fait bien fait les luttes en cours : traductions quasi-simultanées, films miroirs pour réfléchir le mouvement plutôt que le refléter. »* (1, Belgrave, p. 6 ).

Il existe ainsi une économie associative avec des acteurs spécifiques qui adoptent un fonctionnement fournisseur / client.

Dans son article sur l'apport socio-économique des associations, Laurent Gardin nous donne une typologie des principaux acteurs associatifs. Ces derniers sont partagés en trois catégories. D'un côté les consommateurs / usagers, les bénévoles / travailleurs de l'autre les représentants de la collectivité publique et les partenaires sociaux. Les associations ont un fonctionnement économique adapté à leurs valeurs. En effet on y vend des biens et des services :

*« fortement encadrés dans les relations sociales et politique développées par celle-ci en adaptant les tarifs à la solvabilité de leurs usagers. »* (14, Gardin, p.97)

Les structures associatives fonctionnent sur la base du militantisme car :

*« Une association est, le plus souvent, la matérialisation d'un mouvement social »* (17, Juan, p. 92).

Dès lors on peut déduire que l'efficacité de ces structures dépend de l'importance et de l'intensité de l'adhésion et de la motivation de leurs membres.

### 3 Les publics des fonds d'archives audiovisuelles

---

Les fonds d'images et plus particulièrement d'images d'archives sont soumis à un double fonctionnement, économique et patrimonial, qui confronte des fournisseurs à des usagers et des publics.

#### 3.1 Usagers, publics et clients

Yves Le Coadic rappelle que l'usage est « *une activité que l'ancienneté ou la fréquence rend normal, courante dans une société donnée* » (18, Le Coadic, p. 19). Le lien entre l'usager et son environnement est donc primordial.

Les choix des usagers sont motivés par des raisons sociologiques et non conjoncturelles car :

« *Les demandes des usagers évoluent non en fonction des changements dans les technologies de l'information mais selon l'inclusion de celles-ci dans les normes de recherche d'information.* » (22, Poissenot, p. 59).

Ces normes, changeantes, peuvent être imposées ou adoptées. Elles déterminent le choix des usagers, un choix qui s'inscrit dans une démarche identitaire à la fois individuelle et collective. Pour atteindre ce public fortement hétérogène il faut alors cibler les éléments fédérateurs.

Afin de distinguer les différentes catégories d'usagers, nous avons pris en compte l'évolution des relations entre les fournisseurs d'information et leurs publics qui tendent à prendre la forme d'une relation prestataire / client. Deux groupes de clients se détachent. Les non-professionnels composés des militants (bénévoles et salariés), des chercheurs et des usagers de centre de documentation et les professionnels de l'image.

Plusieurs termes sont utilisés pour désigner les consommateurs d'images. Ils sont usagers, publics ou client.

### 3.2 Les militants et les chercheurs

Les militants (bénévoles et salariés) et les chercheurs ont comme dénominateur commun la notion de temporalité. C'est sur le long terme et de manière régulière que le chercheur travaille sur un fonds alors que les militants entretiennent avec certaines images un lien basé sur l'adhésion idéologique. Dans notre cas, un fonds audiovisuel de films historiques spécifique peut induire une forme de lien perpétuel entre l'image et son public. Les supports audiovisuels prennent une valeur particulière selon l'utilisation qu'on en fait. Ils peuvent être utilisés comme outils de transmission d'une mémoire, de valeurs communes.

L'émergence de pratiques féministes contemporaines peut annoncer une future demande. Dans une étude sociologique sur les rapports de génération dans le féminisme contemporain, Liane Henneron démontre que les jeunes féministes du début du XXI<sup>e</sup> siècle adoptent des formes de manifestation analogues à celles du MLF des années 1970 (20, p. 126-127).

### 3.3 Les professionnels de l'image

Dans la catégorie des professionnels on intègre les corps de métiers des spécialistes de la gestions, de la vente ou de la transformation des images animées. Ce public entretient une relation irrégulière avec les fonds. De fait ils consultent une multitude de sources selon leurs besoins. Des besoins inconstants car soumis à la variation des projets qu'ils traitent.

Ce public est soumis à un nombre important de sources à l'identité brouillée car le marché de l'image est hétérogène et dynamique. Il est le résultat de concentrations et de l'internationalisation des diffuseurs alors que le marché d'archives audiovisuelles « *s'il s'industrialise reste très artisanal* » (19, Massigon, p.14).

### 3.4 Un public en devenir ? Les «digital natives»

Il est important de prendre en compte la nouvelle génération d'utilisateurs que sont les « *digital natives* ». Ce terme, utilisé par Sylvie Octobre, désigne la génération des 10-24 ans née avec l'essor des médias. Ils s'opposent aux « *digital immigrants* » contraint à un perpétuel effort d'adaptation » (21, Octobre, p.61).

Les « *digital natives* » sont de gros utilisateurs de nouvelles technologies. Ils sont connectés régulièrement à internet et consomment des outils de communication (messageries instantanées, blogs) et des produits culturels (vidéos, musiques) auxquels ils ont accès gratuitement et sans limite. Ce qui bouleverse le paysage médiatique. La consommation de télévision et de radio par les jeunes générations se complètent de l'usage de supports supplémentaires tels que le streaming (21, Octobre, p.61-62).

Les grands fonds d'archives audiovisuelles se sont adaptés et proposent, pour certains d'entre eux, l'accès à des extraits d'images animées sur internet, se plaçant ainsi sur un double marché à destination des usagers amateurs et des professionnels. Un fonds audiovisuel a donc besoin d'une visibilité sur internet afin d'attirer un large public.

On ne peut déterminer l'impact d'un système d'information sur son public sans prendre en compte en amont la nature de la structure qui le gère. Le cas du Mouvement Français pour le Planning Familial illustre la nécessité pour certaines collections audiovisuelles du développement d'un plan de communication.

# **Deuxième partie : Le fonds audiovisuel du Mouvement Français pour le Planning Familial**

# 1 Le Mouvement français pour le Planning Familial

---

## 1.1 L'association

En 1956, le docteur Marie-Andrée Lagroua Weill-Halle crée l'association de la Maternité Heureuse afin de favoriser le contrôle des naissances. L'association initialement féminine se compose dans un deuxième temps de médecins et en 1958 elle adhère à l'IPPF (International Planned Parenthood Fédération) (23, Friedmann, p. 27). La Maternité Heureuse change de nom et devient en 1960 le Mouvement Français pour le Planning Familial.

A la suite des événements de mai 1968 et au début des années 1970, le Planning Familial prend ouvertement position pour la libéralisation de la contraception et la légalisation de l'avortement. Dès 1973, ses éléments les plus politiques prennent sa direction et donnent une place importante aux militantes, au détriment des spécialistes. Progressivement l'action de l'association s'étend à toutes les questions de société relatives à la place des femmes et des mineurs dans la société avec une priorité en matière d'éducation à la sexualité (maternité, contraception). L'information est donc un outil indispensable pour relayer les activités du Planning.

Avec 500 000 consultants par an, les différents services de l'association assurent un service social important. La structure est composée d'une Confédération et de soixante-dix associations départementales (AD), assurant une couverture nationale.

La Confédération fonctionne grâce à des subventions ministérielles et à des ressources propres, composées des adhésions et du reversement d'une part des ressources des associations départementales. Globalement le MFPPF reçoit des subventions ministérielles et des subventions sur « programme » (23, Friedmann).

Au niveau départemental les établissements d'information sont de tailles et d'importances variables. Certaines d'entre-elles sont structurées et bénéficient d'un budget important d'autres sont démunies malgré une subvention de la DDASS (Direction Départementale d'Action Sanitaire et Sociales) (23, Friedmann, pp. 227-229).

## 1.2 Le Centre de Documentation

Le Centre de Documentation a été créé en 1961 et a pour mission de « *collecter, organiser et diffuser des informations au sein de l'association, ainsi qu'à l'extérieur* » [24]. Il y est proposé un fonds de textes, d'ouvrages et d'images sur les femmes autour de sujets qui vont de la parité au viol de guerre en passant par les violences faites aux femmes, les questions bioéthiques et de procréation (PMA, FIV...). Il y est mis à disposition des usagers, des livres, des articles de presse, des dossiers thématiques, des affiches, des photos, des films et des outils pédagogiques.

Le fonds est composé à ce jour de :

- ♣ 14 300 livres
- ♣ 10 152 articles de presse indexés et référencés
- ♣ 510 vidéos
- ♣ 460 mémoires de conseillères conjugales
- ♣ 1010 affiches
- ♣ 58 matériels pédagogiques
- ♣ 186 photos.



Plusieurs produits documentaires sont régulièrement réalisés dont :

- ✦ Une revue de presse hebdomadaire papier sur l'actualité nationale et internationale ;
- ✦ Une revue de presse hebdomadaire électronique ;
- ✦ Des dossiers documentaires diffusés en interne dans le mouvement.

Le Mouvement Français pour le Planning Familial possède un site internet qui donne entre autre des informations sur le mouvement, sur les associations départementales, les services, l'actualité, et les informations sur la contraception, l'avortement, les IST et les violences. Un lien donne accès à la partie consacrée au Centre de documentation et à une base de données Kentika en ligne.

En interne, les fichiers des différents services de l'association sont conservés et diffusés à partir d'un serveur commun.

## 2 Les images et le fonds audiovisuel du MFPF

---

### 2.1 Genèse du fonds

En 2006, lors des célébrations des cinquante ans du Planning Familial, trente bobines de films ont été retrouvées au centre confédéral. Sur l'impulsion de la responsable du Centre de Documentation et d'une doctorante spécialisée dans les vidéos militantes, les films sont alors confiés à Alain Carou responsable du département audiovisuel de la BnF, qui procède au dépôt légal et à la conversion en divers formats.

La constitution d'un fonds d'archives audiovisuelles associatif s'inscrit dans une logique de services multimédias proposés par le Centre de documentation.

### 2.2 La nature du fonds

#### 2.2.1 Les supports

Le fonds est composé de vingt-sept vidéos exploitables en couleur et en noir et blanc. Il s'agit de rushs et de films montés (images ayant subi une transformation). Les bobines étaient, initialement, conservées sur des supports en ½ pouce et ¾ u-matic. L'utilisation du format ½ pouce a été à l'origine de l'émergence de la vidéo grand public dans les années 1970-1980.

Grâce aux services de la BnF, les vidéos ont été converties en plusieurs formats :

- ✧ sur support DVD en vue de la location ;
- ✧ en document numérique conservé et stockés sur un disque dur externe (format de compression MPEG) ;

- ✧ en Beta num pour une exploitation professionnelle.

La qualité des vidéos est variable. Certains films semblent avoir gardé leur aspect original. D'autres, du fait de la fragilité du support, comme l'u-matic, nous sont parvenus légèrement dégradés au niveau du son et de l'image.

Les bobines ont été trouvées sans notes spécifiques hormis quelques informations sur les cartons qui permettent de déterminer la provenance des documents. Il a fallu un premier visionnage effectué par une documentaliste pour obtenir plus d'informations. Les génériques de début et de fin sont indispensables pour déterminer définitivement l'identité (le réalisateur, les techniciens...) des vidéos et leurs contenus et servent à la clarification des droits.

Le corpus était, initialement, constitué de vingt-neuf films. En soustrayant les doublons et les films inexploitable du fait de leur statut juridique, seules vingt-sept cassettes ont été traitées soit :

- ✧ des documentaires ;
- ✧ des reportages ;
- ✧ des fictions ;
- ✧ des manifestations filmées (congrès, commémorations, conférences de presse...).

Ces documents couvrent une période qui va de la fin des années soixante dix au début des années quatre-vingt. Ce qui correspond au passage d'un féminisme offensif à un féminisme de conciliation.

## 2.2.2 Les contenus

Si les contenus des films diffèrent, autant dans le fond que dans la forme, ils reflètent néanmoins les principaux champs d'action et les préoccupations du MFPPF. Les thématiques du corpus peuvent être partagées en trois catégories.

Une première catégorie regroupe les films qui retracent les combats pour l'avortement et la pilule. Elle est composée d'une émission de plateau (*Tribune Libre*). A cela s'ajoute deux séries de rushs sur le congrès du MFPPF, organisé avant le vote définitif de la loi sur l'avortement de 1979, et sur la grande manifestation féministe du 6 octobre 1979.

Un deuxième groupe, réunissant les films sur les violences faites aux femmes et la prostitution, est composé de deux films montés et des rushes. Un documentaire du Planning Familial de l'Isère aborde les questions du proxénétisme et du statut des prostituées. Un film composé de sketches pédagogiques (*Violidéo*) illustre les mécanismes qui mènent au viol. Un dernier document, un rush, illustre l'activité syndicale des associations de prostituées à travers une conférence de presse organisée pour dénoncer les lois répressives gouvernementales.

Les thèmes de la sexualité et de l'éducation à la sexualité sont abordés dans trois films au format original. Une bande dessinée filmée tirée d'un album de Claire Bretecher intitulé *Les tracasseries de Raoul* qui illustre la découverte de la sexualité par un enfant. Un documentaire sociologique réalisé par des étudiants (*Question d'âge*) traitant des relations intergénérationnelles et de l'éducation à la sexualité. Enfin, une pièce de théâtre filmée (*Pilule Story*) interprétée par une troupe universitaire, aborde la question de l'utilisation de contraceptifs chez les jeunes.

Un dernier groupe de documents, composé d'un film monté et de ses rushes, retrace les festivités organisées pour les vingt-cinq ans du MFPPF au Bataclan en 1982. Il s'agit là d'un document patrimonial destiné en priorité à une diffusion interne.

Les thématiques du fonds reflètent les demandes qui parviennent au Centre de documentation. Ainsi pour l'année 2010 les quatre premiers types de demandes concernent le Planning Familial (24,6%), la sexualité et l'éducation sexuelle (19%), l'avortement (12,5%) et la contraception (12,0%) [24].

La variété des thématiques et les formats font de ce corpus audiovisuel une source riche qui s'adresse à un large public.

## Deux formes d'action militante : une manifestation et un documentaire



Parodie d'un procès. La mise en accusation des lois anti-avortement.

(Source : *Sur le parvis de Beaubourg 1ère partie* - 03/01/1981).



Sketch d'une vidéo pédagogique sur le viol. (Source : *Violideo* - été 1981).

## **3 Les besoins et les objectifs**

---

### **3.1 Conserver, diffuser et exploiter les images**

La gestion, la conservation, la diffusion et l'exploitation d'un fonds d'archives audiovisuelles doit permettre au Centre de Documentation d'atteindre plusieurs objectifs d'importances différentes et de répondre à certains besoins.

Le premier objectif est la conservation et la transmission d'une mémoire commune à l'ensemble de l'association. Les images d'archives peuvent, en interne, être utilisées pour des campagnes de communication ou servir de support pour des animations culturelles.

A un niveau plus global, une diffusion externe à destination des sociétés de production et des médias s'inscrit dans un contexte d'émergence de l'intérêt progressif porté par le public pour les documentaires historiques et politiques composées d'images d'archives audiovisuelles.

L'exploitation des vidéos ou d'extraits permettrait de dégager de l'argent dans la mesure du possible dans un contexte associatif. Et ce afin de renforcer le financement des autres activités du Centre de Documentation.

Le dernier objectif consiste à rendre accessible le fonds à des publics spécifiques et lui donner une visibilité sur un marché fortement atomisé en lui assurant une couverture médiatique.

### **3.2 Les publics**

D'après le rapport d'activité du Centre de Documentation pour l'année 2010, 53% des demandes traitées viennent d'un public interne issu du Planning, des réseaux d'associations départementales, des fédérations régionales, de la direction



administrative et des conseillères conjugales... 47% de la demande vient d'un public externe constitué en majorité d'autres associations, d'institutions, d'étudiants, de chercheurs et d'organismes liés à la santé (hôpitaux, centres de santé...) [24]. Les médias (les sociétés de production) ont aussi appelé aux services du Centre de Documentation pour l'élaboration de reportages et de documentaires.

Géographiquement, 43 % des demandes viennent de la région Île-de-France et 54% des demandes viennent de toute la France [24].

Nous avons repris les deux grands types de public des fonds d'archives audiovisuelles. Les publics non-professionnels et les publics professionnels.

- La première catégorie est composée de militants, de chercheurs et des principaux usagers du Centre de Documentation
- Les militants

En 2006 le Planning Familial comptait 5000 militants (23, Friedmann, p. 227). Parmi eux, des bénévoles et des salariés assurent des activités d'administrateur, de gestionnaire, d'animation et de conseil (les conseillères conjugales et familiales). Les images animées constituent un vecteur de communication permettant une utilisation pédagogique et militante.

Afin de déterminer les besoins de ce public en termes de consommation d'images, un questionnaire a été envoyé à onze Associations Départementales (AD), des établissements d'information et des centres de planifications choisies pour leur taille. Il s'agit des associations des Bouches-du-Rhône (13-Marseille), la Gironde (33-Bordeaux), l'Hérault (34-Montpellier), Ille-et-Vilaine (35-Rennes), l'Isère (38-Grenoble), la Loire-Atlantique (44-Nantes), le Nord (59-Lille), le Rhône (69-Villeurbanne), la Sarthe (72-Le Mans), Paris (75) et la Seine-Saint-Denis (93-Saint Denis). Cette enquête a été menée à l'aveugle, nous ne connaissons ni l'identité ni le statut exacte (salarié ou bénévole) des sondés.

Les résultats sont les suivants :

Questionnaire envoyé aux Associations Départementales :

**1-Contactez-vous le Centre de documentation du Planning Familial de Paris :**

- ⤴ Souvent : 50%
- ⤴ Parfois: 33,3%
- ⤴ Jamais : 16,7 %

**2-Connaissez-vous l'iconothèque (affiches, photos...) du centre de documentation ?**

- ⤴ Oui : 66,7 %
- ⤴ Non : 33,3 %
- ⤴ Je souhaite découvrir ce fonds : 16,7 %

**3-Utilisez-vous des images fixes ou animées dans le cadre de campagnes de communication ou autre ? Si oui, seriez-vous intéressé par l'utilisation de films militants :**

- ⤴ Réponse ouverte.

**4-Comment souhaitez-vous recevoir et consulter ces documents :**

- ⤴ Par intranet / internet et sous un format numérique : 100%
- ⤴ Par correspondance et sous un format physique comme un cd (pour une conservation plus sûre par exemple...) : 0%

**5-Que pensez-vous de la diffusion en externe de ces images (commercialisation auprès des chaînes de télévision et des sociétés de production) :**

- ⤴ J'y suis favorable : 100%
- ⤴ J'y suis défavorable: 0%

^ Autre : 0%

Sur les onze associations sollicitées, six ont répondu en totalité, au questionnaire. Il en résulte qu'une grande partie des militantes sondées consulte régulièrement ou fait appel au Centre de Documentation. Plus de la moitié d'entre elles connaît le fonds d'image et une majorité utilise les différents supports (affiches, photos) pour des campagnes de communications ou des actions pédagogiques. La diffusion numérique, à distance est fortement appréciée (100% de réponses favorables).

Le résultat le plus marquant est l'approbation totale à une externalisation des documents (auprès des sociétés de production...) alors que nous aurions pu concevoir des réserves au vu du caractère fortement orienté du fonds. On peut donc déduire que les images d'archive sont perçues comme des vecteurs pédagogiques et militants et non seulement comme des témoignages du passé.

^ Les chercheurs

Selon la typologie d'utilisateurs établie par le Centre de Documentation pour l'année 2010, les chercheurs constituent un public restreint. Ils sont placés loin derrière les associations, les étudiants et les médias [23].

Néanmoins, les chercheurs se montrent particulièrement concernés par les fonds d'archives audiovisuelles. En effet les courants de recherches, notamment en sciences humaines s'appliquent depuis plusieurs années à analyser l'image afin de mieux comprendre les phénomènes sociaux. En ce sens, une source aussi diversifiée peut susciter leur intérêt.

^ Les institutions scolaires, les élèves et les étudiants

Les thématiques abordées par le fonds se prêtent bien à une exploitation par des professeurs ou plus directement par des élèves dans le cadre de projets pédagogiques. Par ailleurs, les étudiants représentent un public potentiellement

important puisqu'ils constituent selon le rapport du Centre de Documentation la deuxième catégorie d'utilisateurs en 2010.

- Le second groupe est constitué d'un public de professionnels de l'image

Nous parlons ici des professionnels de l'image et plus spécialement dans notre cas de ceux exerçant dans des sociétés de productions ou des organes d'information (radio, télévision...). Par leur production, les médias participent indirectement à la promotion et à la couverture médiatique du MFPP.

D'après le témoignage de la responsable du service d'Archives de la société de production CC&C, nous avons pu déterminer les besoins du secteur. Les images les plus recherchées sont celles qui ne demandent pas un travail de recherche de droit important et qui peuvent être exploitées facilement dans le cadre de documentaires. Pour cela il faut que le fonds possède des images génériques, séquencées et exploitables (Annexe 1).

### 3.3 Les moyens et les contraintes

Les contraintes sont d'ordre financier, temporel et culturel. Le financement de notre mission est rattaché au budget annuel du Centre de Documentation. Néanmoins le peu de moyen dont nous disposons implique d'exploiter toutes les ressources gratuites et de faire appel à la solidarité.

Les résistances se sont portées sur la diffusion de l'image en externe. La proposition d'une mise en ligne des films a suscité plusieurs réactions oscillant entre la nécessité d'une certaine visibilité sur internet face à la présence de vidéos anti-IVG sur les plateformes d'échanges de vidéos et une protection indispensable et justifiée des images. De même, la question de la cession des images animées prend un sens particulier dans un contexte associatif dont le but premier n'est pas de faire du bénéfice.

Le temps mis à disposition pour la réalisation de la mission a permis le traitement documentaire du fonds et le développement d'une réflexion sur son exploitation, par la conception d'un plan de communication.

**Troisième partie :**  
**Gérer, valoriser et exploiter un**  
**fonds audiovisuel de films**  
**historiques et militants**

# 1 La gestion du fonds

---

## 1.1 Le traitement documentaire

### 1.1.1 La description des images, théories et pratiques

La description tient une place importante dans le traitement documentaire des images animées car elle «*nous fournit les données à l'aide desquelles nous pouvons, par exemple, indexer, classier, archiver mais aussi évaluer, juger ou encore critiquer tel ou tel document*» (28, Stockinger, p. 17). L'acte de décrire se base donc sur un questionnement et son objectif tend vers la compréhension de l'objet analysé afin de répondre à une question qui est une demande d'information.

En aval, ce travail permet d'orienter correctement l'utilisateur en lui permettant d'opérer un choix éclairé. Cette étape, importante, comporte des risques. Une mauvaise interprétation aboutie à une déformation du contenu originel de l'image et du message qu'elle est censée faire passer, privilégiant ainsi le contresens.

Plusieurs approches sur le sujet existent, le régime esthétique privilégie la symbiose et la contemplation alors que le régime analytique se concentre sur l'analyse du contenu et du sens (25, Bachimont, p. 349).

Le traitement textuel d'une image est impossible car «*l'image en soi n'est ni mono ni polysémique*» (27, Melot, p. 362). Elle ne prend sens qu'à partir des questions qu'on lui pose. Il est nécessaire d'en déterminer l'utilité finale pour pouvoir la traiter.

On ne peut comprendre une image sans prendre en compte la place qu'elle occupe dans un ensemble plus large et Michel Melot souligne que :

«*ce n'est qu'insérée dans une suite comparée, contrastée que l'on peut commencer non pas à parler d'une grammaire mais au moins d'une syntaxe de l'image, et espérer pouvoir lui faire dire autre chose que ce qu'elle montre*» (27, Melot, p. 362).

Peter Stockinger propose une approche sémiotique. Pour cela il présuppose que l'agent qui s'occupe de la description possède une série de connaissance préalable et « *contextuelle* », historique, anecdotique, poétique, esthétique technique et physique.

A cette connaissance s'ajoute les méthodes de description. Il peut s'agir d'une méthode issue de expérimentation (utilisation de logiciels de modification des images) ou d'une méthode comparative (28, Stockinger, p. 18-29).

Ces modalités rappellent que tout travail d'interprétation implique une notion de subjectivité qui lui est inhérente. Pourtant un certain public recherche l'objectivité en ce domaine.

L'importance de l'indexation et de la description est confirmée par une chercheuse spécialisée dans l'étude des vidéos militantes. Cette dernière, lors d'un entretien, a mis l'accent sur la nécessité de favoriser la description « objective » d'extraits. Cela passe par un travail sur des détails tels que le lieu de tournage, l'identification des personnes, la retranscription de témoignages et de dialogues évocateurs. Pour éviter des visionnages inutiles.

Pour palier aux carences humaines de la description, des groupes de réflexion issus du CNC (Centre National de la Cinématographie) ont travaillé sur les nouvelles normes européennes d'indexation et de catalogage d'œuvres cinématographiques. Cela aboutirait à développer l'interopérabilité dans les bases de données. Soit un dispositif permettant de proposer à l'utilisateur une vue globale et contextualisée d'informations relatives à une œuvre et à ses corollaires (copies...).

### 1.1.2 Quelle image pour quel public ?

Le traitement d'un fonds aux caractéristiques variées et au contenu fortement orienté nécessite une réflexion en amont sur l'adéquation entre les images et leur public.

Dans un premier temps la diffusion des images a été restreinte aux seules militantes pensant que l'intérêt porté par des publics externes pour des vidéos aussi connotées serait faible. Mais à la suite de l'intervention de professionnels



issus du monde associatif et du monde de l'entreprise, il est apparu que les usages potentiels de notre fonds pouvaient être étendu à un public plus large en adéquation avec la réalité du marché et les valeurs non-commerciales propres aux associations à but non lucratif.

## **1.2 Un fonds «Archive vidéo» sur la base de données Kentika**

Il a été décidé de créer une section spécifique pour le fonds d'archives audiovisuelles intitulé « Archive Vidéos » sur la base de données Kentika du Centre de documentation afin de rappeler le caractère unique et spécifique du fonds.

### **1.2.1 La saisie et la cotation**

Lors de la saisie nous nous sommes concentrés sur la description des images. Sur la base de données deux champs sont dédiés à ce point.

Le premier champ, invisible aux usagers, inclut une description complète du contenu des vidéos et est suivi d'un deuxième champ constitué d'un résumé en quelques lignes et visibles.

La description a été conçue de façon à prendre en compte plusieurs critères en s'inspirant de la méthode QQQQC, selon la loi de Quintilien, préconisée par Cécile Kattnig. Ici elle est adaptée au format audiovisuel [26].

Ainsi, « Qui ? » permet d'identifier le réalisateur, « Quoi ? » d'identifier les monuments, les lieux, « Où ? » de déterminer le lieu d'enregistrement (ville, pays), « Quand ? » de dater l'action (date d'une manifestation) et « Comment ? » de décrire l'action des personnes (discours....) (26, Kattnig, p. 76).

Les descriptions des vidéos comportent :

- ✧ Un résumé global de la vidéo qui comporte les noms des réalisateurs, le contexte de la vidéo (date, nature de la manifestation, loi et faits importants) et des noms des personnalités marquantes présentes à l'image. Une attention particulière a été portée aux génériques de début et de fin qui permettent de déterminer les droits d'auteurs ;
- ✧ Une liste de description d'images précédée d'un minutage effectué après visionnage. Pour les films montés, il a été en effet effectué un minutage des séquences jugées importantes pour la compréhension de la narration (séquence) et un minutage des images marquantes pour les rushs (vues de manifestations, vue de banderoles, vues de personnalités en action...) ;
- ✧ Nous ne disposons pas, pour des raisons financières d'une borne de montage ni de matériel, ce qui aurait permis de procéder à l'incrustation d'un code temporel ou time-code. Il s'agit d'un système de marquage temporel enregistré parallèlement au son ou à l'image. Ce procédé permet aux professionnels un travail sur l'image, notamment lors des dérushes ;
- ✧ Il été pris soin lors des descriptions de mettre en valeur tout élément permettant de contextualiser les vidéos que ce soit les décors ou les lieux ;
- ✧ Une description de certains sons. Il s'agit de permettre à l'utilisateur d'avoir accès par exemple à des citations de dialogues importants ou de chants militants. L'analyse des discours permet, entre autre, d'établir une datation quand cela est nécessaire.

Nous avons repris la cotation déjà existante du Centre de Documentation pour la cotation du fonds vidéo. La formule suivante a été adoptée :

⤴ V + PF + OO1 + SEX

Le V pour Vidéo, PF rappelle que le fonds appartient au Planning Familial, suit le chiffre d'ordre de saisie et la formule se termine par le début des trois lettres de la thématique de la vidéo.

L'indexation du planning a été reprise :

- ⤴ FEM sur les sujets relatifs aux femmes ;
- ⤴ SEX pour la sexualité et l'éducation à la sexualité ;
- ⤴ AVO pour les sujets sur l'avortement ;
- ⤴ CONT pour la contraception ;
- ⤴ HOM pour les sujets relatifs aux hommes (paternité...).

## 2 Les images animées et le droit

---

Gérer un fonds d'images animées quasiment brut, implique un travail important de clarification des droits, un travail analogue à celui de l'archéologue ou de l'historien. Il faut mener une enquête dans le passé pour retrouver les droits des auteurs et identifier les « interprètes » afin de respecter leur droit à l'image. Cette étape, indispensable, permet d'éviter d'éventuels futurs litiges.

### 2.1 La clarification des droits d'auteurs

Le droit d'auteurs est régi par le Code de la Propriété intellectuelle (CPI). Il protège toute œuvre du seul fait de sa création dès lors « *qu'elle est matérialisée dans une forme et qu'elle est originale* ».

L'article L 215-1 du CPI stipule que le vidéogramme est la propriété du producteur ; ce dernier est considéré comme une « *personne physique ou morale, qui a l'initiative et la responsabilité de la première fixation d'une séquence d'images sonorisées ou non* » (29, Battisti, p. 7).

L'œuvre audiovisuelle est souvent qualifiée par la jurisprudence comme une œuvre de collaboration. Les « *personnes physiques dûment identifiables* » qui ont participé activement à sa création » bénéficient d'un droit d'exploitation commun (29, Battisti).

Les génériques des différentes vidéos révèlent que le MFPP est majoritairement commanditaire. En ce sens nous nous approchons plus ici de l'œuvre dite collective c'est à dire créée sous l'autorité d'une personne morale ou physique (29, Battisti, p.12).

La mention « *Droits réservés* » apposée sur les documents est une mesure préventive censée préserver l'association de toute attaque. Nous reprenons les pratiques des associations qui consiste à réserver, une part de la vente pour d'éventuels futurs plaignants, même si les spécialistes s'accordent à dire que cette pratique comporte des risques.

Dans les faits, les structures gestionnaires d'images utilisent différents procédés pour retrouver d'éventuels ayants-droit. A titre d'exemple, la Cinémathèque de Bretagne a pour politique de favoriser la diffusion d'images orphelines dans le cadre de documentaires pour susciter la réaction d'éventuels ayants-droit. Ces derniers régularisent alors la situation avec la cinémathèque. Une pratique qui repose sur la règle de bonne foi [31].

## 2.2 La clarification des droits à l'image

Il n'existe pas de loi spécifique pour le droit à l'image. Un ensemble de jurisprudence s'y rattache et sert de références aux juristes.

Pour cela, ils s'appuient sur le code pénal (articles 226-1, 226-2, 226-8, 227-24) et le code civil dont l'article 9 qui affirme « *que chacun a droit au respect de sa vie privée* » et l'article 16 qui « *interdit toute atteinte à la dignité de la personne et garantit le respect de l'être humain dès le commencement de sa vie* » (29, Battisti, pp.37-38).

Michèle Battisti rappelle les règles à retenir en matière de droit à l'image :

« *Une personne peut s'opposer à la diffusion de son image lorsque celle-ci permet de l'identifier et de faire état d'un élément de sa vie privée quel que soient le support utilisé, les fins poursuivies (commerciales ou non) la nature de la fixation (éphémère ou non), la taille de la reproduction, l'ampleur de la diffusion. Il est accordé à toute personne, inconnue ou célèbre.* » (29, Battisti, pp. 38-39)

Il y a des exceptions :

- ⤴ Lorsqu' une personnalité publique (ministre, comédien...) est filmée dans le cadre de ses fonctions ;
- ⤴ lorsque la prise de vue montre une foule sans que l'on puisse distinguer l'identité en particulier d'une personne ;
- ⤴ ou lorsque l'image est utilisée dans le cadre du droit à l'information (28, Halpern, p. 24-30).

Les images du fonds du MFPF mettent en scène de nombreuses personnalités connues et moins connues. Afin d'éviter des litiges, deux précautions ont été prises : l'organisation, par le Centre de documentation, de séances de visionnages avec d'anciennes militantes à des fins d'identification et l'exploitation de captures d'images.

Deux procédés permettent de prévenir les litiges. L'intégration dans le contrat de cession de droit d'une clause dite de « *décharge de responsabilité* » qui délègue à l'organisme acquéreur la gestion des droits à l'image (Annexe 1).

Il est possible d'évoquer le droit à l'information pour justifier l'utilisation de certaines vidéos. Céline Halpern souligne que :

*« tout ce qui n'est pas inclus dans le monde de la vie privée échappe à la protection instaurée par l'article 9 du Code civil et peut être librement révélé [...]cette divulgation d'information par nature non privée, s'inscrit dans le domaine du droit à l'information du public »* (30 ,Halpern, p. 24).

Cela concerne les événements d'actualité, l'activité des personnalités connues, les affaires judiciaires et l'information historique (30, Halpern, p. 25). En ce sens notre corpus peut dans le cadre d'une exploitation audiovisuelle (documentaire, reportage...) bénéficier d'une protection.

## 2.2.1 Les captures d'écran et la GED

Nous n' avons pas choisi une GED à partir d'images animées pour des raisons techniques et des raisons de droit. Diffuser des vidéos sur la base de données Kentika userait à l'excès de la bande passante.

Des captures d'écran ont été réalisées à des fins d'illustration, de conservation, et de communication en vue d'une exploitation commerciale ultérieure. de cessions de plans.

Chaque fiche descriptive est accompagnée d'une image fixe donnant à l'utilisateur un début d'information sur la qualité, le contenu et la nature du document.

Pour chaque vidéo il a été réalisé entre une et dix captures à partir du logiciel de visionnage VLC. Destinées à terme à une diffusion sur internet, ces captures ont fait l'objet d'un traitement spécifique en vue d'éviter d'éventuels litiges.

Afin de respecter le droit à l'image, deux lots ont été constitués. Le premier lot est composé des images qui ne posent aucun problème de droit. Il s'agit de prises de vue de foules, par exemple lors de manifestations, de gros plans de militantes connues ou moins connues. Il est admis dans le milieu associatif et militant que les personnes apparaissant sur ces vidéos ont implicitement cédées leur droit en participant à une œuvre militante.

Le deuxième lot regroupe les images qui posent un problème de clarification de droit ou qui sont en cours de clarification. Ce sont des représentations de personnes inconnues ou connues n'appartenant pas au monde militant et pouvant de fait être à l'origine d'un litige.

Ces images ont été converties en JPEG, un format « avantageux pour la diffusion sur internet (26, Kattnig, p. 62) » et légendées selon la formule suivante :

- ▲ V + PF + chiffre de conservation + titre de la vidéo + entité à l'image (personnalité ou événement) + nature de l'événement (manifestation) ou action de la personnalité + format de l'image.

Ce qui donne :

✎ V PF 010 marche 6 octobre 1979 foule manifestation. jpeg



## Captures d'images ne posant pas de problème de droits à l'image :



Une femme témoigne à visage couvert lors de la conférence de presse organisée par l'association des prostituées en juin 1981. (source : *Prostitution*)



Une foule de femmes avec banderoles lors de la manifestation pour le vote définitif de la loi sur l'avortement. (source : *Manifestation du 6 octobre 1979*)

## 3 Valorisation et exploitation du fonds du MFPF

---

### 3.1 Valorisation et promotion du fonds

La valorisation d'un fonds audiovisuel passe par sa communication auprès d'un large public. Il est donc nécessaire de rendre accessible le fonds par le biais de sa publicité et d'une offre d'extraits d'images sur internet afin d'assurer une couverture médiatique.

#### 3.1.1 Une politique de communication et de promotion

Dans un contexte de projet, le plan de communication suit en général l'étude marketing. Étude qui permet de répondre en amont aux besoins et d'adapter l'offre à la demande. Après cette étape il est nécessaire de « *mettre ne scène une marque, un service un produit, un service* » (35, Villa-Raimondi, p. 64).

Comme le souligne Martine Villa-Raimondi : « *au plan tactique les outils de communication peuvent s'apparenter à un dispositif socio-technique. Il s'agit de concevoir et d'adapter les supports et les discours* » (35, Villa-Raimondi, p. 65).

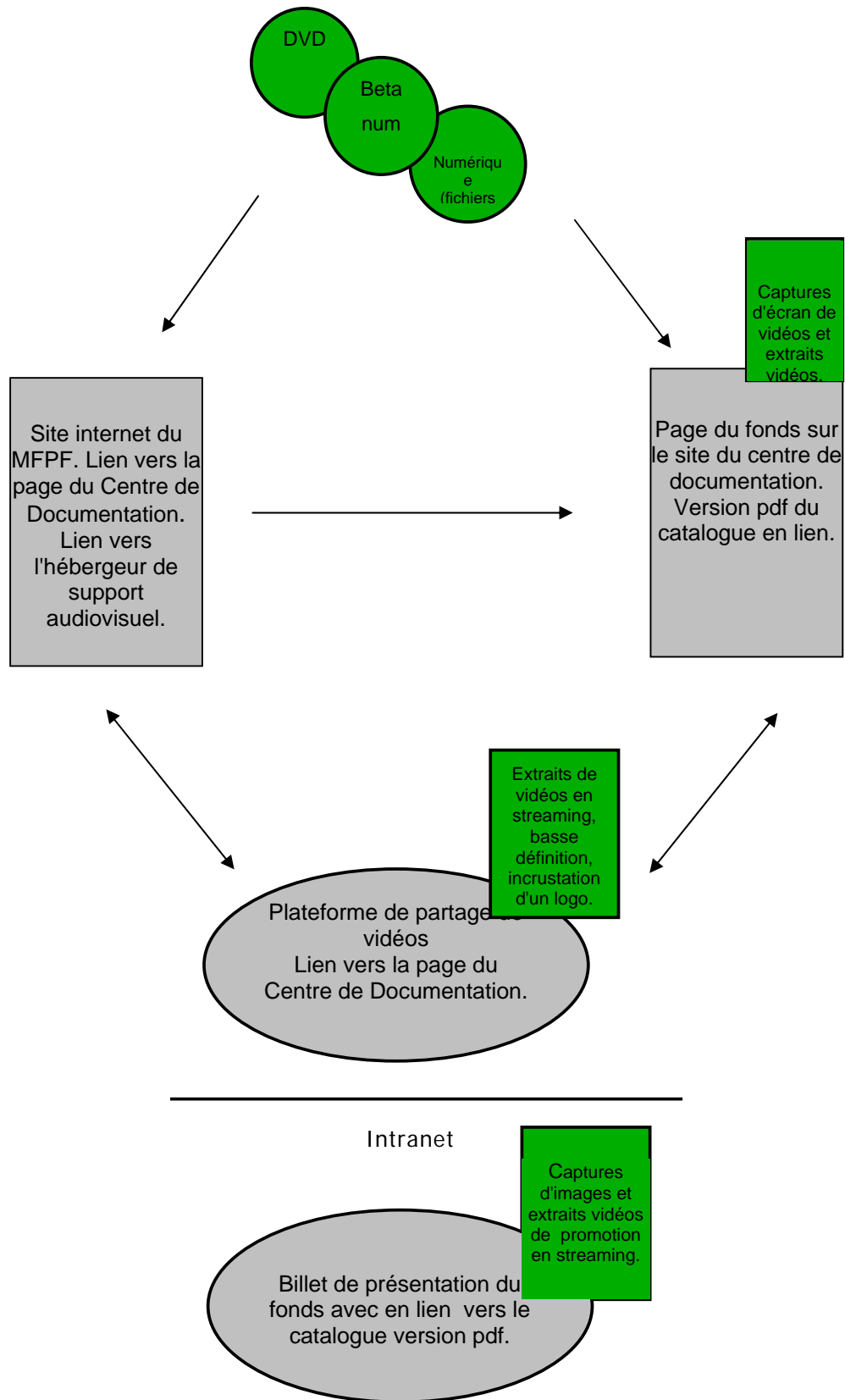
Un dispositif a été proposé, il prend en compte les différents outils de communication du planning. Le schéma de la page suivante se comprend ainsi :

Le site internet du Planning, par un lien, renvoie directement à la page du centre de documentation sur laquelle se trouve la présentation du fonds. Ce dernier, par un lien, donne accès à un catalogue en pdf.

Une plateforme de partage de vidéos (ici Dailymotion) contenant des extraits qui sont censés stimuler la curiosité de l'utilisateur renvoie ce dernier sur le site du Planning et sur la page du Centre de Documentation. Ce parcours permet à l'internaute de prendre connaissance de la nature de la vidéo et de la placer dans son contexte.

Afin d'annoncer l'ouverture des archives audiovisuelles aux membres de l'association, une présentation du fonds avec en lien le catalogue en pdf sera diffusé à une date prévue. Le catalogue est utilisable dans des divers contextes (promotionnel, informationnel...).

### Circulation de l'image et valorisation du fonds :



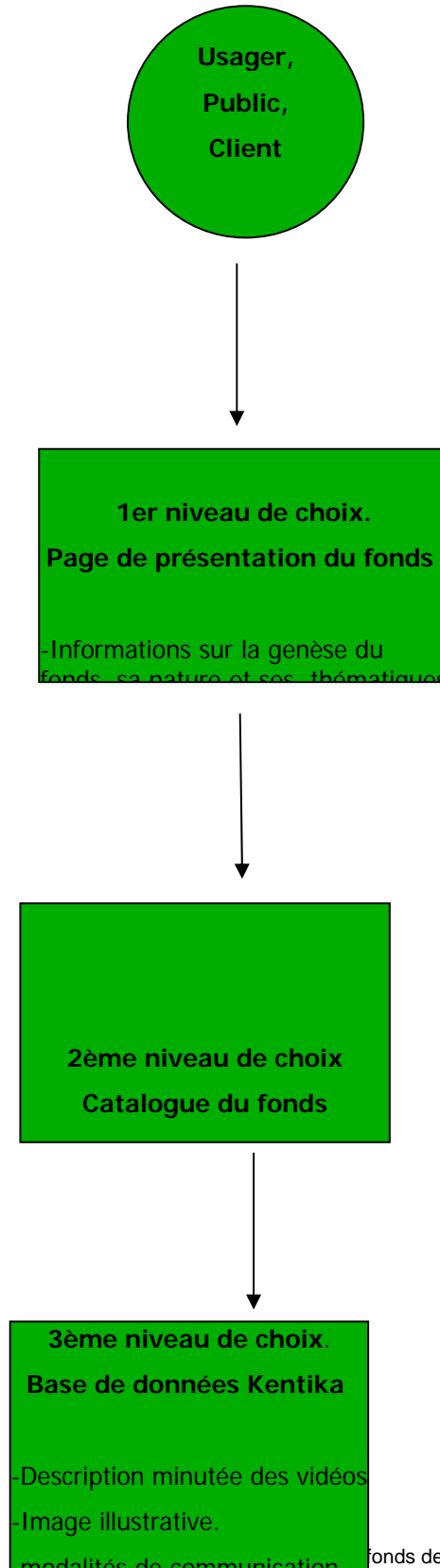
Deux produits promotionnels ont été réalisés. Ils sont utilisables, comme nous l'avons vu, dans un dispositif de diffusion ou de façon individuelle.

La page de présentation des archives audiovisuelles du MFPP est destinée à être déposée sur la page du Centre de Documentation et constitue un premier niveau d'accès au fonds pour l'utilisateur. On y trouve un résumé de la genèse de la mission, les caractéristiques techniques des vidéos et les thématiques proposées. (Annexe 3)

A l'instar des sociétés de productions spécialisées, un catalogue électronique a été réalisé. Il donne à l'utilisateur une vision plus détaillée de la nature du fonds et lui permet d'opérer un deuxième choix. Ce document est organisé par grands thèmes (sexualité, éducation à la sexualité, contraception, avortement et sujets sur le planning familial) et est composé de fiches illustrées de captures d'image. Des indications sur les détails techniques, (date, durée, support d'origine, support de consultation, état, cote, index) et sur le fond (résumé, identité des auteurs, réalisateurs et diffuseurs...) des différentes vidéos y sont données.

Ces images fixes sont considérées comme des supports de communication et des outils de promotion. Un procédé qui permet à l'image de circuler en faisant la publicité du fonds originel tout en suscitant l'intérêt des futurs usagers. Sans pour autant révéler toutes les potentialités techniques et sémiotiques que les vidéos militantes offrent.

Les niveaux d'accès au fonds d'archives audiovisuelles :



## Exemple d'une fiche du catalogue

CONGRÈS79 (1/6) :

DÉBUTS D'ASSISE 9H30-11H00

**Durée:** 36'55

**Auteur / Réalisateur :**MFPF

**Producteur / Diffuseur :**MFPF

**Catégorie :** Rushes.

**Genre :** Action filmée.

**Droits :** MFPF.

**N&B/Couleur :** N&B

**Support d'origine :** ½ pouce.

**Support deconsultation :** DVD, Beta num, Numérique.

**Date :**31/03/1979

**Etat :** Image de mauvaise qualité, sombre avec de multiples bandes blanches et grises.

**Résumé :** Rushes divisés en 6 parties des Assises Nationales organisées par le MFPF tenues le 31 mars 1979 à la Bourse du Travail, sur le thème : « Contraception et avortement, le droit des femmes et les lois ». Ce congrès s'inscrit dans la période qui précède l'adoption définitive en 1980 de la loi Veil votée en 1975.

Sur une estrade les représentantes de l'association présentent l'historique des leurs luttes notamment pour la libéralisation de l'avortement. Dans une deuxième partie des représentants des plannings des régions montent à la tribune et rendent compte des différentes situations rencontrées par les femmes désireuses d'avorter.

**Cote :** V PF 004 FEM

**Index :** CONGRES/PLANNING-FAMILIAL/AVORTEMENT/TEMOIGNAGE/DROIT DES FEMMES/RELATION SOIGNANT-SOIGNE/POLITIQUE DE LA SANTE/SIMONE IFF/ANNEES 70/FRANCE



Simone Iff à la tribune présente l'historique des combats du MFPF.

Au centre du dispositif d'information une plateforme de partage de vidéos assure un rôle de lien entre les différents médias. La diffusion de vidéos en ligne revêt des enjeux de représentation non négligeables.

### 3.1.2 La mise en ligne d'extraits vidéos

La question de la mise en ligne d'extraits vidéo s'inscrit dans une logique de gestion de la réputation de l'association. L'image est à la fois une ressource et un capital qui :

*« contribue non seulement à faire connaître l'association et sa mission auprès du public mais aussi à asseoir une légitimité et à anticiper des attentes (Schlessinger et coll. 2004). »* (32, Avare, Eynaud, p. 156).

Néanmoins, l'exploitation et la diffusion dans ce cadre se heurtent à des résistances causées par la crainte de perte ou de détournement de contenus fortement connotés d'un côté et par le rejet des activités économiques de l'autre. Ces derniers seraient susceptibles de causer une perte d'identité et une nuisance pour l'image de l'association.

En effet, la mise en ligne sur internet d'images animées pose un problème de traçabilité. Plusieurs dispositifs techniques permettent de diminuer le piratage d'œuvres originales. Certains de ces procédés agissent directement sur la vidéo par l'application d'un tatouage numérique. Pratique qui consiste à *« introduire dans le signal une information cachée et discriminante identifiant son propriétaire »*.

Une méthode plus globale destinée au traitement de gros volumes de vidéos permet une détection de copies sur internet. Pour cela, on utilise des techniques de détection de contenus analogues aux techniques d'indexation par contenu audiovisuel [34].



Aujourd'hui, des institutions telles que l'INA commercialisent des outils d'identification efficaces adoptés par des plateformes d'échange de vidéos. (Dailymotion) et des chaînes de télévision (Canal +) pour la protection de leur contenu sur internet.

Le coût et l'importance des dispositifs à mettre en place rendent l'utilisation de ces procédés par des associations au budget limité difficile. Et ce malgré un contexte d'émergence et de développement d'une économie audiovisuelle sur internet.

Parmi les modèles économiques numériques le plus répandu reste celui de «*la gratuité de la diffusion pour le consommateur, financée par la publicité*» fondé sur le taux de visionnage au détriment des éditeurs de contenus et des ayants droit (33, Blanchot, p. 35). Ce système est exploité par les plateformes de diffusion de vidéos et les télévisions de rattrapage (catchup TV).

### **3.2 La vente et la diffusion d'images animées**

Si les images du fonds d'archives audiovisuelles du Mouvement Français pour le Planning Familial sont en priorité destinées à la diffusion, il en est prévu une exploitation commerciale. L'intérêt économique et les valeurs associatives du MFPP ont été pris en compte lors de l'estimation de la grille tarifaire.

La question de la tarification reste problématique dans un contexte associatif. Des résistances, légitimes, empêchent la vente au prix du marché des images. Les membres des associations craignent une dévalorisation de leur image et de leur valeur.

Pour que vive un fonds, il est nécessaire de toucher à la fois un public de professionnels, de spécialistes et un public d'amateurs. Dès lors, les associations pratiquent une tarification préférentielle de plusieurs niveaux.

Pour les professionnels, les images sont vendues en dessous du prix du marché, pour les autres publics, la tarification prend la dénomination de « Prix associatif ». Il s'agit là d'une pratique d'échange de service. Enfin la gratuité est appliquée pour les membres de la confédération

Deux tarifications ont été dégagées, une commerciale à destination des professionnels de l'image et une non-commerciale à destination des usagers du Centre de Documentation et d'un public plus large externe à l'association.

- Une tarification non-commerciale

Une tarification préférentielle a été établie pour un public non professionnel c'est à dire qui n'utilise pas les images fournies par le Centre de Documentation à des fins commerciales. Il s'agit ici de la majorité des usagers et le mode de cession est la location. Nous parlons de prix associatif pour désigner en fait la pratique d'échange de services et de fait la location d'image n'est pas gratuite.

▲ La cession des droits non commerciaux :

<b>Droits de consultation et de reproduction</b>
--

<b>Exploitation non commerciale (location, projection...)</b>	Militants-e(s) du planning familial, conseillères conjugales et familiale, animatrices.	Prix associatif.
	Chercheur(s)-euse(s)	Prix associatif

- Une tarification commerciale

L'estimation du coût des images animées se fonde sur les pratiques du marché, sur la nature même du fonds (amateur, professionnel...) mais aussi sur la nature de la structure gestionnaire des images.

A la suite d'entretiens accordés par la responsable du service Archives de la société de production CC&C et par les membres du Centre Audiovisuel Simone de Beauvoir une grille de tarification de droits de diffusion a été établie. (Annexe 1)

Elle a été conçue à partir des prix pratiqués par les associations et par les fournisseurs d'images amateurs et prend en compte les activités du centre de documentation du MFPF.

Il est proposé un ensemble de cession de droit comprenant une exploitation TV / DVD / VOD (vidéo à la demande) / Catch-up TV (télévision de rattrapage). Nous privilégions une vente par plans. Une pratique qui correspond aux usages des professionnels des images animées. L'utilisation d'extraits est limitée à un projet unique et à une multidiffusion illimitée dans un temps limité. .

Cette tarification s'aligne sur les critères suivants : le statut de l'acheteur ou de l'utilisateur, la durée d'utilisation (pour une année, trois années ou cinq années), le champ d'exploitation (tv, câble et satellite), le nombre de diffusion et le territoire (France, Pays francophones, Europe, Monde).

Afin de respecter les principes associatifs, nous avons proposé des prix se situant en dessous du prix le plus bas du marché. Les conditions de ventes

d'images sont régies par un contrat qui lie l'acheteur au centre de documentation du MFPF (Annexe 2).

⤴ **La cession des droits pour une exploitation TV/RADIO**

<b>Droits de diffusion (minute/euros)</b>
---

<b>Exploitation TV / Radio.</b>	Exploitation Télévision (TNT, Câble et satellite) 1 an France, les pays Francophones et le monde pour une utilisation unique et multidiffusion.	300/min
	Exploitation Télévision / DVD / Catch up TV / VOD. 3 ans France et pays francophones et monde pour une utilisation unique et multidiffusion.	450/min
	Exploitation Télévision / DVD / Catch up TV / VOD. 5 ans France, pays francophones et monde pour une utilisation unique et multidiffusion.	700/min

⤴ **La cession des droits pour une diffusion DVD.**

<b>Droits de diffusion (minute/euros)</b>
---

	1 an France, pays francophones et monde.	200/min
--	--	---------

<b>Exploitation DVD / VOD/Internet/ Catch-up TV.</b>	3 ans France, pays francophones et monde.	400/min
	5 ans France, pays francophones et monde.	500/min

# Conclusion

Qu'elles soient fixes ou animées, les images d'archives ont besoin de bénéficier d'une certaine visibilité pour circuler. Pour parvenir à cela, il est avant tout nécessaire de traiter le fonds pour pouvoir en déterminer ses caractéristiques principales. Il s'agit de prendre en compte la structure qui l'héberge et le gère, d'analyser les thématiques qui y sont traitées tout en le plaçant dans un contexte historique, sociologique et économique.

Ce travail préalable permet, dans un deuxième temps de procéder à une étude des besoins et des publics. Ceux-ci déterminés, on aboutit alors à l'élaboration d'un plan de communication qui valorise un travail documentaire sur les vidéos. Ces étapes sont d'autant plus importantes quand le fonds d'archives audiovisuelles est hébergé par une association.

Du fait de leur histoire et de leur fonctionnement, les structures associatives se sont adaptées à l'économie de marché en proposant un modèle de fonctionnement hybride. Ainsi des associations adoptent les caractéristiques analogues aux entreprises (salarisation, bureaucratisation). Cela a provoqué l'émergence d'un secteur spécialisé dans la vente d'images d'archives. Un secteur qui répond à la demande d'un public spécifique composé de spécialistes et d'amateurs. Dès lors les images animées sont traitées et gérées de façon professionnelle

Le cas du Mouvement Français pour le Planning Familial illustre bien les différentes étapes nécessaires à la gestion et à l'exploitation d'un fonds d'archives audiovisuelles spécifique et connoté dans un contexte associatif.

Afin de rendre les images disponibles, il est nécessaire de traiter les films d'un point de vue documentaire pour dans un deuxième temps les utiliser dans le cadre de support de communication et de promotion.

Le traitement documentaire a alors une double fonction : rendre accessible les vidéos à tous les usagers (professionnels, non-professionnels) tout en respectant les droits d'auteurs et les droits à l'image. C'est en effet autour de la clarification des droits que s'organise la gestion d'un fonds et la mise en place d'un plan de communication ; et cela pour éviter d'éventuels litiges.

Il est donc nécessaire de proposer aux usagers plusieurs niveaux d'information. Ce qui leur permet d'opérer un choix éclairé.

Les produits promotionnels constituent le premier niveau d'information. Le site internet du Centre de documentation donne ainsi accès à une première page de présentation du fonds qui synthétise ses principales caractéristiques, pour ensuite donner accès à un catalogue précis des différentes vidéos. Les fiches de la base de données Kentika constituent pour un public externe le troisième et dernier niveau d'information. Deux éléments déterminent alors le choix de l'utilisateur : le minutage détaillé avec les informations qui s'y rattachent et la vignette d'image illustrative qui témoigne partiellement de la qualité de l'image.

Le plan de marketing et le plan de communication répondent sur plusieurs points aux problématiques posées par la diffusion d'image animée dans le cadre d'un centre de documentation d'une association.

Néanmoins des blocages se cristallisent autour de deux questions, la mise en ligne d'extraits d'images animées et la commercialisation. En effet, ces deux points sont perçus par les membres des associations comme une violation des principes cardinaux qu'ils défendent, à savoir, le service gratuit et la protection des valeurs associatives.

Face à ce problème épineux, plusieurs solutions sont envisageables. On peut songer, entre autres, à la mise en place d'une tarification adaptée aux valeurs associatives. On adopte alors des usages qui se situent entre les pratiques économiques et les pratiques solidaires. Ce qui donne la possibilité aux structures dont la vente d'image n'est pas le cœur de métier, d'obtenir une visibilité de leurs fonds sur un marché atomisé, sans pour autant se placer en concurrence directe avec des entreprises spécialisées dans le domaine de la vente des images animées.

Le Planning Familial pourrait, en adoptant cette tarification, se placer sur le marché des images d'archives en occupant une position intermédiaire entre les sociétés spécialisées privées et les institutions publiques.





# **Bibliographie**

La recherche bibliographique a été arrêtée au neuf septembre 2011. Les documents sont classés selon un ordre thématique et alphabétique

### **Les femmes et l'image : histoire et contexte**

[1] BELGRAVE Doucha. Le regain du Centre audiovisuel Simone de Beauvoir. État généraux du film documentaire, Dossier femmes en mouvements, Août 2005, n° 20, p. 8-10. ISSN 1262-3415

Article sur la réouverture du Centre Audiovisuel Simone de Beauvoir, structure associative créée en 1982 qui gère, conserve et diffuse des vidéos militantes. Il y est présenté l'histoire du centre et ses activités.

[2] CHAUVAUD Frédéric. La Faiseuse d'anges. In TSIKOUNAS Myriam, dir. Eternelles coupables. Les femmes criminelles de l'Antiquité à nos jours. Editions Autrement, Paris, 2008. p. 76-77. ISBN 978-2-7467-1118-1

L'auteur relate l'émergence de l'image des faiseuses d'anges et de l'accentuation du rôle de la maternité par les politiques gouvernementales.

[3] CHAUVAUD Frédéric. Mauvaises mères. In TSIKOUNAS Myriam, dir. Eternelles coupables. Les femmes criminelles de l'Antiquité à nos jours. Éditions Autrement, Paris, 2008 . p. 66-67. ISBN 978-2-7467-1118-1

Une analyse de l'importance de l'image de la mère dans les sociétés du XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles.

[4] FLECKINGER Hélène. « C'est avec la vidéo que nous nous raconterons » - De la rencontre entre féminisme et cinéma militant. Images de la culture. État généraux du film documentaire, Dossier femmes en mouvements, Août 2005, n° 20, p. 4-7. ISSN 1262-3415

Article qui retrace l'émergence et le développement de la vidéo féministe. On y trouve une description précise des caractéristiques de ce genre cinématographique qui fait son apparition au début des années 1970.

[5] NIELEN Marie-Adélaïde. Les sceaux des reines de France : un instrument de pouvoir ?. In Demeulenaere-Douyère Christine, Plouvier Marie, Souchon Cécile, dir. Des Images et des mots : les documents figurés dans les archives. Éditions CTHS, Paris, 2011. Chap. 1, p. 21-35. ISBN 978-2-7355-0726-9

A travers l'étude des sceaux des reines de France, l'auteure démontre le lien entre l'image et le pouvoir. Un phénomène qui détermine le statut social des femmes.

[6] PICQ Françoise. Libération des Femmes. Les années mouvement. Éditions du Seuil. Paris, 1993. 380 p. ISBN 2-02-012239-1

Cet ouvrage est un témoignage de la naissance du Mouvement de Libération des Femmes. On y aborde les moyens de communication du mouvement qui vont déterminer, en partie l'émergence, de la vidéo militante.

[7] RIOT-SARCEY Michèle. Histoire du féminisme. Éditions La Découverte. Paris, 2005. 122 p. Collection Repères. ISBN 2-7071-3704-9

Un condensé de l'histoire du féminisme qui se concentre sur les combats pour l'égalité et la parité. Ce document permet de contextualiser politiquement le mouvement.

[8] SCHMITT-PANTEL Pauline. La femme criminelle par nature ? In TSIKOUNAS Myriam, dir. Les femmes criminelles de l'Antiquité à nos jours. Éditions Autrement, Paris, 2008. p. 14-16. ISBN 978-2-7467-1118-1

L'auteure démontre que la représentation des femmes criminelles est indissociable de l'image des femmes.

[9] SELLIER Geneviève. La Nouvelle Vague. Un cinéma au masculin singulier. Éditions du CNRS, Paris, 2005. 203 p. Collection Cinéma & Audiovisuel. ISBN 2-271-06354-X

[10] SELLIER GENEVIEVE. «Images de femmes dans le cinéma de la Nouvelle Vague».. Clio numéro 10-1999. Date de mise à jour mis en ligne le 22 mai 2006., [consulté le 25 juillet 2011]. <<http://clio.revues.org/index265.html> >

Ces deux derniers documents, un ouvrage et un article, montrent comment la vision masculine des femmes s'est transposée au cinéma dans les années 1950 et a reproduit une image archaïque sous couvert de modernité. Cela nous donne des informations sur la place des femmes dans les sociétés du milieu du XX<sup>e</sup> siècle.

[11] TSIKOUNAS Myriam. Éternelles coupables. Les femmes criminelles de l'Antiquité à nos jours. Éditions Autrement, Paris, 2008. 205 p. ISBN 978-2-7467-1118-1

Étude qui montre comment dans le temps à travers différents supports, les images des femmes criminelles se confondent avec le statut social et juridique des femmes.

### **Sur les associations et archivistique audiovisuelle**

[12] EME Bernard. Les tourments de l'ambivalence. In LAVILLE Jean-Louis, CAILLE Alain, CHANIAL Phillipe, DACHEUX Eric, EME Bernard, LATOUCHE Serge, dir. Association, démocratie et société civile. Éditions La Découverte. 2001, Chap. 2, p. 27-58. ISBN 2-7071-3500-3

Ce chapitre expose la genèse de l'association moderne et notamment les contexte de son émergence au cours du XIX<sup>e</sup> siècle.

[13] Ferry Luc. Rapport au premier ministre sur la représentation du monde associatif dans le dialogue civil. 2010. 89 p.

Ce rapport donne des chiffres sur les activités du secteur associatif notamment ceux de la santé et du service.

[14] GARDIN Laurent. L'approche socio-économique des associations. In HOARAU Christian, LAVILLE Jean-Louis, dir. La Gouvernance des associations. Économie, sociologie, gestion. Éditions Erès, Paris, 2008. Chap 4. p. 95-110. ISBN 078-267492-0979-1

Ce texte rappelle que les associations ont aussi une activité économique. L'auteur fait une rapide présentation des principaux acteurs de l'économie associative.

[15] GUYOT Jacques. ROLLAND Thierry. Les archives audiovisuelles. Histoire, culture et politique. Éditions Arman Collin, Paris, 2011. 164 p. Collection Cinema / Arts visuels. ISBN 978-2-200-25595-4

Ouvrage qui propose une synthèse sur les spécificités de l'archivistique audiovisuelle et plus précisément sur le marché des images animées. On y présente les acteurs, les principaux secteurs d'activité et les principaux débouchés.

[16] LAVILLE Jean-Louis. Les raisons d'être des associations. In LAVILLE Jean-Louis, CAILLE Alain, CHANIAL Philippe, DACHEUX Éric, EME Bernard, LATOUCHE Serge, dir. Association, démocratie et société civile. Éditions La Découverte, Paris, 2001. Chap. 3, p. 61-140. ISBN 2-7071-3500-3

Dans ce chapitre, le sociologue Jean-Louis Laville, expose les concepts de tiers secteur et d'économie solidaire. Pour se faire il revient sur la construction historique et politique de la notion de solidarité en France.

[17] SALVADOR Juan. La sociologie des associations. Dimension organisationnelle et institutionnelle. In HOARAU Christian, LAVILLE Jean-Louis, dir. La Gouvernance des associations. Économie, sociologie, gestion. Éditions Erès, Paris, 2008. Chap. 3, p. 73-94. ISB 978-2-7492-0979-1

Juan Salvador nous expose sa thèse de l'actionnalisme institutionnaliste. Il démontre la caractère ambiguë de l'association moderne qui est à la fois une organisation et une institution. Les militants y tiennent une place importante.

## **Les usages et les publics**

[18] LE COADIC Yves. Usages et usagers de l'information. ADBS Édition. Paris, Armand Colin, 2004. 127 p. Collection 128. Notes. ISBN 2-200-34062-1

Ouvrage sur les usagers des centres de documentation et des bibliothèques.

[19] MASSIGNON Valérie. La Recherche d'images. Méthodes, sources et droits. Éditions De Boeck. Bruxelles, 2002. 202 p. ISBN 2-8041-3955-7

Dans un chapitre, Valérie Massignon, traite du marché des images fixes et animées et présente les principales institutions gestionnaires (les cinémathèques, les fonds privés...).

[20] MFPP. Université d'été – 23 & 24 septembre 2011 – Paris, Résister et inventer : Pourquoi et comment s'engager avec le Planning Familial. Centre de documentation du Planning Familial, Paris, Juillet 2011. 203 p.

Dossier préparatoire de l'Université d'été 2011 constitué par les documentalistes du Mouvement Français pour le Planning Familial sur la thématique du nouveau militantisme. On y trouve l'étude de Liane Henneron sur la nouvelle génération de militantes, qui constitue un public potentiel pour les fonds d'archives audiovisuelles féministes.

[21] OCTOBRE Sylvie. Les nouveaux usagers : les "digitales natives". Documentaliste-Sciences de l'information, 2009, vol. 46, n°3, p.61-62. <[www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2009-3-page-58.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2009-3-page-58.htm). >

Portrait du phénomène dit des «*digital natives*», apparu avec le développement des nouvelles technologies et mettant en scène de jeunes usagers de produits culturels, accessibles gratuitement sur internet.

[22] POISSENOT Claude. Comment envisager l'avenir des relations avec les usagers ?. Documentaliste-Sciences de l'information, 2009, vol. 46, n°3, p. 58-60.<  
[www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2009-3-page-58.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2009-3-page-58.htm). >

Un texte sociologique dans lequel l'auteur décrit les mécanismes qui fondent les relations entre les usagers et les centres de documentation. Il y est démontré, entre autre, que les choix des usagers sont motivés par le désir d'intégration, par la mise en place d'une stratégie et par le besoin d'affirmer l'appartenance à un groupe.

### **Le Mouvement Français pour le Planning Familial**

[23] FRIEDMANN Isabelle. Liberté, sexualités, féminisme. 50 ans de combat du planning pour les droit des femmes. Éditions de la Découverte. Paris, 2006. 278 p. ISBN 2-7071-4489-4

Ouvrage qui retrace l'histoire du MFPP, ses principaux combats et donne des chiffres sur les activités de l'association.

[24] MFPP. Le Centre de documentation, rapport d'activités, 2010. 4 p.

Ce rapport fournit des informations sur les activités du centre de documentation du MFPP notamment des chiffres et des précisions sur les différents types d'usagers qui font appel aux services des documentalistes.

### **Le traitement documentaire des images animées**



[25] BACHIMONT Bruno. Images et audiovisuel : la documentation entre technique et interprétation. Documentaliste-Sciences de l'information [en ligne], 2005, vol. 42, n°6 p. 348-353.<[www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-348.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-348.htm)>

Dans cet article l'auteur rappelle les différents régimes de description des images animées.

[26] KATTNIG Cécile. Gestion et diffusion d'un fonds d'image. ADBS. Paris, Éditions Nathan. 2002. 127 p. Collection 128. ISBN 2-09-191150-X

Guide de la gestions des fonds audiovisuels d'image fixe. On y trouve des techniques pour légènder et décrire des images fixes. Méthodes utilisées ici pour le traitement des images animées.

[27] MELOT Michel. L'image n'est plus ce qu'elle était. Documentaliste-Sciences de l'information [en ligne], 2005, vol. 42, n°6, p. 361-365. <[www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-361.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2005-6-page-361.htm).>

L'auteur rappelle les principales caractéristiques des images et la nécessité des les traiter par lot. Ce qui permet la description, une étape importante du traitement documentaire des images fixes ou animées.

[28] STOCKINGER Peter. Le document audiovisuel. Procédures de description et exploitation. Lavoisier. Paris, 2003. Chap. 1, De la description d'un objet signifiant, p. 19-29. ISBN 2-7462-0619-6

Dans ce chapitre l'auteur propose plusieurs méthodes de description des images animées et pose les conditions de leurs applications.

### **Les droits d'auteurs et les droits à l'image :**

[29] BATTISTI Michèle. Des clics et de droits. Le droit appliqué à l'image. A.D.B.S. Éditions. Paris, 2009. 64 p. Collection L'essentiel sur. ISBN 978-2-84365-103-8

Un panorama des droits d'auteurs et du droit à l'image appliqués au domaine de l'audiovisuel et du numérique.

[30] HALPERN Céline (Maitre). Le droit à l'image. Les droits des particuliers, les procédures et demandes d'autorisation. Éditions de Vecchi. Paris, 2003. 95 p. Collection Le droit au quotidien. ISBN 2-7328-3614-1

En se basant sur la jurisprudence, l'auteure présente un guide des différents cas pratiques relatif à l'application du droit à l'image et donne, entre autre, des informations sur les exceptions qui permettent une exploitation libre des images animées

[31] LE TRAON Gilbert, NAIZET Gaël. La Cinémathèque de Bretagne, production et vente d'images. 1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze [en ligne], 2003, 41, mis en ligne le 13 février 2007, [consulté le 25 juillet 2011]. <<http://1895.revues.org/267> >

Article sur la Cinémathèque de Bretagne, structure gestionnaire de films amateurs. Les auteurs présentent les différentes méthodes de gestion, d'exploitation et de commercialisation d'un fonds d'archives audiovisuelle. Ils exposent les méthodes pour retrouver les ayant droits d'œuvres orphelines.

## **La valorisation et l'exploitation du fonds audiovisuel du MFPP**

[32] AVAR Philippe. EYNAUD Philippe. L'autorégulation des associations faisant appel au don public. In HOARAU Christian, LAVILLE Jean-Louis, dir. La Gouvernance des associations. Économie, sociologie, gestion. Éditions Erès, Paris, 2008. Chap. 7 p. 153-171. ISBN 078-267492-0979-1

Texte qui montre l'importance de la réputation et de l'image des association dans le cadre de leurs activités.

[33] BLANCHOT Guillaume. Modèles économiques de la vidéo en ligne. Documentaliste-Sciences de l'information 2010, vol. 47, n°4, p. 34-35. ISSN 0012-4508

Article sur les différents modèles économiques régissant la mise en ligne d'images animées notamment le modèle des plateformes d'échange de vidéos.

[34] GOUET-BRUNET Valérie. Analyse et indexation par le contenu des collections de vidéos. Documentaliste-Sciences de l'information. Documentaliste-Sciences de l'information 2010, vol. 47, n°4, p. 46-47. ISSN 0012-4508

Article sur les différents méthodes de protection de l'image sur internet notamment l'empreinte numérique et les outils de traçabilité.

[35] VILA-RAIMONDI Martine. Stratégie marketing et politique de communication : quelle complémentarité. Documentaliste-Sciences de l'information 2008, vol. 45, n°1, p. 64-69. <[www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2008-1-page-64.htm](http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2008-1-page-64.htm).>

Cet article présente les caractéristiques du plan de communication et du marketing dans le cadre des centres de documentation.

# Annexes

## Annexe 1 - Entretien chez CC&C

CC&C (Clarke, Costelle et Cie) est une société de production de documentaires historiques à base d'images d'archives. Nous avons rencontré la responsable du service chargé de la recherche et de l'acquisition des images destinées à la production de ces films. Juriste de formation et professionnelle de l'audiovisuel elle connaît bien les contrats et les tarifications.

### 1. La qualité des images :

Il a été organisé un visionnage des cinq vidéos suivantes :

- Prostitution ;*
- Un mal nécessaire ;*
- Sur le parvis de Beaubourg 1ère partie ;*
- Sur le parvis de Beaubourg 2ème partie ;*
- Congrès 79 (4 /6) Nos propositions; les conditions de la liberté.*

Après visionnage les premières remarques de la responsable concernent la qualité des images.

#### ▲ L' état des films :

Les traces au niveau des bordures de l'image pour la vidéo « Sur le parvis de Beaubourg » laissent penser que la bande u-matic était déjà usée. Les films à bordures abîmées seront recadrés en cas d'utilisation. La qualité des couleurs est bonne et semble exploitable, il s'agit néanmoins de films amateurs.

⤴ L'utilisation de ces images par les sociétés de production :

Le contenu de ces quatre vidéos ne permet pas une extraction d'image à des visées illustratives. Ces documents peuvent servir surtout dans des projets très précis (documentaire, reportages sur la prostitution par exemple,) ou des formats divers (institutionnel ...).

⤴ Autres conseils :

Les copies Beta ne peuvent en principe être utilisées fréquemment, par exemple chez CC&C, elles sont utilisées une fois par projet. Il faut donc prévoir deux copies d'un même film, une pour la consultation et le report et une autre de sécurité.

## **2. La tarification :**

⤴ Les critères de la tarification :

La tarification des droits d'image se détermine en fonction du support de diffusion, du nombre de diffusion, du territoire et de la durée de cession des droits (les droits peuvent être cédés pour un an, cinq ans, dix ans, trente ans ou à perpétuité). Il nous est conseillé d'adopter un ensemble de cession de droits de diffusion, il s'agit des droits TV, DVD, Catch- up Tv (Télévision de rattrapage) VOD (Video à la demande) et internet.

Globalement, l'exploitation géographique peut s'étendre à la France, aux pays francophones, à l'Europe et à l'international. Notre fonds est destiné à une diffusion nationale et francophone.

### ✧ Les différentes tarifications :

Une utilisation globale des droits TV / DVD/ VOD/ Catchup TV pour une durée de dix ans sur le territoire Français et francophone en se basant sur l'exemple du fournisseurs d'images amateurs revient à titre d'exemple chez Centrimage à 600 euros /min HT, chez CinéMémoire (Marseille) 800 euros/min tandis que chez Cineam, source régionale de films, cela va jusqu'à 2000 euros/min.

La fourchette basse en matière de vente et d'achat d'images se situe à 400 euros la minute, propos confirmé par le Centre Simone de Beauvoir qui vend ses films à 500 euros / min pour une diffusion TNT, Câble et Satellite.

Pour une exploitation des droits uniquement TV la moyenne varie entre 400 et 1500 euros la minute.

### **3. Préconisations pour l'application du droit d'auteur et du droit à l'image :**

Si la recherche d'ayants-droit n'a pas pu aboutir, il est toujours possible d'exploiter les images et de réagir aux plaintes de violation de droit à l'image au cas par cas en réglant la situation à l'amiable avec les plaignants et en les dédommageant si nécessaire.

Il est possible d'inclure dans un contrat une clause de décharge en responsabilité lorsque l'on vend des images dont les droits ne peuvent pas être clarifiés. Cette clause implique que la responsabilité du cédant ne peut être engagée pour l'utilisation des images cédées en cas de contestation par des tiers.

▲ Autre conseil :

Afin de s'assurer de la bonne gestion des droits nous pouvons demander à être rattaché à un gros diffuseur externe (l'INA ou le Forum des images) mais cela implique de renoncer à certains prérogatives sur les vidéos ce qui n'est pas, dans notre cas, envisageable.

Quand la situation juridique des vidéos sera clarifiée il est conseillé de contacter l'association des documentalistes recherchistes PIAF (Professionnel des Images et des Archives de la Francophonie) qui diffusera la mise en disponibilité du fonds à son réseau de professionnels.



## Annexe 2 - Contrat de cession de droits.

Entre les soussignés :

et

Le Centre de documentation du Mouvement Français pour le Planning Familial (MFPF)  
4 Square Saint-Irénée  
75 011 Paris

Il est convenu le contrat suivant :

- ⤴ Le centre de documentation du MFPF autorise \_\_\_\_\_ à faire usage de l'extrait d'images animées décrit ci-dessous dans le cadre d'une exploitation unique et déterminée pour la réalisation d'une œuvre audiovisuelle destinée à la diffusion télévisuelle, radiophonique DVD et internet (VOD/Catch up TV).
- ⤴ ex : Extrait de la manifestation du 6 octobre 1979. Scène d'une foule de manifestantes entourées de banderoles.
- ⤴ Cette autorisation est accordée par le centre de documentation du MFPF pour une exploitation et une multidiffusion de l'extrait dans le cadre du projet audiovisuel \_\_\_\_\_ pour une durée de \_\_\_\_\_ (1, 3 ou 5 ans) valable à compter de la signature du présent contrat, en France, dans les pays francophones et dans le monde.
- ⤴ Il est convenu que si la \_\_\_\_\_ (société de production ou autre) désire utiliser cet extrait au-delà de ce délai, elle devra entrer en contact avec le centre de documentation du MFPF pour renouveler le présent contrat.
- ⤴ La \_\_\_\_\_ s'engage à détruire l'extrait filmé après cette utilisation.
- ⤴ Il est entendu que la mention « Centre de documentation du MFPF » sera indiquée dans le générique.

Fait en deux exemplaires, à Paris, le

Précédé de la mention lu et approuvé :

## Annexe 3 - Page de présentation du fonds.

### GENÈSE DU FONDS :

Lors des cinquante ans du Mouvement Français pour le Planning familial des bobines de films ont été retrouvées dans les archives. Le Centre de documentation et Alain Carrou de la BnF ont décidé d'exploiter ce nouveau fonds. Initialement sous format ¼ u-matic et ½ pouce ces documents ont été convertis par les services de la BnF en Beta num, DVD et format numérique (stockage sur un graveur externe).

Ce fonds s'adresse à toute personne intéressée par les questions de société. Les professionnels (société de production, journaliste...) mais aussi les militantes et militants du planning familial. Ils pourront utiliser ces images à des fins pédagogiques ou de communication. Les chercheurs seront intéressés quant à eux par l'importance de ces images, témoignage d'une époque.

### LE MFPP EN IMAGE :

Vingt-sept films amateurs et professionnels témoignent des activités créatives du Mouvement Français pour le Planning Familial Français de la fin des années 1970 aux débuts des années 1980. Le fonds est constitué de films montés et de rushes. Les thématiques traitées vont de la contraception à la violence faites aux femmes en passant par la sexualité et l'éducation à la sexualité.

#### La contraception et l'avortement.

Une série de documents retrace les combats menés par le MFPP et les féministes pour l'accès universel à l'avortement et à la contraception. Ce corpus est constitué d'une émission de plateau « Tribune Libre », des rushes des « Assises Nationales du Planning Familial du 31 mars 1979 », des rushes de la Marche du 9 octobre 1979, manifestations pour la pérennisation de la loi Veil et des rushes du retour de Londres de jeunes femmes avortées.



La marche du 6 octobre 1979.



Le témoignage anonyme d'une prostituée.

#### Les violences faites aux femmes et la prostitution.

Les questions de l'exploitation sexuelle et des violences faites aux femmes sont abordées dans deux films montés « Un mal nécessaire », « Violideo » et le rush d'une conférence de presse de l'association des prostituées.

#### La sexualité et l'éducation à la sexualité

Cette partie est constituée de trois documents montés : « Question d'âge », documentaire sur la sexualité à travers les générations, « Les Tracas de Raoul », animation tirée d'une création de Claire Bretécher et « Pilule Story », pièce de théâtre filmée sur la contraception chez les jeunes.



Raoul se demande comment on fait les bébés.



Panneau de l'exposition pour les 25 ans du MFPP.

#### Les 25 ans du MFPP.

Un document monté et ses rushes témoignent de la commémoration des 25 ans du planning familial au Bataclan le 13 novembre 1981.