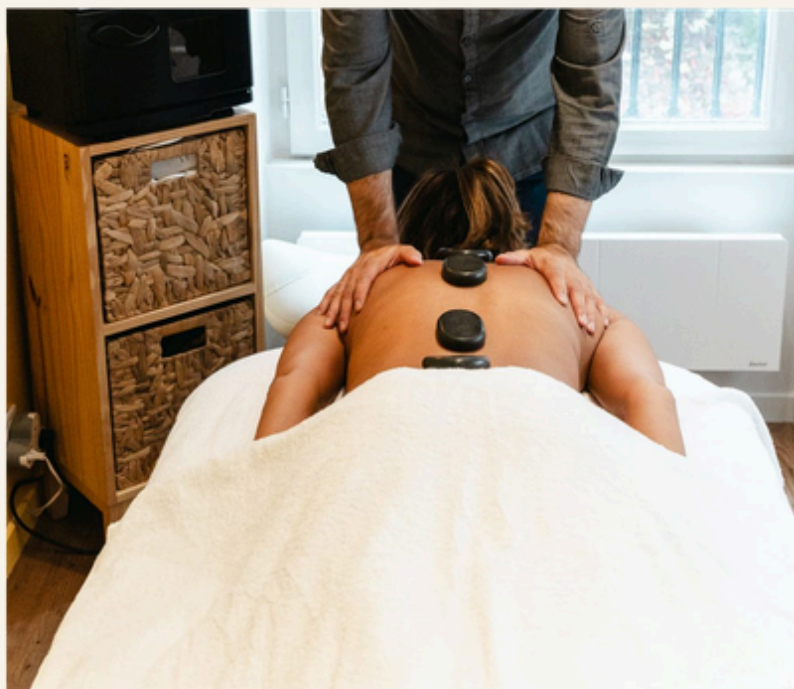


AUTOMNE 2026

IMAGE



Votre image est votre marque
Peindre par couches
de mémoire



Ici, ton corps n'a rien à prouver.

Tu as appris à te tenir sur tes gardes. À moins sentir, à prendre moins de place. Le contact est devenu compliqué, et ton corps, un peu étranger. Ici, on repart de lui — à ton rythme, avec ton accord à chaque étape.



RÉSERVE UN PREMIER TEMPS D'ÉCHANGE

Sans engagement · Rueil-Malmaison (92)

jeremy-boye.fr



DANS CE NUMÉRO

6

Peindre par couches de mémoire

Au cœur de l'atelier versaillais où l'artiste Anne-Sophie Larcena superpose souvenirs et couleurs pour faire vibrer la toile.

12

"C'est exactement moi"

La conseillère en image Sandra Lopes décrypte l'art de la colorimétrie et le déclic libérateur d'un style enfin retrouvé.

18

L'image parle avant nous

La coach en prise de parole Sabine Laurent explique comment dompter le trac pour exprimer pleinement qui l'on est.

26

Les Casquettes de Maurizio Gonnezi : Réinventer l'Accueil Parisien

Comment une table italienne et chaleureuse bouscule avec complicité et sourires les codes traditionnels du service parisien.

31

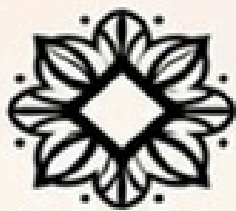
Votre image est votre marque

Pourquoi votre portrait professionnel est le premier vecteur de confiance en ligne, bien loin des illusions des visages générés par IA.

35

Les images qui nous restent

Des livres de voyage aux tirages d'art, découvrez de belles manières de faire revivre nos images oubliées dans nos téléphones.



CHARRY EVENTS
AGENCE ÉVÉNEMENTIELLE
Paris

Des événements sur mesure, *partout dans le monde*

Agence événementielle trilingue
au service d'une clientèle française
et internationale.

FRANÇAIS · ENGLISH · ESPAÑOL

Nos *expertises*



ÉVÉNEMENTS
CORPORATE



CÉLÉBRATIONS
PRIVÉES



DESTINATION
EVENTS



LANCEMENTS
DE PRODUITS



FASHION
SHOWROOMS



CONFÉRENCES
& SÉMINAIRES

Notre *accompagnement*



CONSEIL
SUR MESURE



PLANIFICATION
DÉTAILLÉE



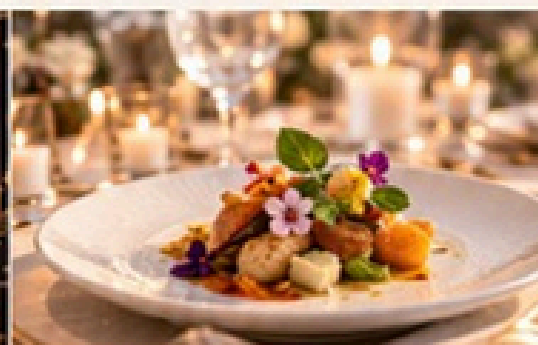
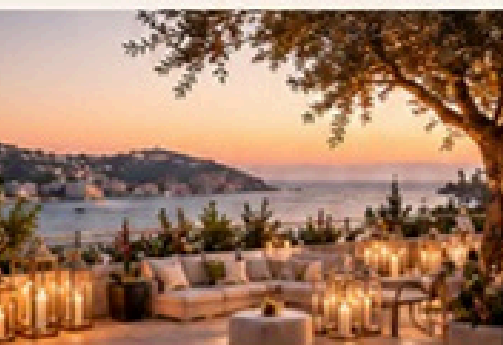
SÉLECTION
DE PRESTATAIRES



COORDINATION
& LOGISTIQUE



EXÉCUTION
SUR SITE & SUIVI



ÉDITO

Bonjour, et bienvenue dans ce premier numéro d'IMAGE !

IMAGE est un magazine indépendant consacré aux personnes qui ont quelque chose à dire : leur travail, leur parcours et leurs idées. Tout est parti de la curiosité. Quand je photographie des professionnels, j'apprends souvent quelque chose d'intéressant sur eux et sur leur métier, et je me suis dit que ces histoires méritaient d'être explorées et partagées.

Tous les trois mois, chaque numéro réunit des personnes issues d'horizons professionnels variés, à travers des portraits, de la photographie et des articles. Certaines histoires vous feront découvrir quelqu'un de nouveau. D'autres changeront peut-être votre regard sur un métier que vous pensiez connaître, ou vous donneront une idée à essayer vous-même. J'espère que ces pages feront naître de nouveaux liens entre les personnes, les métiers et les idées.

Pourquoi le nom IMAGE ? Parce qu'il signifie plusieurs choses pour moi. La photographie d'abord, mais aussi l'image qu'une entreprise se construit, et la façon dont nous voyons les personnes qui nous entourent. IMAGE existe en version imprimée, un objet que l'on peut garder, feuilleter à nouveau et partager, mais aussi en ligne, en français et en anglais, pour que ces histoires voyagent plus loin.

IMAGE n'a pas de formule figée. Le magazine évoluera au fil des rencontres, des découvertes et des collaborations. J'espère que vous prendrez autant de plaisir à découvrir ces pages que j'en ai eu à les préparer. Et qui sait, peut-être qu'un jour, votre histoire y figurera aussi.

Bienvenue dans IMAGE !

Katarina Colomar



IMAGE

Numéro 1, Automne 2026

Directrice de la publication et de la rédaction : Katarina Colomar

Photographies, textes et maquette :
Katarina Colomar, sauf mention contraire

PEINDRE PAR COUCHES DE MÉMOIRE



Dans son atelier de Versailles, ses couleurs vous emmènent ailleurs — même les jours les plus gris.

Un portail ordinaire, percé dans un mur qui pourrait être celui de n'importe quelle maison, mène à la cour couverte de verre d'une ancienne usine. Plusieurs artistes y ont leur atelier, chacun dans son coin. C'est La Tangente — une ancienne usine de métallurgie transformée en ateliers d'artistes.

L'atelier d'Anne-Sophie Larcena se trouve parmi eux. Des toiles de tailles différentes sont adossées aux murs, pleines de couleur et de vie. Des tubes de peinture et des dizaines de pinceaux encombrant une table toute proche, recouverte d'épaisses couches de peinture accumulées au fil des années de mélanges et d'essais de couleurs. Elle a fini par devenir, à elle seule, une véritable pièce de design. L'atelier lui-même est intime, mais la cour couverte juste à côté lui laisse, comme aux autres artistes, la place de s'étendre quand il le faut. C'est un lieu de travail pratique, animé de projets et de couleur.

Elle m'accueille à la porte avec un grand sourire, et en deux phrases à peine, elle me propose déjà de nous tutoyer. Il n'y a aucune distance, comme si on se connaissait déjà. Cela donne le ton pour tout ce qui suit.

Elle n'a pas besoin qu'on la pousse à parler. Elle parle facilement de ses techniques, sort des toiles pour montrer les différences entre les séries, et décrit le petit tampon en forme de fleur qui lui sert de signature — la même fleur qu'elle porte tatouée sur la main.

Elle me montre un album rempli de photos miniatures prises avec son téléphone, et son téléphone lui-même en déborde tout autant. Elles sont vraiment bonnes — si elle n'était pas peintre, elle aurait pu faire carrière en photographie. Elle prend des photos sans arrêt, de tout ce qui attire son regard : des textures, des reflets, un mouvement furtif. Mais elle est claire : ce n'est pas là que se joue l'art. « J'adore la photographie, me dit-elle, mais pour moi, ce n'est pas créer une image — c'est capturer un instant.

» La peinture, c'est là qu'elle construit l'image qu'elle veut vraiment : une synthèse de plusieurs moments, de plusieurs photos, superposés jusqu'à ce qu'émerge quelque chose de nouveau — quelque chose qui, dans ses mots, vibre.

Ses yeux, dit-elle, photographient tout le temps ; la peinture, c'est ce qu'elle fait de tout ce qu'ils ont recueilli. Cet instinct d'accumulation traverse toute sa façon de travailler. Elle ne commence jamais une toile en sachant où elle va la mener. Une idée mène à une image, l'image sur la toile en suggère une autre, qui en suggère une autre encore, et ainsi de suite jusqu'à ce que quelque chose finisse par convenir — ou pas, auquel cas elle repeint par-dessus. « Je ne sais jamais où je vais arriver, dit-elle. Parfois j'ai de belles surprises. Parfois, ce qui me plaisait la veille, je ne l'aime plus le lendemain, et je recommence. »







Elle se définit elle-même comme une peintre de la trace — des repentirs visibles, des textures qui refusent d'effacer ce qui les précède, parce que c'est précisément le but recherché. « La vie est pleine de traces, et c'est ça que je veux laisser sur la toile. » À l'heure des images générées par intelligence artificielle, dit-elle, la trace du pinceau — la marque de la main — compte pour elle plus que jamais.

L'ensemble se situe quelque part entre figuration et abstraction — des paysages et des scènes urbaines construits en couleurs vives et superposées, certains traversés de collages, d'autres striés de bandes de toile ou de papier apparent en dessous. Elle regroupe son travail en séries portant des noms comme Vibrations, Hors cadre, Échos Urbains, Déambulation, Effet d'Eau — chacune, dit-elle, une facette différente d'une même préoccupation : le mouvement, la mémoire, et la trace qu'ils laissent derrière eux. Chaque tableau porte son propre titre, presque comme la légende d'une émotion plutôt que la description d'une image — Selva, Palimpseste, Évanescence, Vibrance — des mots qui pourraient tout aussi bien décrire la sensation qu'elle recherche que le tableau lui-même. Elle refuse pourtant de se laisser enfermer dans une étiquette — « figuratif » moins que toute autre — et insiste simplement pour que chacun regarde, et voie ce qu'il voit.

Il y a dans cette couleur une chaleur qui dépasse le simple décor. En regardant ses toiles, je me surprends à penser moins à la touche du pinceau qu'à des lieux : l'air chaud et humide d'une forêt sud-américaine ; une fleur exotique qui devrait être protégée sous serre, mais qui fleurit ici dans l'endroit le plus ordinaire qui soit ; les bleus changeants d'un océan, ou d'une mer, que j'ai envie de voir de mes propres yeux.

Elles ne représentent aucune destination précise, mais elles donnent quand même envie de voyager, d'imaginer un endroit plus chaud que celui où l'on se trouve. Je crois volontiers qu'accrocher un de ses tableaux chez soi rendrait l'hiver un peu moins froid.

Ce qu'elle aime le plus, dit-elle, c'est quand quelqu'un se tient devant une toile et lui raconte une tout autre histoire que celle qu'elle était en train de peindre — son propre souvenir venant se superposer au sien, le paysage d'un inconnu apparaissant à l'intérieur de ce qu'elle croyait être l'image d'un tout autre endroit. C'est ce qui se rapproche le plus d'une profession de foi chez elle : ne pas donner une image figée, mais laisser assez d'ouverture dans les couches pour que la vie de quelqu'un d'autre puisse transparaître.

Le chemin qui l'a menée à la peinture n'a rien eu de linéaire. Elle a aujourd'hui cinquante-quatre ans et plus de vingt ans de peinture derrière elle.

Mais pendant les dix premières années, elle travaillait dans la formation professionnelle, la peinture avançant tranquillement en parallèle — des cours du soir aux Beaux-Arts de la Ville de Paris, six années durant, organisés autour du modèle vivant, qu'elle décrit comme un véritable coup de foudre.

La couleur est venue en premier, avant même le dessin : elle y a toujours été, dit-elle, simplement sensible. Elle a essayé l'huile, le fusain, le pastel, l'aquarelle et d'autres techniques, mais c'est la peinture qui est restée. L'acrylique s'est imposé par la suite pour des raisons pratiques : elle vivait dans un petit appartement et devait pouvoir accéder rapidement à ses peintures, tandis que l'acrylique lui permettait aussi de travailler vite et de fabriquer toutes ses couleurs à partir des couleurs primaires. La vitesse, m'a-t-elle répété plusieurs fois, compte énormément pour elle. Ce n'est pas accessoire à son travail ; ça en fait partie. Aujourd'hui, elle donne aussi des cours, pour adultes et adolescents, une façon de transmettre ce qu'elle a trouvé, il y a des décennies, dans ses propres cours du soir.



Ce qui frappe, c'est le temps qu'il lui a fallu pour se permettre de prendre tout cela au sérieux. Il n'y avait pourtant aucune résistance familiale, personne pour lui dire de ne pas peindre — elle a même grandi entourée de gens du milieu artistique. L'obstacle, précise-t-elle, venait entièrement d'elle-même : « Ce n'est pas une histoire de parents qui autorisent. C'est moi qui me suis interdit ça. » Le déclic est venu peu à peu — une première exposition, puis, il y a cinq ans, trois années d'études à temps plein aux Beaux-Arts de Versailles, au terme desquelles elle s'est enfin dit : c'est vraiment ce métier que je veux faire et une nécessité vitale.



Ce que la peinture lui apporte, avant tout, dit-elle, c'est la liberté — la liberté d'échouer et de recommencer, de travailler à l'échelle qu'elle veut, sans se soucier de savoir si une pièce est « bonne » selon les critères de quelqu'un d'autre. Pendant des années, admet-elle, elle ne s'autorisait pas cette liberté ; elle était trop occupée à vouloir bien faire. Elle peindrait plus grand si elle le pouvait, dit-elle, mais le stockage et le transport pour les expositions rendent la chose peu pratique — une contrainte bien peu glamour pour une ambition par ailleurs très large. En dehors de l'atelier, son attention va à la marche, au sport, au cinéma, à la lecture, à la famille et aux amis, au temps passé dans la nature — les contreponds ordinaires d'une pratique qu'elle qualifie, sans exagération, de vitale.



Côté peinture, elle ne fait pas de plans à long terme, et semble parfaitement à l'aise avec ça. « Je suis encore au début, dit-elle. J'espère faire encore plein d'autres choses. Je ne sais jamais comment ça va se passer — j'ai des choses en tête en ce moment, mais tout peut très bien prendre une autre direction. » Elle préfère laisser venir les choses plutôt que de tout planifier. Après vingt ans, elle a surtout appris à faire confiance au processus lui-même, et à son propre jugement — une confiance qui, dit-elle, a simplement mis du temps à se construire.

Au bout du compte, rien de tout cela n'a eu l'air d'un travail. C'était plutôt un après-midi passé dans un lieu où quelque chose est toujours sur le point de commencer. Elle m'a déjà invitée à revenir, pour rencontrer les autres artistes et voir ce qui se prépare dans la cour. J'irai avec plaisir.

www.annesophielarcena.com





"C'EST EXACTEMENT MOI"

Ce qu'une personal stylist sait de
votre garde-robe, et que vous
ignorez



L'image est le thème central de ce premier numéro de notre magazine, et il ne serait pas complet sans le regard d'une personal stylist. Nous avons donc passé une journée avec Sandra Lopes, conseillère en image et personal shopper. La journée nous a menés dans les rues historiques de Saint-Germain-en-Laye, puis dans son studio, avec une pause café entre les deux. Sandra a elle-même porté les looks, pour inspirer vos prochains choix vestimentaires.

Nous nous sommes retrouvées sur la place du marché par un matin d'automne frais. Sandra avait préparé trois tenues. La première, polyvalente, était pensée pour une femme qui travaille en ville et veut être élégante sans se sentir guindée. Cette tenue devait aussi s'adapter à la météo capricieuse de l'automne. La séance a commencé dans les rues de la vieille ville, encore calmes à cette heure-là. Au fil de la matinée, le soleil a gagné en chaleur : le manteau et le chapeau ont été retirés, les lunettes de soleil sont apparues, et la même tenue était prête pour un après-midi shopping.

Entre vitrines et café, la journée a perdu son côté formel pour devenir une sortie détendue. Avec Sandra, faire du shopping est tout simple : elle voit au premier regard ce qui vous va, et vous empêche d'acheter ce que vous ne porterez jamais.

Pour voir où elle travaille, nous sommes allées dans son studio de Bois-d'Arcy. Il est compact et se compose de deux espaces. Le premier est dédié à la conversation : un coin chaleureux, pensé pour vous accueillir, avec une boisson chaude qui vous attend. Le second est l'atelier, avec des miroirs et des échantillons de maquillage. Sandra ne maquille pas elle-même, mais elle sait vous dire quelles teintes vous vont.

Ce que la couleur peut faire à un visage

Sur son bureau sont posés des foulards de soie colorés et des échantillons de tissu dans toutes les nuances. Elle les place près du visage de la cliente et observe. Sur Sandra elle-même, cela prend quelques secondes : un violet profond illumine son visage, tandis qu'un rose pâle en efface l'éclat. Nul besoin d'être spécialiste pour voir la différence.



« Pour les couleurs, je réalise une analyse de colorimétrie à l'aide de tissus qui permettent d'identifier les couleurs qui illuminent naturellement le visage », explique-t-elle.

La couleur n'est qu'un élément parmi d'autres. Il y a aussi la morphologie et la personnalité, qu'elle explore lors d'une séance consacrée à la morphologie et au style. Le but, dit-elle, n'est pas de créer un personnage, mais de révéler qui est chaque cliente à travers ses vêtements.

Pourquoi nous n'avons « rien à nous mettre »

Le plus souvent, explique Sandra, il ne s'agit pas d'une erreur, mais d'un manque d'information. On choisit des couleurs qui n'avantage pas le teint, des coupes qui ignorent la silhouette ou des tailles inadaptées, par habitude. On achète aussi ce qui est tendance sans se demander si cela correspond à sa vie. Ces achats impulsifs finissent au fond du placard, parfois avec l'étiquette encore attachée.

Ses clientes viennent généralement après un grand changement : un nouveau travail, une séparation, un déménagement, un bébé.

Certaines ont perdu confiance en elles, d'autres ne reconnaissent plus la personne dans le miroir.

Commencer par ce que l'on possède

Son travail commence souvent par le tri de la garde-robe. Ce qu'elle y trouve est presque toujours pareil : de très belles pièces que personne ne sait associer, des vêtements gardés « au cas où », des pièces qui ne correspondent plus à la vie de leur propriétaire, et quelques coups de cœur à peine portés. Le tri montre aux clientes ce qu'elles possèdent vraiment. Sandra veut que chaque pièce se combine avec plusieurs autres, pour que chaque nouvel achat trouve facilement sa place.

Lorsque la vie change, précise-t-elle, la garde-robe doit évoluer avec elle, sans pour autant tout racheter. Elle commence par les besoins du nouveau quotidien, valorise ce que la cliente possède déjà et ajoute quelques achats ciblés.

Avant tout achat, elle invite ses clientes à se poser trois questions :

1. Cette pièce correspond-elle à mon quotidien ?
2. Correspond-elle à mon style ?
3. Puis-je l'associer facilement avec ce que je possède déjà ?

Ce qui vous va, ce qui vous plaît

Ce qui met les clientes en valeur et ce qu'elles aiment porter ne coïncident pas toujours, explique Sandra. Elle voit ce qui leur va objectivement, mais cela n'a de sens que si elles s'y reconnaissent. Son rôle, ajoute-t-elle, est de les accompagner vers des choix qui allient mise en valeur, confort et plaisir.

Le plus difficile et le plus beau

Pour Sandra, le plus difficile est d'aider certaines clientes à changer le regard qu'elles portent sur elles-mêmes. « Beaucoup connaissent leurs défauts par cœur, mais ont du mal à voir leurs atouts. »

Le plus beau, c'est « le déclic ». Elle raconte l'histoire d'une cliente qui venait de traverser de grands changements et ne se reconnaissait plus dans son image.



Elles ont travaillé sur les couleurs, le style et la garde-robe, mais surtout sur sa confiance. Lors d'une séance shopping, elle a essayé une tenue qu'elle n'aurait jamais osé porter, s'est regardée dans le miroir, a souri et a dit : « C'est exactement moi. »

« Il ne s'agit pas de transformer une personne, dit Sandra, mais de l'aider à révéler qui elle est vraiment. »

Côté pratique

Les prestations de Sandra sont sur mesure, avec une analyse seule à partir de 130 €. C'est un investissement qui en vaut la peine, quand on pense à ce que nous dépensons pour des vêtements que nous ne portons jamais. On dépense un peu au départ, mais on économise à l'arrivée : moins d'achats impulsifs, moins de pièces oubliées au fond du placard, et plus de tenues qui vous mettent en valeur. Son conseil à celles qui ne savent pas par où commencer : apprendre à se connaître avant de suivre les tendances.

Où la trouver

Sandra Lopes Conseil, Bois-d'Arcy
www.sandralopesconseil.com
Instagram @sandra.lopes.conseil
Séances pour femmes, dans son atelier, à domicile ou en ligne. Cartes cadeaux et appel découverte gratuit.



L'IMAGE PARLE AVANT NOUS

Sabine Laurent accompagne celles et ceux qui doivent prendre la parole. Son objectif : non pas leur faire donner l'image de bons orateurs, mais leur permettre de s'exprimer en étant pleinement eux-mêmes.

Quand la parole compte, Sabine Laurent en travaille la justesse : celle du propos, de la présence et de la relation. Coach en prise de parole et formatrice certifiée en communication, elle a créé L'art de communiquer, une approche nourrie par le théâtre et la préparation mentale. Sa conviction : communiquer est une compétence qui concerne tout le monde, et qui peut parfois s'élever au rang d'art. Rencontre à Versailles.

Q: Que faites-vous concrètement avec une personne qui vous sollicite ? Y a-t-il des choses que l'on attend de ce travail et qui ne sont pas réalistes ?

Sabine Laurent – D'abord, j'écoute. Chaque personne arrive avec une histoire, un besoin et un objectif qui lui sont propres. J'évalue ce qu'elle traverse, ce qui est en jeu pour elle, ce qu'elle redoute et ce qu'elle souhaite. Qu'il s'agisse de prendre la parole, de réussir une présentation ou de traverser une situation de communication délicate, chaque demande porte souvent davantage que ce qu'elle formule. L'accompagnement est donc entièrement sur mesure. Il repose sur trois dimensions : le fond, c'est-à-dire la manière dont le propos se construit ; la forme, la manière dont il se dit ; et le ressenti. La pratique y tient une place essentielle, avec des outils choisis pour chacun : exercices vocaux, travail sur la posture, sur une problématique précise, visualisations... L'idée n'est pas de rendre une personne artificiellement « à l'aise », ni de lui imposer une posture standardisée ; deux personnes qui préparent le même oral, par exemple, peuvent avoir des besoins très différents.

Ce que l'on attend de ce travail est rarement irréaliste. On vient chercher un mieux-être, parfois une libération par rapport à ce qui pèse, avec souvent l'intuition qu'une compétence peut grandir - voire, j'ose le dire, qu'une situation peut être sauvée.

En revanche, attendre une recette toute prête, à appliquer sans s'impliquer, serait irréaliste. Les progrès sont parfois étonnants, mais ils viennent beaucoup de soi, de ce que l'on découvre dans sa façon de communiquer et de ce que l'on décide d'en faire.

Q: Racontez-nous un accompagnement, sans nommer la personne : avec quelle demande est-elle arrivée, et qu'est-ce qui avait changé à la fin ?

S. L. – J'ai en tête bien des histoires de transformation, mais je pense en particulier à la plus récente. Une responsable m'a sollicitée pour un discours qu'elle devait tenir lors d'un événement important. L'accompagnement s'est fait à distance, à quelques jours seulement de l'échéance - un vrai défi. Son discours était prêt, elle savait ce qu'elle allait dire mais avait une très grande appréhension. Elle redoutait ce moment où, face à ses clients et à ses collègues, tous les regards se tourneraient vers elle. Plutôt que d'aborder d'emblée sa prise de parole techniquement, nous avons cherché à comprendre ce qui se jouait pour elle dans ce moment de grande visibilité. Le questionnement propre au coaching a touché quelque chose de plus profond et a révélé un élément de son histoire personnelle qui expliquait ce manque de confiance, malgré une carrière solide. L'accompagnement a changé de dimension. Nous avons déplacé son attention et défini ensemble une mission pour le jour J, une mission qui lui ressemblait.





Sa prestation, elle, ne demandait que quatre micro-réglages. Le vrai sujet était ailleurs. Elle a finalement réussi sa présentation et m'a écrit ensuite : « J'étais très à l'aise et j'ai reçu plein de compliments. Je me suis prouvé des choses à moi-même, et c'est le début d'un changement. » Je savais ce que ces mots signifiaient et l'ai sentie surprise d'elle-même. C'est ce qui m'anime dans le coaching : préparer quelqu'un à réussir un moment précis - c'est déjà une belle mission - mais aussi lui permettre de pérenniser cette expérience pour la suite.

Q: Qui sont les personnes que vous accompagnez ?

S. L. – Des dirigeants, des cadres, des experts, des entrepreneurs, des artistes, des élus... J'enseigne également auprès de jeunes ingénieurs et de créatifs, ainsi qu'à l'École nationale supérieure d'architecture de Versailles, auprès de futurs architectes. Il y a enfin des profils plus inattendus : une magistrate, une femme officier, des psychologues ou encore cette maîtresse de cérémonie laïque qui voulait que sa parole soit à la hauteur de ce moment d'exception. Ce qui les rassemble, ce n'est pas leur métier, c'est le moment qu'elles traversent.

Mon travail n'est pas de leur apprendre à « bien parler », mais de les aider à trouver ce qu'elles ont réellement à porter, et les ressources pour le faire quand la pression monte.

Q: Pourquoi avoir intitulé votre activité « L'art de communiquer » ?

S. L. – Parce que communiquer peut être créatif : il s'agit de trouver la forme juste pour faire passer une pensée, une intention, une émotion. J'ai un goût très fort pour l'élégance, pour les choses belles et bien faites, celles qui nous élèvent un peu au-dessus de nous-mêmes. Ce n'est ni un vernis ni la recherche de l'effet : une phrase peut être brillante et ne rien transmettre. La beauté d'une parole tient à ce qu'elle sert entièrement ce que l'on veut dire.

Les techniques ont leur utilité, mais une technique se répète, alors qu'un art s'ajuste : chaque personne, chaque situation appelle sa propre forme. C'est pourquoi je ne crois pas aux recettes, et mon travail est toujours sur mesure. Comme tout art, celui-ci s'apprend : par la pratique, l'écoute, et un peu d'audace. Il concerne chacun d'entre nous, car bien communiquer, c'est aussi mieux vivre ensemble.

Q: D'où vient votre méthode ?

S. L. – Il y a une douzaine d'années, on m'a suggéré de mettre ce que la scène m'avait appris au service des entreprises. Je viens d'une lignée de trois générations d'enseignants : la transmission était dans mon ADN. J'ai d'abord utilisé le théâtre pour travailler des situations concrètes, en incarnant une vingtaine de personnages, puis j'ai formé à la voix, à l'intelligence émotionnelle et à la prise de parole. J'ai ensuite obtenu une certification d'État de formatrice, et formé à la communication dans plus de vingt grandes entreprises françaises.

Après le Covid, je me suis tournée vers un accompagnement plus personnel, sur mesure, et j'ai voulu comprendre ce qui se passe lorsque la peur ou la pression modifient notre manière d'agir. Cette question m'a menée vers la préparation mentale, à laquelle je me suis formée à l'Université Paris-Saclay, auprès de préparateurs en sport de compétition, de chercheurs, de membres du RAID et du médecin militaire Édith Perreaut-Pierre, à l'origine des Techniques d'Optimisation du Potentiel. Le théâtre m'a transmis l'art de la présence ; les techniques de communication m'ont donné un regard affûté sur l'écart entre ce que l'on dit et ce que l'autre reçoit ; la préparation mentale m'a permis de comprendre ce qui se passe en nous dans ces moments d'intensité où il faut savoir mobiliser ses ressources. Aujourd'hui, je conjugue ces trois approches dans mon coaching.

Ce premier numéro d'IMAGE a pour thème l'image. Quelle place occupe-t-elle dans votre travail ?

S. L. – Une place essentielle, avec un objectif qui peut sembler paradoxal : aider chacun à prendre en compte le regard des autres sans en devenir dépendant. Nous voulons tous être reconnus et acceptés. Mais quand cette pression prend trop de place, elle nous pousse au conformisme et nous éloigne de notre propre voix.

Il ne s'agit pas de négliger son image, mais une belle image sans présence sonne creux. Une parole porte quand il y a un accord entre ce que l'on veut transmettre, la manière dont on le dit et ce qui se passe en soi lorsque le moment compte. On peut avoir un excellent message et le perdre dans une voix trop pressée.

Il y a bien souvent un monde entre ce que l'on pense et ce que l'autre reçoit : c'est toute la complexité de la communication, et l'image que l'on renvoie participe pleinement de cet écart. Elle parle avant nous, et parfois à notre place...

Q: Que pensez-vous des premières impressions ?

S. L. – Je connais leur puissance : je l'ai éprouvée en passant des auditions comme en les faisant passer. Mais je vois une première impression comme une hypothèse, que nous cherchons ensuite, souvent sans nous en rendre compte, à confirmer. Rien n'est joué dans les premières secondes : tout se poursuit dans la relation.

Et c'est là que j'observe une difficulté très fréquente : on pense trop à soi ! (Rires.) Est-ce que je parle bien ? Vais-je être jugé ? Ces questions sont légitimes, mais lorsqu'elles prennent toute la place, on n'écoute plus l'autre. J'invite donc ceux que j'accompagne à « changer l'angle de la caméra » : cesser de se regarder pour se tourner vers l'autre. Être assez présent à soi pour être réellement présent à l'autre... tout un programme !





Louis Versailles Château – MGallery — Versailles

Q: Quelle erreur repérez-vous en trente secondes chez quelqu'un qui prend la parole ?

S. L. – À vrai dire, je fonctionne autrement. Pour moi, la prise de parole est avant tout l'expression d'une personne, avec ses particularités. Je peux néanmoins repérer ce qui empêche le message de passer : ce qui éloigne la personne de l'instant, ce qui brouille la compréhension de ceux qui l'écoutent, ce qui la décale de la consigne ou de la mission. Et ce que j'observe le plus souvent, c'est un manque de liberté. Une parole restée scolaire, ce qui est bien normal : c'est à l'école que nous avons appris à prendre la parole, et nous en gardons l'empreinte dans nos réussites comme dans nos échecs, dans notre posture, dans notre façon d'appréhender ce moment. Pour atteindre un sommet, on a tendance à reprendre toujours le même sentier. Mon rôle est de montrer à la personne un autre chemin qui la mènera au sommet autrement. Ce manque de liberté, c'est aussi le fait de se surveiller : guetter sa voix, ses gestes, son image, surinterpréter la réaction des autres. « Est-ce que je parle bien ? Est-ce qu'ils me jugent ? » Rien de tout cela n'est une faute ; c'est profondément humain. Il s'agit alors d'apprendre à se regarder quand il le faut, puis à cesser de se regarder pour être pleinement dans l'instant, tourné vers ceux à qui l'on parle.

Q: Que dites-vous à quelqu'un qui tremble cinq minutes avant de parler ?

S. L. – Les tremblements signalent une émotion forte, très certainement la peur. Celle-ci ne surgit pas sans raison : elle indique que ce qui s'apprête à se jouer compte profondément pour la personne. Il ne s'agit donc pas de la repousser, mais de la réguler, pour qu'elle ne fasse pas écran à la relation. Cinq minutes, c'est peu, mais c'est assez pour revenir à l'essentiel : retrouver ses appuis, son souffle et sa présence — ce qu'au théâtre, on appelle « s'ancrer ». C'est aussi le moment de distinguer la situation réelle de la représentation que l'on s'en fait, car ce que l'on imagine est souvent bien plus menaçant que ce qui nous attend. Au-delà de cette urgence, le coaching permet de comprendre pourquoi l'émotion prend autant de place, jusqu'à devenir maîtresse du jeu. La préparation mentale m'est alors précieuse : elle aide à porter un autre regard sur ce moment et à mobiliser ses ressources lorsque la pression monte, plutôt qu'à chercher à devenir imperméable à ce que l'on ressent. La peur est l'émotion avec laquelle je travaille le plus. Elle se manifeste de multiples façons — tremblements, gorge serrée, rougissements... — toutes déstabilisantes pour la personne qui les éprouve.

Je la rassure alors : rien de tout cela n'est une fatalité, et je n'ai encore jamais accompagné quelqu'un sans constater de progrès.

Q: Quel conseil de communication entend-on partout et vous semble faux ?

S. L. – Jamais nous n'avons autant parlé de communication ni disposé d'autant de moyens pour communiquer : réseaux sociaux, médias, intelligence artificielle, outils de toutes sortes. Pourtant, rien de cela n'a fait disparaître une peur aussi commune qu'ancienne : celle de prendre la parole. Les enquêtes la classent régulièrement parmi les peurs les plus répandues. Certains la comparent à celle des serpents ; d'autres m'ont confié avoir eu l'impression qu'ils allaient mourir avant de devoir parler. C'est dire... Dans ce contexte, la plupart des conseils peuvent être utiles. S'il fallait toutefois en nuancer un, ce serait l'injonction à avoir confiance en soi ou à être motivé. Elle contient une part de vérité, mais ni la confiance ni la motivation ne se décrètent : elles naissent le plus souvent de l'expérience et se construisent grâce à des techniques précises. C'est pourquoi mes accompagnements accordent une large place au concret.



Louis Versailles Château – MGallery — Versailles



Réussir ce que l'on se croyait incapable de faire change peu à peu le regard que l'on porte sur soi et élargit le champ de ce que l'on pense possible. J'apporterais la même nuance à l'idée selon laquelle nous communiquerions d'abord avec notre corps. Celui-ci participe évidemment à ce que nous transmettons, mais il ne suffit pas, à lui seul, à rendre une parole juste et convaincante. Il faut considérer l'ensemble : ce que l'on veut dire, ce que l'on ressent, la relation à l'autre et la manière dont tout cela s'incarne. Le corps parle, bien sûr, mais jamais seul...

Q: À quel moment le soin que l'on apporte à son image devient-il excessif ?

S. L. – Prendre soin de son image est une démarche positive, car ce que nous renvoyons nous touche profondément. Je le constate dans chacun de mes accompagnements : cette sensibilité est universelle. Il suffit de mesurer combien il peut être déstabilisant de se découvrir sur une photo qui ne correspond pas à l'idée que l'on a de soi, d'entendre sa voix enregistrée — que la plupart des personnes me disent ne pas aimer — ou de se voir filmé.



Photo : archives de Sabine Laurent

Bien des acteurs refusent d'ailleurs de se regarder à l'écran. Je l'ai moi-même éprouvé lors d'une projection au cinéma : se découvrir sur grand écran est une expérience tout à fait singulière. Dans la prise de parole, l'attention portée à son image peut servir un objectif plus large : mieux porter sa voix et son message. Elle devient sans doute excessive lorsqu'elle prend tant de place qu'elle nous détourne de tout le reste, cessant d'être un appui pour devenir le centre de notre attention. Il s'agit donc de trouver une image qui nous semble juste et dans laquelle nous nous reconnaissons. J'y suis moi-même sensible et j'en tiens compte dans mes accompagnements.

Q: Si vous pouviez changer une seule chose dans notre manière de prendre la parole aujourd'hui, laquelle serait-ce ?

S. L. – J'aimerais que nous nous détachions un peu de la performance pour aborder la prise de parole de manière plus humaine et créative. À l'heure où dominent les impératifs de productivité, les univers très corporate, les concours d'éloquence et les pitches d'entrepreneurs, j'ai le sentiment que nous avons beaucoup mis la parole en scène, parfois au détriment de ce qui fait sa singularité. Le pitch, par exemple, est devenu une institution dans l'univers créatif des studios de cinéma américains.

Aujourd'hui, il semble parfois que chacun cherche avant tout à mieux pitcher pour mieux vendre. Certaines prises de parole n'en deviennent-elles pas artificielles ? Je le crains. Avec les personnes que j'accompagne, je choisis donc une autre voie : que la magistrate parle en juriste, que l'ingénieur conserve son langage technique, que l'architecte porte une parole accordée à son univers professionnel, qu'un étudiant parle avec toute la fraîcheur de sa jeunesse. À mes yeux, une prise de parole réussie ressemble à un beau drapé de haute couture : elle repose sur une technique complexe qui, une fois parfaitement maîtrisée, ne se laisse plus voir. La technique reste présente, mais s'efface pour laisser toute sa place à la personne. C'est ce que je recherche : non pas donner l'image de quelqu'un qui sait prendre la parole, mais permettre à chacun de s'exprimer en étant pleinement lui-même.

Repères

À huit ans, à la fin d'une pièce de Dario Fo au Théâtre des Amandiers à Nanterre, Sabine Laurent s'est levée et a déclaré qu'elle voulait devenir comédienne. La vie lui a d'abord fait prendre un autre chemin : des études à la Sorbonne, puis des responsabilités croissantes dans le développement territorial, le tourisme et la culture, jusqu'à la direction d'un château classé qui, clin d'œil du destin, possédait sa propre licence de spectacle. Elle a fini par oser repartir de zéro au Cours Florent. Elle est devenue comédienne et metteuse en scène (Théâtre du Gymnase, Mois Molière, Royal Opera House), a fondé la compagnie La Conquête de l'Ouest et reçu un prix d'interprétation à San Francisco en 2019. C'est sur un plateau, au Festival d'Avignon, dans une pièce d'Anca Vădănițu où une femme cherche le sens de sa vie, qu'elle a compris que, malgré les détours, elle était arrivée exactement là où elle rêvait d'aller enfant...

Fondatrice de L'art de communiquer, elle a fait de ce parcours une approche singulière. Elle aime citer Peter Brook : un spectacle ne se réalise vraiment que dans la rencontre avec le public. Il en va de même de la parole, dit-elle, qui prend son sens dans l'espace qui se crée entre celui qui parle et celui qui écoute.

www.sabine-laurent.com

Avec nos remerciements au Théâtre Montansier de Versailles et au Louis Versailles Château – MGallery





LES CASQUETTES DE MAURIZIO GONNEZI : RÉINVENTER L'ACCUEIL PARISIEN

À deux pas de l'Arc de Triomphe, l'équipe du Romantica Caffè bouscule les habitudes du service parisien à coup de sourires et de complicité.

Les serveurs parisiens sont mondialement connus pour leur attitude notoirement distante, parfois rigide. C'est un stéréotype profondément ancré dans une culture de café rapide et transactionnelle, où les conversations chaleureuses avec le personnel sont extrêmement rares. Le Romantica Caffè, situé rue Lauriston, bouscule totalement cette attente.

À l'arrivée, juste après onze heures, l'espace est calme. En cuisine, le chef Santos est déjà à l'œuvre, et la salle commence à se remplir de ce genre d'odeurs qui vous fait oublier pourquoi vous êtes venu : du fromage, des herbes fraîches, de l'ail... Plutôt que la pizza classique, la cuisine s'appuie sur la Pinsa Romana, un style de pâte ancestral. Confectionnée à partir d'un mélange de trois farines distinctes, cette base artisanale donne une pâte aérienne et légère, qui croustille nettement sous le couteau.

Dès que midi sonne, les premiers clients commencent à arriver, et l'atmosphère change instantanément.

Maurizio et William ont les mains complètement pleines — prendre les commandes, apporter les assiettes, saluer chaque nouvel arrivant — mais aucun d'eux ne donne l'impression d'être sous le coup de feu. Ils gèrent le service avec des sourires détendus et une humeur sincèrement joyeuse.

La salle est gérée par William, qui officie à la fois comme chef de rang et sommelier. Il apporte une attention agréable et soignée qui équilibre parfaitement la présence vibrante de Maurizio, l'hôte incontournable de la maison.

Ensemble, ils trouvent le ton juste pour offrir une hospitalité chaleureuse qui désarme instantanément la pièce. On comprend vite que les complications n'ont pas leur place ici. Qu'un client franchisse la porte avec une réservation pour deux ou arrive à l'improviste à quatre, la réponse est toujours la même : un sourire chaleureux, un signe de tête complice et une table immédiate.

Tout au long du déjeuner, la salle résonne de plaisanteries légères et d'éclats de rire partagés au moment de prendre la commande ou de se dire au revoir. Même si tous les clients ne sont pas des habitués, la manière avenante dont Maurizio s'adresse aux gens garantit que chacun est reçu avec la même hospitalité authentique.



En fait, Maurizio confie avec un sourire bon enfant qu'être un hôte signifie souvent être un peu tout à la fois pour ses clients. Un soir donné, il se glisse volontiers dans le rôle d'un commentateur sportif quand on lui demande qui joue le match. Il se transforme en présentateur météo lorsqu'on lui demande s'il va pleuvoir sur la terrasse, ou en voyant quand il s'agit d'anticiper exactement ce qu'un client souhaite commander. Il joue volontiers les voituriers quand on lui demande où laisser une voiture, les diététiciens en décortiquant le menu, et les photographes lorsqu'on lui tend un smartphone pour immortaliser un souvenir de famille.

Il accepte tous ces moments avec plaisir car, pour lui, la véritable hospitalité exige une présence absolue. « Les gens sentent immédiatement si vous êtes vraiment à leur écoute ou si vous êtes simplement en train de les servir », note Maurizio. « Un accueil chaleureux, une recommandation honnête et une petite attention personnelle peuvent changer toute l'expérience d'un client. » Cette maison est aussi le reflet d'une histoire de famille. L'épouse de Maurizio s'occupe elle-même de la décoration intérieure — ce qui rend le lieu particulièrement enchanteur lorsqu'elle l'habille pour Noël — tandis que leur fille est une présence fréquente et affectueuse en salle.



Le coup de feu du déjeuner atteint son apogée lorsque Maurizio commence à mettre en place le service signature de la maison : les Linguine Romantica. Il s'agit d'une courte performance exécutée entièrement sous les yeux des convives. Il enflamme une meule colossale de fromage affiné avec un peu d'alcool, créant une brève flamme qui fait fondre l'intérieur savoureux. Les linguines chaudes sont ensuite plongées directement dans la meule, tournées au cœur du fromage fondu jusqu'à ce que chaque filament en soit généreusement nappé.

Le Romantica Caffè n'est pas le genre d'endroit où l'on va pour être vu, ou pour impressionner quelqu'un le temps d'un dîner. C'est le genre d'adresse où l'on va pour très bien manger, à un prix juste, d'où l'on repart avec le sentiment de venir de passer une heure chez un ami qui s'avère diriger un restaurant.

Après un service de midi bien rempli, nous nous sommes installés avec Maurizio autour d'un verre de Prosecco pour discuter de son parcours, de sa vision de l'accueil et des défis uniques auxquels sont confrontés les restaurateurs d'aujourd'hui.

Q : Lorsque vous avez repris le Romantica Caffè Arc de Triomphe, qu'avez-vous gardé et qu'avez-vous changé ?

Maurizio Gonzezi : « Quand j'ai repris le Romantica Caffè, je voulais respecter ce que les gens connaissent et appréciaient déjà de l'endroit, tout en y apportant mes propres idées. Cuisine, accueil, atmosphère : tout devait refléter ce en quoi je crois. Ceux qui connaissent le restaurant auparavant ont peut-être remarqué quelques changements, mais ce qui m'importe le plus, c'est qu'ils s'y sentent toujours aussi bien en revenant. »

Q : Quelle part de Gênes les clients peuvent-ils retrouver ici ?

MG : « Gênes fait partie de ma façon de concevoir la cuisine : de bons produits, des saveurs généreuses et aucun besoin de compliquer un plat simplement pour impressionner. Plus que pour une recette en particulier, j'espère que les clients découvrent un peu de cet esprit au Romantica Caffè. »



Q : Pourquoi la Pinsa Romana plutôt que la pizza ?

MG : « La pizza est formidable, mais je voulais proposer quelque chose d'un peu différent. La pinsa me donne l'opportunité de travailler les ingrédients de manière créative et de faire découvrir aux clients une autre facette de la cuisine italienne. J'aime l'expliquer aux personnes qui n'en ont jamais goûté et voir leur réaction. »



Q : Y a-t-il un plat que vous aimez particulièrement partager ?

MG : « J'aime servir un plat quand je sais qu'il y a une histoire ou un ingrédient spécial derrière lui. Mon préféré est probablement les Linguine Romantica. C'est le type de plat que je suis heureux de recommander car il exprime exactement ce que je veux que le restaurant soit. »

Q : Qu'est-ce qui rend un repas mémorable ?

MG : « Ce n'est jamais seulement une question de ce qu'il y a dans l'assiette. Les gens se souviennent s'ils se sont sentis les bienvenus, si les personnes autour d'eux passaient un bon moment et si quelqu'un a pris soin des petits détails. Une bonne cuisine attire les clients, mais c'est l'ensemble de l'expérience qui leur donne envie de revenir. »



Q : Les clients vous trouvent-ils plutôt par recommandation ou en passant par hasard ?

MG : « Ça arrive des deux manières. Certains nous découvrent parce qu'ils sont dans le quartier, tandis que d'autres viennent parce qu'on leur a dit du bien de nous. Une recommandation personnelle compte beaucoup pour moi, car elle montre qu'un client a tellement apprécié sa visite qu'il a eu envie de la partager. »

Q : Un commerce peut-il avoir sa propre personnalité ?

MG : « Je crois que la personnalité d'un restaurant vient des personnes qui sont derrière. Elle se voit dans le menu, la musique, la façon dont les clients sont accueillis et la manière dont l'équipe gère un service chargé. Au fil du temps, tous ces choix donnent au restaurant un caractère qui lui est propre. »

Q : Qu'avez-vous appris sur les gens à travers ce métier ?

MG : « J'ai appris que les gens viennent souvent au restaurant pour bien plus que de la nourriture. Ils peuvent fêter quelque chose, faire une pause ou simplement chercher un moment agréable dans leur journée. On ne sait pas toujours ce que quelqu'un traverse, il est donc important de traiter chaque personne avec attention. »

Q : Quels sont vos plats préférés, italiens et non-italiens ?

MG : « Mon plat italien préféré, ce sont les Trofie al pesto de Gênes. Cela me rappelle mes jeunes années et les repas partagés en famille. En dehors de la cuisine italienne, j'aime beaucoup la cuisine japonaise en général. Je suis toujours curieux de la cuisine préparée avec soin, d'où qu'elle vienne. »

Q : Si vous pouviez inviter qui vous voulez à dîner au Romantica Caffè, de qui s'agirait-il ?

MG : « J'inviterais Emmanuel Macron. J'adorerais m'asseoir avec lui autour d'un bon repas et d'un verre de Prosecco pour lui demander son avis sur les difficultés que traverse le secteur de la restauration en France. Les représentants de la profession ont alerté sur le fait qu'environ 25 restaurants ferment chaque jour, alors que les restaurateurs doivent aussi faire face à la hausse des coûts et à la baisse des dépenses des clients. J'aimerais savoir ce que le gouvernement compte faire pour soutenir les professionnels. Pour moi, un dîner est réussi lorsque la conversation est aussi bonne que la cuisine. »

Q : Quel conseil donneriez-vous à quelqu'un qui ouvre un restaurant en région parisienne ?

MG : « Soyez au clair sur le type d'endroit que vous voulez créer, et soyez prêt à travailler sur chaque détail. Écoutez vos clients, mais ne perdez pas de vue ce qui rend votre restaurant unique. Surtout, rappelez-vous que vous accueillez des personnes, vous ne vous contentez pas de servir des repas. »



Carnet d'Adresses

- Restaurant: Romantica Caffè — Arc de Triomphe
- Adresse: 7, rue Lauriston, 75016 Paris (Métro: Charles de Gaulle - Étoile)
- Téléphone: +33 (0)1 45 00 91 89
- reservationlauriston@romanticacaffe.fr

VOTRE IMAGE EST VOTRE MARQUE

Pourquoi votre visage fait partie de l'entreprise...

...et pourquoi un selfie ou une photo IA ne suffiront pas

Avant qu'un client vous appelle, vous écrivez un e-mail ou poussez la porte de votre boutique, il vous a presque toujours déjà cherché en ligne. Dans ce premier regard, votre photo en dit plus long que votre bio ou votre liste de prix. LinkedIn affirme lui-même qu'un profil avec photo est consulté 14 fois plus souvent qu'un profil sans photo — avant même que quiconque ait lu le moindre mot de ce que vous avez écrit.

Les études sur la confiance vont dans le même sens, sous un autre angle. Les gens font environ deux fois plus confiance à une entreprise lorsqu'ils peuvent voir le visage de la personne qui la dirige, et une étude sur les sites web de commerces locaux a observé le même phénomène : les visiteurs faisaient davantage confiance à une entreprise qui montrait la vraie photo du dirigeant plutôt qu'une image de banque d'images, ou aucune photo du tout.

Une brève histoire de l'idée

Le personal branding a une date de naissance précise. En août 1997, l'auteur et consultant en management Tom Peters publie « The Brand Called You » (« La marque, c'est vous ») dans Fast Company, où il soutient que tout le monde — pas seulement les dirigeants — doit gérer activement sa réputation comme une entreprise gère un produit. LinkedIn n'existait pas encore : le réseau ne sera lancé que six ans plus tard, en 2003.

À partir de là, les canaux se sont accumulés les uns après les autres : les profils LinkedIn, puis les blogs, puis les grilles Instagram, puis les vidéos courtes et les newsletters. Chacun a ajouté un nouvel endroit où se montrer, mais le travail de fond est resté le même : donner à quelqu'un une image cohérente et reconnaissable de la personne qu'il va rencontrer, avant même de la rencontrer.

Pourquoi l'enjeu est plus grand pour une petite entreprise

Une grande entreprise peut s'appuyer sur un logo, des décennies d'avis clients ou une notoriété construite au fil des années. La plupart des petites entreprises n'ont pas ce luxe : le dirigeant est, de fait, la marque — que ce soit voulu ou non.

Cela se vérifie clairement dans les recherches sur les plateformes de l'économie collaborative. Une étude scientifique portant sur des hôtes et des chauffeurs a montré que les vendeurs sans photo de profil étaient quasiment évités par les clients, tandis que ceux qui montraient leur visage pouvaient facturer plus cher pour une offre par ailleurs identique. Rien de tout cela n'est une question de vanité.

C'est plus proche d'une vérification de solvabilité : une photo est l'une des rares informations dont dispose un inconnu pour décider, en quelques secondes, si vous méritez qu'il vous accorde du temps.

Ce qui cloche avec les photos IA — et avec les selfies

C'est exactement là que les photos de profil générées par IA et les selfies pris à la va-vite posent problème — chacun à sa manière, et pour des raisons opposées.

Commençons par l'IA. Dans une étude Ringover menée en 2024 auprès de plus de 1000 recruteurs, les participants ont vu un mélange de vraies photos et de photos générées par IA, sans savoir lesquelles étaient lesquelles. Ils ont préféré les versions IA dans 76,5 % des cas, et n'ont pas fait mieux que le hasard pour deviner lesquelles étaient fausses. Sur la seule apparence, la technologie passe déjà l'épreuve.

Le problème apparaît au moment où les gens l'apprennent. Dans cette même étude, la majorité des recruteurs ont déclaré être rebutés en découvrant qu'une photo était générée par IA, et la majorité pensait aussi qu'elle aurait dû être signalée à l'avance. Getty Images a observé le même phénomène à bien plus grande échelle : dans une enquête mondiale menée auprès de dizaines de milliers d'adultes, une large majorité a dit vouloir savoir quand une photo est générée par IA, parce qu'une image authentique est centrale dans la confiance qu'on accorde à ce qu'on regarde. Les observateurs décrivent les photos IA en un mot — « sans âme » — techniquement correctes, mais il leur manque ce qui fait qu'une photo ressemble à une personne réelle plutôt qu'à une moyenne de plusieurs visages.

Au fond, ce n'est pas vraiment un problème de photographie. C'est un problème de confiance : dès qu'un client soupçonne que le visage qu'il regarde a été fabriqué, c'est cette fabrication qui devient le sujet, pas vous.

Un selfie pris à la va-vite ne fabrique rien, mais il a son propre indice révélateur — un éclairage inégal, un arrière-plan qui trahit une photo prise dans une voiture ou devant un miroir de salle de bains, un cadrage qui n'était jamais destiné à devenir une photo de profil.

Il ne déclenchera pas la même alarme qu'une photo truquée, mais il envoie son propre signal : si la seule image que vous avez choisie pour représenter votre entreprise est bâclée, les gens supposent, sans même y penser, que le reste de votre travail l'est aussi — les factures, les délais, le travail qu'ils n'ont pas encore vu. Ce n'est pas un raisonnement juste, mais c'est un réflexe automatique, et il se produit avant même que vous ayez eu la moindre chance de prouver le contraire.

L'illustration n'est pas l'identité

Tout cela ne signifie pas que chaque image doive être une photographie. Une photo de banque d'images représentant un ordinateur portable sur un bureau, ou une illustration générée en tête d'un article de blog, remplit son rôle : elle illustre. Le problème commence lorsque les images censées montrer qui vous êtes — votre visage, votre équipe, vos locaux, votre travail — sont génériques ou générées. Visitez un site où chaque personne et chaque lieu viennent d'une banque d'images ou d'un générateur d'images. Il peut être superbement réalisé, et pourtant on commence à se demander si l'entreprise existe vraiment et qui est réellement derrière. Une entreprise peut recourir librement à l'illustration. Ce qu'elle ne peut pas emprunter, c'est la preuve de son existence. Une seule vraie photo d'une vraie personne dans un vrai lieu en dit plus que cent photos parfaites.

Ce que cela signifie pour la suite

À mesure qu'une plus grande part de ce qu'on voit en ligne est assistée par l'IA — les textes, les légendes, et de plus en plus les photos —, une image réelle, récente et non manipulée d'une vraie personne devient l'une des rares choses qui montrent encore qu'il y a quelqu'un derrière l'écran. C'est un changement de rapport de force autant qu'esthétique : l'avantage d'être vérifiablement et reconnaissablement vous-même se renforce, plutôt qu'il ne s'affaiblit, à mesure que le reste d'Internet devient plus synthétique.

Pour un dirigeant de petite entreprise, la version pratique de tout cela est simple. Une vraie photo de vous, tenue à jour, est en train de devenir discrètement l'un des signaux de confiance les moins coûteux et les plus durables qu'une entreprise puisse avoir. À mesure que les images générées se multiplient, c'est la seule chose qui permette encore à un visiteur de savoir qu'une vraie personne se tient derrière l'entreprise.



Ce numéro a été photographié
par Katarina Colomar.

VOUS AVEZ VU LES IMAGES.

**MAINTENANT,
AFFIRMEZ VOTRE
REGARD.**

Créons le vôtre.

PORTRAITS · BUSINESS STORIES · EVENTS · PRODUCTS · TEAMS

katarinacolomar.com

LES IMAGES QUI NOUS RESTENT

Nous prenons plus de photos que jamais et les regardons moins. Voici quelques idées pour les remettre sous nos yeux.

La plupart d'entre nous ont aujourd'hui des milliers de photos dans leur poche et les regardent rarement. Les téléphones ont rendu la prise de vue sans effort : repas, panneaux de rue, captures d'écran, dix images presque identiques du même paysage. Quand presque tout mérite une photo, chaque cliché compte un peu moins, et trier le bon grain de l'ivraie devient une corvée que peu de gens prennent le temps de faire. De temps en temps, une application fait ressurgir une image d'il y a deux ans, jour pour jour, et l'espace d'un instant, on la revoit. Mais la plupart du temps, les photos dorment, invisibles, parmi d'innombrables autres sur nos téléphones.

Prendre une photo avait autrefois un coût, et les images étaient tenues en main, classées, conservées. Une photo que l'on peut tenir en main compte plus que toutes les autres, et il existe bien plus de façons de lui donner une place que le traditionnel album.

L'album de famille

Pendant des générations, l'album de famille a été le principal moyen de conserver les photographies. Les tirages étaient choisis, disposés sur des pages et souvent accompagnés de dates, de noms ou de courtes légendes écrites à la main. On sortait les albums quand la famille venait en visite, on les montrait aux enfants, et ils passaient d'une génération à l'autre.

Les réaliser prenait du temps. Il fallait faire développer les pellicules, rassembler les tirages et choisir les meilleures images ; les albums ne contenaient donc en général qu'une petite sélection, avec des anniversaires, des mariages, des vacances et de grandes étapes, mais aussi des instants de jours ordinaires. Ouvrir un vieil album aujourd'hui peut encore faire resurgir des détails qui seraient autrement oubliés : un jouet d'enfance préféré, la maison où nous avons grandi, ou le visage d'un membre de la famille que nous n'avons jamais rencontré et qui a le même sourire que nous. Ces photos ont d'autant plus de valeur que nous savons qui y figure et quand elles ont été prises.



Les collections numériques

La photographie numérique a rendu la prise de vue peu coûteuse et le partage instantané, et grâce aux albums partagés et au stockage en ligne, les photos de famille ne sont jamais plus loin qu'un téléphone. Revers de la médaille : toute cette commodité les rend faciles à ignorer. Elles restent enfouies dans la pellicule du téléphone, dispersées sur plusieurs appareils, ou perdues lorsqu'un téléphone tombe en panne ou qu'un compte devient inaccessible.

De nouvelles façons de conserver ses photos imprimées

L'album est un bon vieux classique, mais ce n'est pas la seule façon de faire. Les formats ci-dessous répondent à des besoins différents, selon le temps dont on dispose, les personnes avec qui l'on souhaite partager et la manière dont on aime retrouver ses photos.

Les livres photo

Plutôt que de tout imprimer, on peut choisir une sélection à la fin de l'année et la réunir dans un seul livre. Les événements de famille, les vacances, les étapes de la vie scolaire et les moments du quotidien s'y côtoient, et chaque nouveau volume vient grossir une série facile à feuilleter et agréable à retrouver. C'est aussi un cadeau de Noël bien plus attentionné qu'une paire de chaussettes ou une boîte de chocolats.

La même idée fonctionne à plus petite échelle. Un livre consacré à un voyage, à des vacances ou à une occasion, comme un mariage ou un anniversaire important, peut associer les photos à des billets, des cartes, des invitations, des notes ou de courtes légendes. Il raconte l'histoire de cette occasion bien plus complètement qu'un dossier d'images ne pourrait jamais le faire.

Une gazette de famille

Pour les familles dont les membres vivent loin les uns des autres, il existe une autre option que beaucoup ignorent : la gazette de famille imprimée. Plusieurs entreprises la proposent aujourd'hui sous forme d'abonnement.

Au fil du mois, des proches installés dans des foyers, des villes, voire des pays différents envoient photos et petits messages via la même application, parents et enfants, frères et sœurs.

Le service met tout en page automatiquement sous forme de gazette ou de magazine, l'imprime et l'envoie par la poste à un proche, le plus souvent un grand-parent, en général une fois par mois. Comme tout le monde alimente le même numéro, on peut y trouver les photos du mois écoulé, quelques lignes sur ce que chaque foyer a fait, des dessins d'enfants, des petites phrases drôles ou des nouvelles des vacances. Elle permet aussi aux frères et sœurs de rester au courant de la vie des uns et des autres.

Comme elle arrive par la poste, elle convient bien aux proches qui n'utilisent ni smartphone ni réseaux sociaux. Et elle évite d'avoir à réaliser un grand album en fin d'année, puisque chaque numéro se remplit au fil des moments, un peu à la fois.



Un coffret folio

Pour des photos réalisées par un professionnel, vous pouvez demander à votre photographe un coffret folio : un objet artisanal, souvent en bois poli, qui renferme une petite série de tirages. Certains modèles présentent un tirage dans une fenêtre sur le devant, si bien que le coffret se pose sur une étagère comme une photo encadrée, tandis que les autres tirages attendent à l'intérieur. D'autres ressemblent davantage à des écrins à bijoux recouverts de velours qu'à un rangement pour photos. Il convient à une poignée de portraits préférés ou aux photos d'une occasion importante, et il donne aux images une présence physique, avec plus de souplesse qu'un album relié.

Les photos au mur

Les photos imprimées n'ont pas à rester dans des albums ou des coffrets. Exposées chez soi, elles peuvent s'intégrer au quotidien, ou devenir une pièce forte.

Pensez grand, pensez art. Un seul portrait noir et blanc surdimensionné d'un enfant ou d'un chien peut faire à lui seul office d'œuvre murale. Agrandie et épurée, une photo du quotidien prend l'allure d'une véritable œuvre plutôt que d'un simple souvenir. Ou pensez petit, pensez cadre. Un petit tirage entouré d'un large passe-partout en lin ou en papier à motifs, dans un cadre vintage, bénéficie de l'espace et de l'attention qu'un instantané dans un album n'obtient jamais.

C'est ce qui transforme une simple image en objet esthétique, qu'elle soit accrochée dans un couloir, posée sur une étagère ou intégrée à un mur de cadres.

Encadrez vos photos avec d'autres souvenirs : quelques lignes écrites à la main, un billet de voyage, une fleur séchée. Placez-les à côté du tirage, sous le même verre, et une simple image devient une petite composition autour de l'occasion.

Un mur peut aussi s'enrichir au fil du temps. Il peut commencer par un portrait de mariage ou une photo de famille, puis accueillir peu à peu de nouvelles générations, des vacances, des étapes importantes, de sorte que les images anciennes et récentes cohabitent et racontent l'évolution de la famille. Des tablettes porte-cadres ou des cadres faciles à déplacer permettent d'ajouter des photos sans tout réorganiser.

Choisir ce que l'on garde

Conserver ses photos ne veut pas dire imprimer chaque image ni transformer chaque occasion en projet. L'objectif est de faire une sélection réfléchie et de choisir un format qui convient aussi bien aux photos qu'aux personnes qui les apprécieront. Qu'il s'agisse d'une collection numérique bien organisée ou d'un album bien feuilleté sur une étagère, le but est le même : des images faciles à retrouver, qui valent la peine d'être revues, et accessibles aux personnes avec qui l'on souhaite les partager.



LES PERSONNES PRÉSENTÉES DANS CE NUMÉRO

ANNE-SOPHIE LARCENA - Artiste peintre

www.annesophielarcena.com | @annesophielarcenapeintre | 32 Rue de l'Ermitage, 78000 Versailles

SABINE LAURENT - Coach en communication

www.sabine-laurent.com

MAURIZIO GONNEZI - Restaurateur · Romantica Caffè | 7, rue Lauriston, 75016 Paris

+33 1 45 00 91 89 | reservationlauriston@romanticacaffe.fr

SANDRA LOPES - Styliste personnelle & personal shopper

www.sandralopesconseil.com | sandra.lopes.conseil

COMMUNIQUEZ AVEC IMAGE

Faites découvrir votre marque à travers un magazine qui met les personnes et leurs histoires à l'honneur.

IMAGE est un magazine indépendant qui donne la parole à celles et ceux qui ont quelque chose à raconter. À travers des portraits, des rencontres et des récits en images, il met en lumière les parcours, les idées et les activités de professionnels aux univers variés.

Vous souhaitez présenter votre marque, vos produits ou vos services à nos lecteurs ? La publicité dans IMAGE vous offre un espace pour faire connaître votre activité et créer un lien avec un lectorat sensible aux personnes, aux idées et aux histoires qui méritent d'être partagées.

Nous sommes ouverts aux collaborations avec les marques et les entreprises qui souhaitent s'inscrire dans l'univers du magazine.

Publicité, partenariats & propositions éditoriales

Katarina Colomar

katarina@katarinacolomar.com

www.katarinacolomar.com

IABOTE

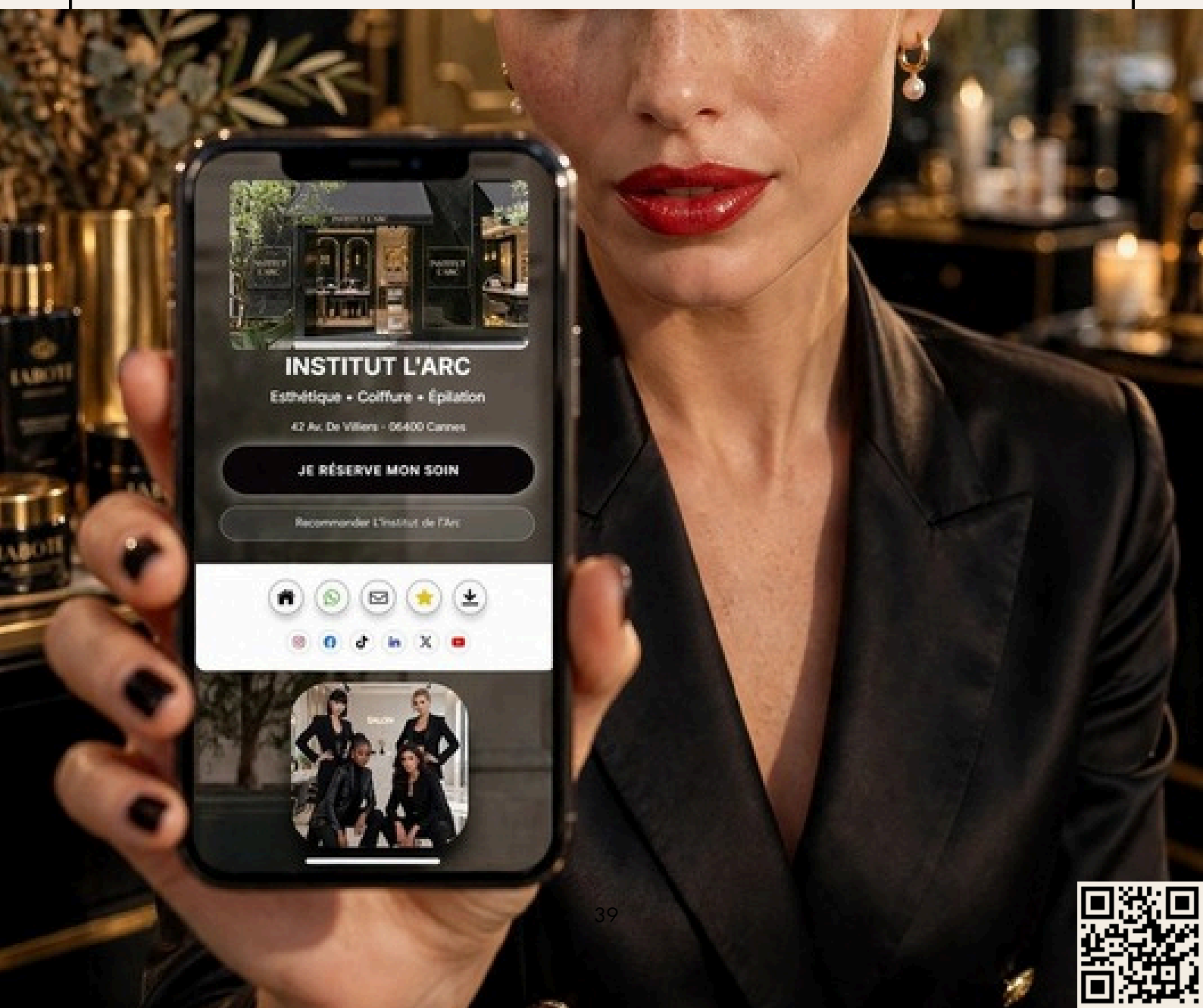
L'ICÔNE DES MAISONS
DE BEAUTÉ

Fondatrice
CAROLINE BAL

CONVERTIT PENDANT QUE
VOUS TRAVAILLEZ.

DEVENEZ LA RÉFÉRENCE
DANS VOTRE DOMAINE.

UN CLIC ET VOUS ÊTES
ENREGISTRÉ À VIE.





Des portraits boudoir fine art, entièrement sur mesure.
Subtils, élégants, résolument à votre image.

