PhotoPresta, une marketplace éthique et écoresponsable de photographes

Dans le marché concurrentiel des marketplaces de photographes et vidéastes, qui mettent en relation professionnels et particuliers, la startup PhotoPresta cherche à se démarquer avec un modèle éthique, respectueux de la rémunération des prestataires.

Temps de lecture : minute

---

24 février 2023

Ces vingt dernières années, le secteur de la photographie a connu plusieurs mutations avec l'arrivée des appareils numériques, du téléphone portable, du développement des photos en ligne et, depuis peu, des plateformes d'intermédiation entre photographes indépendants et clients. Si on ajoute à cela la crise sanitaire qui a bloqué l'événementiel, le métier de photographe connaît des difficultés croissantes.

Dans ce contexte, les marketplaces de photographes et vidéastes sont parfois accusé de paupériser le métier en tirant les tarifs des prestations vers le bas. Leur rôle : mettre en relation les clients et les photographes pour effectuer des photos de mariage et autres événements, ou pour les entreprises.

La plus connue de ces plateformes, Meero, qui a bouclé une levée de fonds de 205 millions d'euros en 2019, a dû changer son business model d'origine trois ans plus tard en abandonnant la place de marché pour passer à une solution SAAS pour les photographes. Une fermeture qui s'est accompagnée de licenciements, la startup se séparant de la moitié

de ses effectifs en 2022. D’autres plateformes tentent de se faire une place dans ce secteur, à l’instar d’Ocus, qui a levé 20 millions d’euros en 2021, My Photo Agency, Imagera, Welenz ou PhotoPresta.

PhotoPresta, la plateforme qui résiste

Fondée en mars 2016 par Bastien Féral-Schuhl et Fayçal El Gharbi, PhotoPresta est une plateforme communautaire qui permet à des particuliers et des entreprises de trouver et de réserver un photographe pour leurs événements et leurs projets. En l’espace de six ans, la société est devenue la plus grande communauté de photographes et vidéastes en France, avec plus de 5 000 professionnels au total.

Composée des deux seuls associés, la startup se positionne sur un business model éthique et écoresponsable : " *Les prestataires fixent librement leurs tarifs, incluant les frais de déplacement et la livraison de photos sous format numérique*, précise Bastien Féral-Schuhl. *Nous prenons entre 4 et 12 % de commission, ce qui encourage les photographes à proposer des prix plus justes. Côté clients, nous leur trouvons un prestataire local (d’où la dimension écoresponsable), qui correspond à son budget et au style qu’il recherche. J’ai moi-même eu l’idée de ce concept en 2016 lorsque je recherchais un photographe pour un événement. Devant le manque de solution digitale permettant d’en trouver un facilement et rapidement, j’ai décidé de développer ma propre marketplace “idéale”.*".

Créée en autofinancement, et ne bénéficiant d’aucun budget marketing, la startup affiche aujourd’hui un chiffre d’affaires de 400.000 euros et compte 5.000 clients, parmi lesquels La Société Générale, Lacoste, Bio c Bon et Bien Ici. En 2023, PhotoPresta ambitionne de s’ouvrir à l’international en commençant par la Belgique.

À lire aussi
Les 7 structures à connaître pour se lancer dans les industries culturelles et créatives

---

Article écrit par Rozenn Gourvennec