

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

03 JUILLET 2018

LA PHOTOGRAPHIE DE COMMANDE, UN TERRITOIRE DE CRÉATION À DÉCOUVRIR

La cartographie des Prix photographiques ne cesse de s'étendre et la photographie contemporaine n'a jamais été autant célébrée. Dans ce paysage, la photographie de commande apparaît pourtant comme la grande absente, bien que l'art ait toujours abondamment nourri nombre de campagnes publicitaires, et qu'une multitude d'artistes ont produit des travaux personnels dans le cadre de missions et de commandes. Cette porosité entre deux mondes souvent éloignés conduit aujourd'hui à une réflexion sur le statut de la photographie de commande, ses enjeux, ses perspectives et son inscription dans les histoires de l'art et de la photographie.

Imaginé par la plateforme de création de contenus visuels Ooshot, le Ooshot Award souhaite récompenser des visions d'auteurs et d'artistes mises au service de marques, d'entreprises et d'institutions. En aidant les commanditaires à mieux définir leur projet de communication par l'image, en les accompagnant dans leur relation au photographe, en guidant les artistes à comprendre les cahiers des charges qui leur sont soumis, Ooshot, à travers le Ooshot Award, fait se rencontrer des talents d'auteurs avec les besoins de la commande. Qu'un créateur d'image, un 'artisan' du regard, choisi pour ses qualités artistiques, puisse se révéler, et soudainement faire des merveilles...

LES AMBITIONS DU OOSHOT AWARD

- Sensibiliser les commanditaires à la création visuelle, à envisager des commandes photographiques plus audacieuses, les convaincre que le geste artistique du photographe peut nourrir et valoriser leur communication pour lui donner une plus grande visibilité.
- Reconnaître la part de création de la photographie de commande pour donner aux photographes de renom comme aux plus jeunes talents l'opportunité de créer davantage et de vivre mieux.

MÉCANIQUE(S)

Le *Ooshot Award* récompensera un travail de commande photographique réalisé par un photographe professionnel pour le compte d'un commanditaire. Il concerne tous les secteurs où l'image est sollicitée pour servir un objectif de communication : entreprise, institution, collectivité publique, industrie..., quelque soit son domaine d'application : mode, publicité, beauté, nature morte, culinaire, reportage/ documentaire, portrait, etc. Le prix exclut la photographie de commande pour la presse.

Le *Ooshot Award* sera parrainé par **un/e photographe de renom**, dont la pratique personnelle a été nourrie parallèlement par des travaux de commandes.

Le jury du *Ooshot Award* 2018 sera composé de 7 personnalités des mondes de l'image, de l'entreprise et de la communication. Il sera annoncé en septembre 2018.

Pour sa première édition, le *Ooshot Award* invite également **30 nominateurs** experts du monde de l'image à proposer un choix de photographes qui ont marqué la photographie de commande ces trois dernières années. Les candidatures sont également ouvertes à tous les photographes professionnels sur le site www.ooshotaward.com.

Une pré-sélection de 20 à 25 dossiers sera effectuée par Fannie Escoulen et Valérie Hersleven et soumise au jury.

Le lauréat se verra remettre **une dotation de 10 000 €** afin de poursuivre ou entreprendre un projet photographique personnel. Des mentions spéciales et/ou des coups de cœur du jury pourront être décernés.

Une soirée de remise des Prix et une exposition au printemps 2019 aura lieu dans un lieu privilégié du monde de la mode ou de l'art à Paris.

CALENDRIER

- 1^{ER} SEPTEMBRE

Ouverture du site officiel www.ooshotaward.com

- 1^{ER} SEPTEMBRE – 11 NOVEMBRE

Annonce des 30 nominateurs et du jury sur le site du *Ooshot Award*

Dépôt des candidatures en ligne

- FIN NOVEMBRE

Pré-sélection des 20 candidats nominés

- 3 DECEMBRE

Réunion du Jury

- PRINTEMPS 2019

Soirée de remise des Prix et exposition des lauréats

L'ÉQUIPE

Le Ooshot Award est une initiative de Valérie Hersleven, fondatrice de Ooshot.com

La volonté de créer un nouveau Prix dédié à la photographie de commande s'installe depuis de longues années dans l'esprit de Valérie Hersleven qui a cherché, tout au long de son parcours professionnel, à décroquer les frontières entre l'art et la photographie commerciale. Après un début de carrière chez Apple et l'agence de communication VVL/BBDO en Belgique, elle devient plus tard agent de photographes à Londres puis à Paris. Elle vend son agence en 2012 pour lancer Ooshot en 2014. Aujourd'hui implanté dans 47 pays, Ooshot propose plus de 5000 prestataires, vidéastes, motion designers et photographes.

La direction artistique du Prix est menée par Fannie Escoulen, commissaire d'exposition indépendante, spécialiste de la photographie contemporaine. Directrice adjointe du BAL à Paris depuis sa création en 2007 jusqu'en 2014, elle a été directrice artistique du Prix Levallois pour la jeune création photographique internationale de 2015 à 2017. Elle collabore régulièrement avec des maisons d'éditions sur des projets d'ouvrages monographiques et mène par ailleurs des missions de conseils pour des entreprises et des mécènes pour la photographie.

LES PARTENAIRES DU OOSHOT AWARD

O O S H O T

picter

L'ADN
LES SÉQUENCES DE L'INNOVATION

CONTACT PRESSE

2e BUREAU

- Sylvie Grumbach, Martial Hobeniche T : +33 (0)1 42 33 93 18
- ooshotaward@2e-bureau.com

IMAGES - OOSHOT AWARD

1. Man Ray, Les Larmes, 1993 (Pour Cosmecil, Arlette Bernard)*



Man Ray : © MAN RAY TRUST / ADAGP, Paris 2018

*** Pour toute négociation des droits de parution de cette image de Man Ray, merci de contacter l'ADAGP - sylvie.dumas@adagp.fr - 33 (0)1 43 59 09 35**

L'une des photographies emblématiques de Man Ray, *Les larmes* (1933), redécouverte à l'occasion de l'exposition *La subversion des images* au Centre Pompidou (commissariat de Clément Chéroux et Quentin Bajac), n'est autre qu'une image réalisée pour la marque de mascara Cosmecil Arlette Bernard. Par l'opération des recadrages successifs du portrait de la danseuse, d'abord en vue de la photographie publicitaire, puis pour la réalisation de ce que Man Ray considère comme l'oeuvre elle-même, cette image s'installera dans la conscience collective comme le grand chef-d'œuvre de Man Ray, et au delà, comme l'une des icônes de la photographie surréaliste.

2. Alec Soth pour Gucci, 2017 (libre de droits)



© Alec Soth / Magnum Photos / © Courtesy of Gucci

Quand un grand photographe américain imprégné de grands espaces et de personnages mélancoliques détourne les codes de la photographie de mode pour les besoins d'une campagne Instagram de la nouvelle collection de montres Gucci... Pour ce nouveau projet, la maison de mode italienne fait sans doute figure des plus originales sur les médias sociaux.