



alliance française des designers

La création graphique malmenée¹

Les dix années écoulées ont bouleversé les pratiques des graphistes indépendants. Comment vendons-nous actuellement nos créations ? De nombreuses agences de publicité ont choisi de minorer le prix de la création et de majorer les marges des postes techniques : fabrication, achat d'espace... Cette facturation est apparemment plus facile à justifier aux yeux de leurs clients. Mais on dévalorise ainsi la création, ce qui génère un double effet pervers : une chute des ressources des graphistes et une demande accrue de prestations techniques de la part d'entreprises et de collectivités territoriales.

Aujourd'hui, des commanditaires se tournent volontiers vers les graphistes indépendants, censés pratiquer des tarifs inférieurs aux agences du fait de leur statut d'auteur rattaché à la Maison des artistes. Certains ont même envisagé de leur sous-traiter l'impression, l'hébergement de sites Internet... c'est-à-dire l'ensemble des prestations qu'ils confiaient d'habitude aux agences. Or les graphistes inscrits à la Maison des artistes ne sont pas, statutairement, en capacité d'assumer ces tâches. Pourtant, la conjoncture difficile et le marché très concurrentiel les conduisent à diluer leur vocation première, concevoir et créer des messages visuels, dans des réponses d'ordre technique.

Une autre pratique se généralise : les appels d'offres. Il est évident que le commanditaire public recherche la meilleure création tout en maîtrisant sa dépense. Pour ce faire, il étudie le devis et le dossier de création de trois à quatre graphistes, avant de choisir. S'il souhaite l'étude d'un projet, le commanditaire doit la rémunérer, car une réponse de qualité nécessite de la part du graphiste plusieurs jours de travail. Sinon, il participe à la précarisation de notre profession. On peut alors s'interroger sur l'inévitable coût social que cela engendre, supporté par la collectivité...

Comment devient-on graphiste aujourd'hui ? De nombreux apprentissages de courte durée orientent vers la prestation de services techniques, au détriment de l'analyse et du travail intellectuel du graphiste. Cette option répond à la demande d'agences soucieuses de travailler avec des indépendants pour mieux amortir leurs coûts. Ces formations courtes, très prisées, ont pour conséquence de mettre sur un marché déjà saturé des

techniciens mal préparés au métier de graphiste. Les formations longues sont donc à privilégier dans un souci de réelle maîtrise d'un savoir et d'une profession.

Comment demeurer compétent ? Les champs d'application du graphisme sont de plus en plus étendus et nécessitent une véritable polyvalence. Comment maîtriser l'évolution des nouvelles technologies alors que, par statut, le graphiste indépendant ne bénéficie pas de la formation continue ? Des solutions se mettent en place à l'initiative des graphistes : travaux réalisés en équipe, partage d'atelier... Cela leur permet d'accéder à de nouvelles compétences, de s'ouvrir à d'autres pratiques, de bénéficier de la transversalité des activités et de répartir les frais d'ensemble.

Comment un graphiste peut-il se positionner actuellement ?

Comment doit-il imposer et vendre sa spécificité de créateur dans toute négociation ? Comment trouver l'équilibre entre les exigences de la clientèle et la juste rémunération d'une création ? Comment participer aux appels d'offres publics ou privés ? Des éléments de réponse et des pistes de recherche sont présentés dans ce document.

La loi sur la propriété intellectuelle (loi du 11 mars 1957) doit être mieux prise en compte. Elle crée un cadre juridique et éthique qui permet d'étayer les négociations commerciales. Cette loi est souvent malmenée par méconnaissance des règles tant du côté des graphistes que des clients. Pour défendre la spécificité de leur profession, les graphistes doivent approfondir leur connaissance de cette loi et apprendre à la présenter à leurs clients. Faire connaître la déontologie, les droits et les règles des graphistes est un engagement fondamental pour revaloriser l'exercice de notre art.

François Caspar

1. Ce texte a été publié une première fois dans *Graphisme en France 2005* [www.cnap.fr] sous le titre *La création malmenée*, édité par le ministère de la Culture et de la communication, la direction des Arts plastiques et le Centre national des arts plastiques. À l'aimable invitation de Marsha Emanuel, Chargée de mission pour le graphisme, Délégation aux arts plastiques, l'AFD et l'Alliance graphique internationale en France [www.a-g-i.org] dressaient un état des lieux de la profession de graphiste. Le dossier central *Profession graphiste* était rédigé par François Caspar.