

Philippe Apeloig  
André Baldinger  
Ruedi Baur  
Pierre Bernard  
Michel Bouvet  
Paul Cox  
Ronald Curchod  
Alexander Jordan  
Peter Knapp  
Alain Le Querrec  
Anette Lenz  
Michel Lepetitdidier  
Laurence Madrelle  
Robert Massin  
Rudi Meyer  
Philippe Millot  
Étienne Mineur  
Jean Widmer  
Catherine Zask

# ...pour une culture visuelle en France

Alliance graphique internationale

# AGI

FRANCE

François Caspar,  
cofondateur président  
de l'AFD 2003-2005



alliance française des designers

à l'attention  
des graphistes  
et de leurs  
clients...

Non aux « free pitchings »,  
les appels d'offres  
non rémunérés.

Graphistes, designers  
en France, nous vous incitons  
à ne pas participer aux  
concours et appels d'offres  
qui ne prévoient pas  
de rémunération pour votre  
travail, et à ne pas démarcher  
en proposant des idées  
gratuites : le seul résultat  
à long terme est  
la détérioration de notre  
profession.

Tous les organismes professionnels internationaux du design dénoncent la pratique de la fourniture de services non rémunérés, appelés en anglais *free pitching*, « proposition spontanée et gratuite ».

La création aussi spontanée soit-elle est toujours le fruit d'un processus global souvent long et complexe. Ce processus est indissociable de tout projet de design.

Quelle règle permettrait de ne facturer qu'une partie du travail accompli, en l'occurrence ce qui se voit, au détriment de toutes les actions préparatoires ?

Une seule règle est vraiment professionnelle : refuser les propositions gratuites !

## La proposition gratuite tue la création

C'est tout un art pour un designer que d'éviter de travailler gratuitement...

La pratique des propositions gratuites s'est instaurée selon plusieurs traditions bien établies, comme les concours publics d'architecture, ou les démarches commerciales agressives, typiques des agences des secteurs des médias et de la publicité.

Ces pratiques ont contaminé les appels des institutions publiques depuis une vingtaine d'années, au point, que des graphistes qui exercent leurs talents dans ce secteur sont «happés» par l'engrenage des projets non rémunérés. Méthode de vente ou force des choses, proposer gratuitement ses compétences ou répondre à la demande abusive d'un client est contre-productif au point de courir à la faillite de son activité et à la dévalorisation de toute une profession. Sauf, par engagement personnel dans le contexte d'œuvres caritatives, un graphiste professionnel ne doit pas travailler sans rémunération.

## La proposition gratuite revêt plusieurs formes

- Un client demande la réalisation d'une étude sans prévoir explicitement de rémunération en contrepartie.
- Un client demande une création, sollicite un devis, puis dans la foulée la proposition d'un projet; chaque étape se déroulant sans bon de commande.
- Un appel d'offres exige la production de projets sans prévoir de rémunération.

Sous prétexte de « voir » à l'œuvre les graphistes et de tester leurs compétences, l'acheteur public s'organise, à titre exclusif, un self-service de créations... Il arrive que «le bouchon soit poussé très loin» et que les graphistes en viennent même à construire – gratuitement – le cahier des charges de l'appel d'offres auquel ils sont censés répondre!

Alors que l'intérêt bien compris de l'acheteur public et du graphiste est de fonctionner ensemble en s'appuyant sur une relation de qualité et un dialogue durable.

## Le graphiste reconnu doit montrer l'exemple

C'est sa responsabilité de professionnel de première ligne. Ses références et son image, facilitent son argumentation quand il s'attache à expliquer pourquoi il ne fournit pas ses services gratuitement. Il doit insister auprès de son client sur le fait que les retours escomptés d'une «proposition spontanée» risquent d'être insignifiants et impropres à la réflexion sur le projet.

# Les pouvoirs publics doivent aussi montrer l'exemple

Les concours et les offres de marchés publics devraient toujours se dérouler dans un cadre légal, équitable pour le contribuable et le graphiste : l'argent public est dépensé dans le meilleur rapport compétences/prix en donnant une véritable chance à tous les professionnels.

Pourtant, actuellement, la non-sélection sur dossier et la non-rémunération à leur juste valeur des projets contrecarrent ces deux objectifs.

Nous assistons à une perte de la qualité globale des réponses proposées et à la paupérisation de la profession de graphiste.

Les répercussions sur la collectivité sont préjudiciables sur deux aspects : c'est un investissement pour peu d'effet et des coûts supplémentaires sont générés pour compenser un nouveau déficit social.

# Ensemble avec l'AFD, l'AGI France s'engage :

À l'instar des principaux organismes professionnels de design dans le monde, nous nous opposons fermement aux propositions gratuites.

La proposition gratuite dégrade la valeur des services du design et met à bas le professionnalisme des graphistes.

Nous nous engageons à rejeter les demandes à fournir, tout ou partie de nos services gratuitement ou au-dessous de nos tarifs normaux.

Les concours doivent être équitables, envers nos professions.

Il n'est pas question pour nos organisations professionnelles d'imposer des règles, mais une prise de conscience et un engagement résolu de la part de chacun d'entre-nous, peuvent, eux, imposer cette éthique d'absolue nécessité.