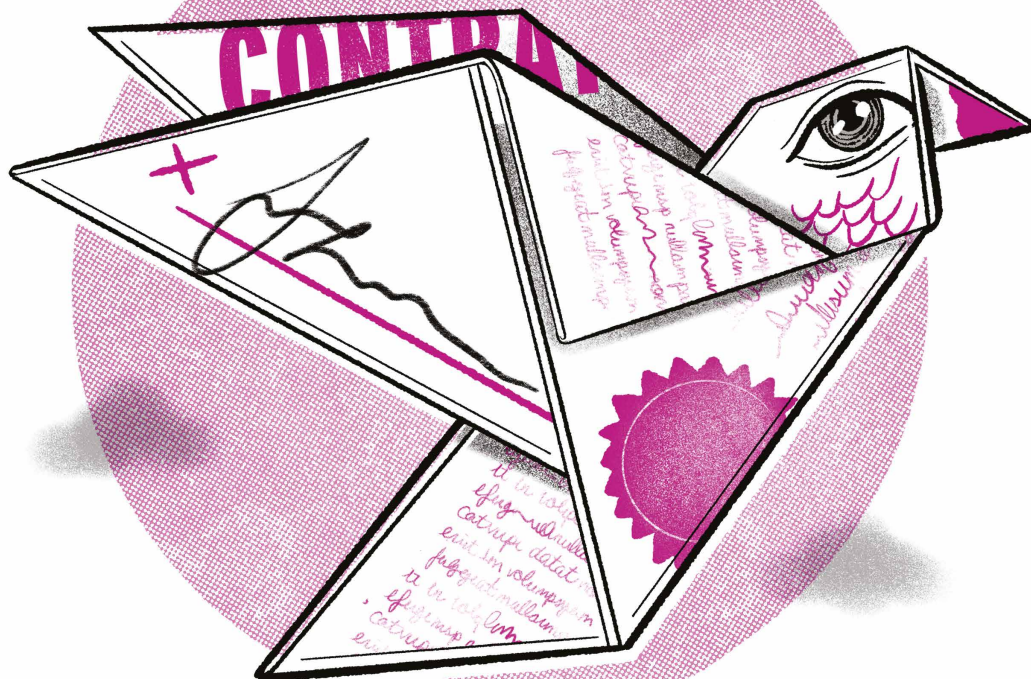


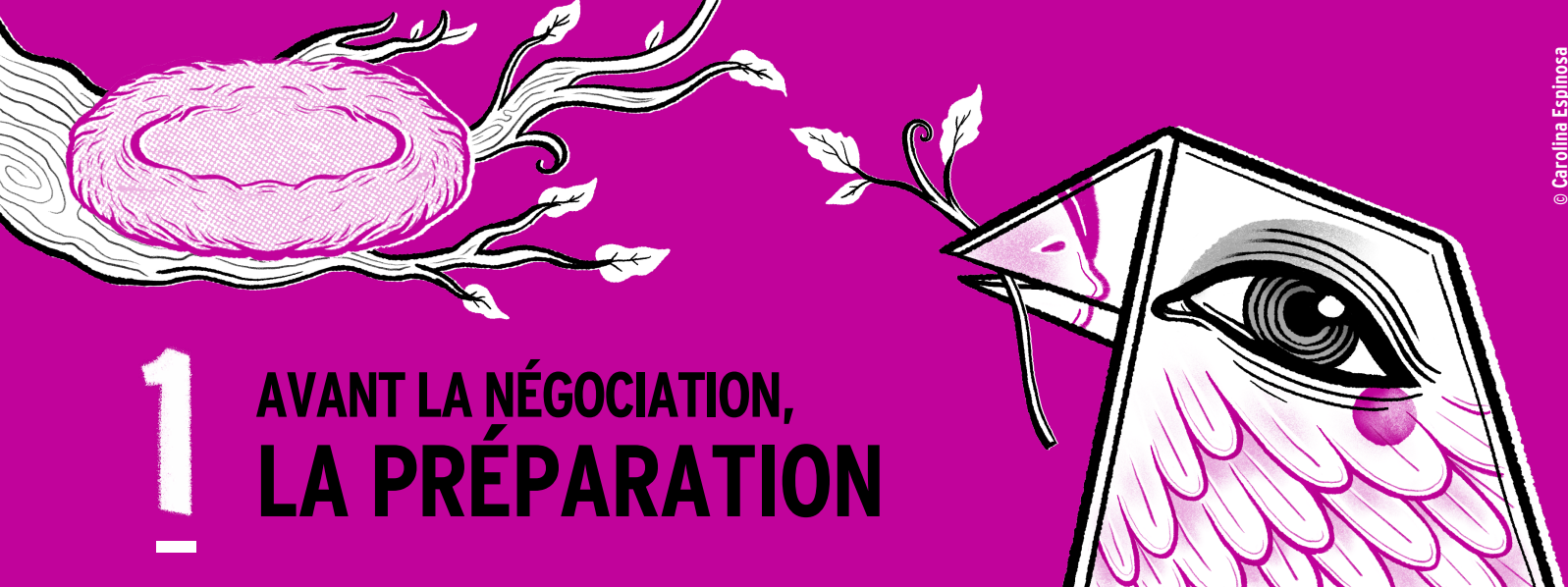


NÉGOCIER UN CONTRAT D'ILLUSTRATION

GUIDE DES BONNES PRATIQUES

PRÉSENTÉ PAR

!Q ILLUSTRATION
QUÉBEC



1 AVANT LA NÉGOCIATION, LA PRÉPARATION

Si la création est le cœur du métier de l'artiste, ce sont les aspects administratifs et économiques qui donnent le souffle nécessaire pour une carrière longue et en santé (mentale et financière).

Souvent crainte, parfois fuie, la négociation de contrat, qu'on pourrait décrire par le processus qui mène à une entente sur la valeur de la création d'une œuvre et de sa diffusion, est pourtant un levier essentiel de la longévité d'une pratique, mais aussi de la santé de toute une communauté.

Autrement dit, la négociation est la recherche d'un accord qui requiert un jeu de concessions mutuelles afin de dépasser les divergences initiales. Vous trouverez, dans le présent document, une approche pas-à-pas de processus de négociation accessibles, quelle que soit votre expérience.

● POURQUOI NÉGOCIER ?

- **Négocier, c'est connaître la valeur de son travail et la faire respecter.** Cela veut aussi parfois dire refuser une proposition qui ne respecte pas la qualité de notre travail.
- **Malgré l'inflation annuelle, les tarifs pour les contrats d'illustrations stagnent ou régressent, il faut collectivement être plus revendicatifs des bonnes pratiques tarifaires.**
La clé : s'informer auprès de la communauté et à travers les ressources disponibles.
- **La force du collectif.** Si les pairs sont solidaires, la prochaine personne qui sera sollicitée n'acceptera pas plus l'offre qui ne répond pas aux normes. Négocier est nécessaire à titre individuel, mais surtout à titre collectif. Les tarifs que vous revendiquez nourriront les réflexions des clients pour leurs prochaines collaborations avec des artistes.
- **Un des objectifs de la négociation est de créer une relation d'affaires respectueuse et équitable sur le long terme.**

● LES MYTHES À DÉBOULONNER :

- **« Je ne suis pas légitime. »**

Artiste = vie de misère ? Oubliez cette équation erronée ! En tant qu'artistes, vous avez :

- une expertise qui s'aiguiser avec le temps,
- des grilles tarifaires à votre disposition,
- des ressources qui peuvent vous soutenir,
- une communauté : quand vous êtes membre d'Illustration Québec, vous avez accès au groupe Facebook « Membres IQ », un espace d'entraide bienveillant et réactif.

- **« Si j'accepte des tarifs bas, le client va me rappeler et j'aurai un meilleur cachet la prochaine fois. »**

Faux. Cela engendrerait aussi un effritement de votre crédibilité, donc de votre pouvoir de négociation. De plus, la cliente ou le client s'attend souvent à jouer le jeu de la négociation.

- **« J'ai déjà commencé le travail, il est trop tard pour signer un contrat. »**

Il est toujours conseillé de signer une entente avant de commencer le travail. En revanche, si vous n'avez pas signé de contrat, il n'est jamais trop tard pour arrêter le travail et en exiger un. Rappelez-vous que si aucune entente n'a été signée, cela signifie que vous détenez encore tous vos droits.

- **« Je n'ai pas les capacités de négociateur. »**

C'est une capacité qui s'améliore avec le temps, l'important est de commencer quelque part.

● QUI EST LA CLIENTE, LE CLIENT ?

Notre rapport au projet peut être influencé par le type de clientèle. Bien connaître la personne ou l'entreprise qui nous a contactés, c'est mieux établir les bases de la négociation.

- **Une entreprise** : grande, petite, organisme à but non lucratif, etc.
Se renseigner sur leur réputation, leurs conditions de travail lors de précédents contrats avec d'autres artistes vous donnera une meilleure idée de la situation.
- **Une ou un particulier** : il se peut que cela implique beaucoup de pédagogie et de questions à poser.

La taille d'une entreprise ou la notoriété d'un particulier ne sont pas nécessairement proportionnelles aux budgets proposés. Un organisme à but non lucratif par exemple, n'est pas toujours synonyme de petit budget. En revanche, plus l'artiste est contacté en amont d'un projet, plus des tarifs adéquats pour les deux parties pourront être adoptés.

● QUEL EST LE PROJET ?

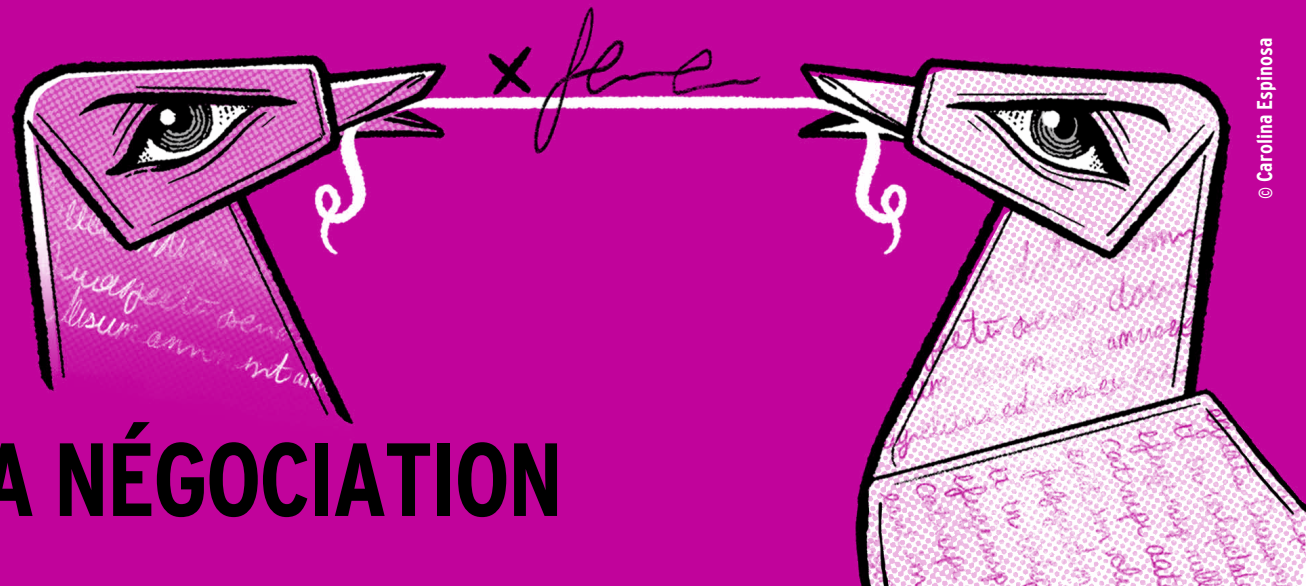
La valeur d'un travail artistique est liée au temps de création/complexité de l'image + l'utilisation/diffusion de cette image (lieux, supports, durée). Plus l'utilisation de l'image est grande, plus la valeur du mandat augmente. D'où l'importance d'avoir le maximum d'informations en main avant d'envoyer une soumission. Cette étape est importante, car elle permet de mieux saisir les contours d'un projet pour les deux parties.

- **Quel est le budget ?** Demander s'il existe un budget défini ou une fourchette de prix.
Il est parfois plus facile d'estimer un budget à l'oral ou en personne.
- **Quelle est la charge de travail ?** Nombre d'images, complexité des images, nombre de couleurs, etc.
- **Quel est le territoire de diffusion ?** Lieu(x), support(s), durée.
- **Quelle est la planification ?** Date de rendu des esquisses, temps de réponse de la cliente ou du client après l'envoi des esquisses, date de livraison, etc.

Tout cela devra être abordé et inscrit dans le contrat/sur la soumission.

2

LA NÉGOCIATION



● FACE AU RAPPORT DE FORCE, PLUSIEURS OUTILS

La négociation est un rapport de force qui nécessite de la diplomatie et du professionnalisme. Le point essentiel à retenir est que vous êtes légitimes à négocier. Voici quelques outils pour vous accompagner dans cette étape.

- Reformuler les propositions pour vous assurer que les deux parties s'entendent sur la même chose.
- Faire preuve d'empathie et de bienveillance, votre interlocutrice ou interlocuteur n'a peut-être jamais travaillé avec une ou un artiste. Cela l'incitera d'autant plus à appliquer vos conseils par la suite.
- Sensibiliser et éduquer, prendre le temps d'éveiller aux bonnes pratiques est bénéfique pour la clientèle, sa réputation et bien entendu, pour la communauté d'artistes.
- Ne pas nécessairement dire oui tout de suite : rien ne presse. Vous pouvez toujours revenir vers la cliente ou le client un peu plus tard. Cela vous laisse le temps de vous renseigner sur la valeur d'un tel contrat et de faire une soumission à tête reposée. Indiquez cependant quand vous reviendrez vers votre cliente ou client, en vous assurant que le délai lui convient.
- Définir un prix plancher avant la négociation et s'y tenir pendant la négociation.
- Envoyer un récapitulatif par courriel, à la suite de la conversation téléphonique, pour vous assurer qu'il y ait une trace écrite de ce qui a été dit.
- Avoir une marge de négociation de 10 à 15 % pour avoir une certaine flexibilité.
Cependant, si la cliente ou le client a un budget significativement en deçà de ce que vous demandez, il suffit parfois de réduire la charge de travail ou le territoire de diffusion de l'œuvre pour qu'une entente soit signée.

- Lorsque vous offrez un rabais pour une cause ou une organisation qui vous tient à cœur, il est important de l'indiquer dans la soumission et la facture pour montrer la valeur du don que vous offrez. Les dons sont des choix personnels qui n'engagent que vous.
- Consulter une agence pour les projets d'envergure et la publicité. Les agences proposent un service-conseil pour vous guider vers une soumission qui reflète les prix du marché. Un investissement bien souvent nécessaire. Une agence peut offrir :
 - une consultation à l'heure pour du conseil,
 - de vous représenter sur un projet, et négocier à votre place.

● SE DÉFENDRE FACE AUX ARGUMENTS

La grande majorité des clientes et des clients sont ouverts et à l'écoute. Cependant, il arrive que la cliente ou le client ait recours à des arguments traduisant son manque de connaissance du métier. Voici quelques pistes de réponses :

- Argument de confiance : « Commencez tout de suite, on signe plus tard... »
Un exemple de réponse : par sécurité et professionnalisme, pour vous comme pour moi, je ne démarre jamais un projet sans accord préalablement signé des deux côtés.
- Argument de fait/historique : « On n'a jamais payé une telle somme... »
Un exemple de réponse : je ne connais pas le contexte des projets sur lesquels vous avez travaillé précédemment. Mon estimation est basée sur les prix du marché / les tarifs pratiqués par mes pairs / mon expérience.
- Argument de visibilité : la carotte de la renommée
Un exemple de réponse : la visibilité n'est pas une rémunération. Elle ne paiera malheureusement pas mes factures.
- Argument de la petite maison : « vos tarifs sont trop hauts pour nous qui sommes une petite maison d'édition. »
Un exemple de réponse : Quel est votre budget ? Je regarderai si je peux vous proposer quelque chose qui rentre dans ce cadre (en réduisant la charge de travail par exemple). Si ce n'est pas le cas, je ne pourrai malheureusement pas travailler avec vous. D'autres petites maisons d'éditions avec qui je travaille offrent par ailleurs des tarifs qui correspondent aux normes du milieu.
- Argument *diviser pour mieux régner* : « On a payé l'autrice X\$, on ne peut donc pas vous donner plus. »
Un exemple de réponse : Je ne sais pas comment l'artiste en question travaille. Ce prix ne reflète toutefois pas la valeur de mon travail / le temps que j'estime passer sur ce projet.

● QU'EST-CE QU'UNE NÉGOCIATION RÉUSSIE ?

Une négociation est réussie lorsque :

- La négociation a été **tentée** (car chaque négociation est une expérience, surtout quand le processus n'aboutit pas par un contrat).
- L'accord est **gagnant-gagnant**, votre « **prix plancher** » a été respecté.
- Vous avez fait preuve de **professionnalisme** en négociant de façon claire et cohérente.

● CONCLUSION

Négocier est un acte politique. C'est réécrire la perception de l'illustration en se positionnant non seulement comme des artistes engagés dans leur art, mais aussi envers l'ensemble de leur communauté.

Bonne négociation à tout le monde et n'oubliez pas qu'il n'y a rien de plus précieux pour les clientes et les clients que de collaborer avec des artistes qui connaissent la valeur qu'elles et qu'ils ajouteront à leurs messages et à leurs contenus.

QUELQUES RESSOURCES

- **GUIDE ILLUSTRATION QUÉBEC : COMMENT TRAVAILLER AVEC UN-E ILLUSTRATEUR-TRICE.**
<https://www.illustrationquebec.com/fr/activites/comment-travailler-avec-un-e-illustrateur-trice-le/>
- **LA NÉGOCIATION, CENTRAL VAPEUR**
<https://centralvapeur.org/shop/la-negociation/>
- **LE CONTRAT DONT VOUS ÊTES LE HÉROS, LA CHARTE**
www.la-charte.fr/wp-content/uploads/2019/11/brochure-heros.pdf
- **LE GUIDE DE SURVIE, ILLUSTRATION QUÉBEC**
<https://www.leslibraires.ca/livres/guide-de-survie-de-l-illustrateur-nicolas-trost-9782922021325.html>
- **TRAVAILLER AVEC UN-E ARTISTE : LES QUESTIONS À SE POSER CÔTÉ CLIENT-E ET CÔTÉ ARTISTE** (en anglais seulement)
<https://useit.orlose.it/>
- **AIDE À LA COMPRÉHENSION D'UN CONTRAT.**
L'UNEQ vous conseille et vous accompagne dans la compréhension de vos contrats. (service gratuit).
<https://www.uneq.qc.ca/contactez-nous/>
- **CONTRAT TYPE ILLUSTRATION QUÉBEC**
www.illustrationquebec.com/fr/outils/contrats
- **FACTURE TYPE**
www.illustrationquebec.com/fr/outils/facture
- **LES MEMBRES IQ VIA FACEBOOK**
Sollicitez la communauté d'illustrateur-trice-s sur le groupe «Membres IQ». Notez qu'il faut être membre de l'association pour avoir accès à ce groupe.
- **LES MODALITÉS DE PAIEMENT, QUELQUES EXEMPLES :**
 - Paiement de la totalité de la somme à 30 jours suivant la date de facturation.
 - Paiement de 20% à la signature, 30% à l'envoi des esquisses, 50% au rendu final et facturation.
 - Un pourcentage de pénalités par mois de retard de paiement
 - Le paiement se fera par virement et/ou chèque bancaire au nom de «nom de l'illustrateur-trice»
 - ...

● LES GRILLES TARIFAIRES EN ILLUSTRATION

Chaque illustrateur-trice a son style et sa technique. Une illustration demande un temps variable à chacun-e.

Le temps passé et la complexité d'une illustration, ainsi que l'expérience et la notoriété de l'illustrateur-ice entrent en considération dans l'estimation.

Voici toutefois quelques pistes de tarifs :

www.illustrationquebec.com/fr/outils/grille-tarifaire

Illustration Québec travaille en continu sur la mise à jour des grilles tarifaires.

Il est à noter que les grilles actuelles ne prennent pas en compte la différence entre travail de création et licence.

● LES CONCOURS, ÉTHIQUES OU NON ?

Si vous désirez organiser un concours d'illustration pour un projet commercial, voici quelques points à considérer :

- Demander l'envoi du portfolio ou d'images déjà réalisées.
- Rédiger un appel à participation clair et transparent sur la rémunération (tenant compte des tarifs en vigueur), de la licence d'utilisation et de la nature du client.

● QU'EST-CE QUE LE TRAVAIL SPÉCULATIF ?

Faire travailler plusieurs personnes pour n'en récompenser qu'une est une pratique abusive.

Si vous souhaitez qu'un-e ou plusieurs illustrateur-trice-s réalisent un test avant de les mandater, ce test doit être rémunéré.

Voir article 9. du code éthique d'Illustration Québec :

<https://www.illustrationquebec.com/media/uploads/documents-pdf/iq-code-ethique.pdf>

● LES DROITS D'AUTEUR : COMMENT ÉVALUER ?

Pour établir les droits d'auteurs d'une image, plusieurs critères entrent en compte (voir étape 2).

● TRAVAIL DE CRÉATION ET DROITS D'AUTEUR : QUELLE EST LA DIFFÉRENCE ?

Pourquoi payer des droits en plus de la création ?

Les droits d'auteurs, droits moraux, droits patrimoniaux, droits à l'intégrité, droits de paternités...C'est plus simple que ça n'y paraît !

www.copibec.ca/fr/la-loi-en-bref

DES QUESTIONS ?

CONTACTEZ-NOUS !

Téléphone : (514) 522-2040
Numéro sans frais : 1 888 522-2040

Courriel : info@illustrationquebec.com
Site web : www.illustrationquebec.com



2205, rue Parthenais, bureau 213
Montréal (Québec) H2K 3T3, CANADA

MÉDIAS SOCIAUX

Instagram : www.instagram.com/illustrationquebec
Facebook : www.facebook.com/IllustrationQuebec
Vimeo : <https://vimeo.com/illustrationquebec>

MISE À JOUR SEPTEMBRE 2022

Textes : Julien Castanié et Illustration Québec
Illustrations : Carolina Espinosa
Conception graphique : Elodie Duhaméau

Remerciements : Christine Battuz, Joël Bissonnette, Simon Dupuis, Carolina Espinosa, Janou-Ève LeGuerrier, Jean-Philippe Lortie, Jean-Philippe Morasse, Frédérique Rivard, Caroline Soucy, Pauline Stive.