

Formation continue 2021-2022 | Volet multirégional

La négociation de contrats : les clés d'une activité pérenne en illustration

Durée : 6 heures

Dates et heures :

Lundi 10 janvier 9h30 à 12h30 Théorie

Mardi 11 janvier 9h30 à 12h30 Pratique en groupe

Coût : 34,49\$

Veuillez noter que la **valeur réelle** de cette formation est de 150\$

Offre : 15 participants

Lieu de formation : Plateforme Zoom.

Formateur : Julien Castanié

Description et objectifs généraux :

Les différents contractants susceptibles d'engager des illustrateurs, qu'ils soient des directeurs artistiques, des éditeurs, ou autres, n'ont souvent pas conscience de la valeur du travail en illustration. Les artistes, pour la plupart peu outillés pour négocier, ont de la difficulté à mettre de l'avant la valeur de leur travail. La formation proposée consiste à prendre conscience des outils, réflexes et arguments pour bien négocier ses contrats d'illustration.

Objectifs spécifiques

- Connaître les étapes nécessaires qui précèdent la bonne négociation d'un contrat
- Acquérir des techniques de négociation et d'argumentation créatives
- Maîtriser un éventail de techniques de négociation créative
- Évoquer la rémunération sans gêne
- Gagner en confiance en osant pratiquer la négociation

Résultats attendus

Au terme de cette formation, les participants auront passé en revue les différentes techniques de négociation, des plus intuitives aux plus techniques. À travers une alternance d'exposés théoriques et d'exercices de mise en situation, les participants pourront saisir toutes les nuances de l'art de la négociation. Ces connaissances seront applicables très concrètement au quotidien pour que chaque artiste puisse défendre et diffuser son talent avec un oeil éclairé.

Méthodologie :

La formation est proposée sur deux journées de 6 heures. Des exposés théoriques, des exemples concrets et des exercices de groupe sont les outils pédagogiques utilisés. Suite à la formation, le formateur offre 3 heures de soutien personnalisé aux participants en les accompagnant dans leurs

négociations de contrats. Le suivi post-formation permet aux participants de demeurer en contact avec le formateur qui dispense des conseils personnalisés aux participants en fonction de leurs besoins.

Modalité d'évaluation :

L'évaluation des acquis se fait à l'aide d'exercices pratiques et de rapports des participants et du formateur.

Clientèle cible

Le projet donne priorité aux illustrateurs émergents (moins de 5 ans de pratique professionnelle.) Il est possible que des illustrateurs professionnels veuillent faire une mise à niveau. La priorité sera offerte aux illustrateurs de Montréal.

Formateur



Fort de dix années d'expérience en tant qu'illustrateur et directeur artistique, **Julien Castanié** s'amuse à créer des images qui racontent, expliquent et font voyager. Livres pour enfants, couvertures de romans, jeux de société ou affiches sérigraphiées, ça dépend des jours. Prix et distinctions : Finaliste du Prix TD pour Moi, c'est Tantale (Isatis); Finaliste du prix Hubert Reeves

pour Moi, c'est Tantale (Isatis); Finaliste du Prix Alvine-Bélisle pour Moi, c'est Tantale (Isatis); Applied Arts Community Illustration Winner (Les Montréalaises); Applied Arts Illustration winner (Cocotom); Prix Fetkann jeunesse (L'atlas des inégalités, Milan); 3x3 Picture Book Illustration (Un pas puis mille); NUMIX, catégorie convergence jeunesse Canada (Funhunt); Finaliste du Prix de la presse des jeunes à Montreuil (Atlas des inégalités)

Crédit photo © Alex Tran

Plan

Déroulement

Tout au long de la formation, les participant-e-s sont invité-e-s à interagir et poser des questions sur le contenu. Le formateur propose également des petits sondages qui permettent de mieux situer les expériences du groupe. Enfin, la partie théorique est parsemée d'études de cas concrets et d'expériences vécues.

Présentation du formateur et introduction

- points techniques d'interactions dans la plate-forme ZOOM
- présentation et parcours du formateur
- tour de table des participant-e-s
- définition de la négociation
- introduction et mise en contexte

Présentation des grandes lignes du plan de la formation:

Jour 1

1. Pourquoi négocier ?
2. Les protagonistes de la négociation..
PAUSE
3. Avant de négocier: la préparation
4. La négociation 1/2

Jour 2

4. La négociation 2/2 (suite)
5. Se faire dire non
PAUSE
6. Une négociation réussie?
7. Conclusion
1. Pourquoi négocier ?
A) paradigme économique
B) capacité d'en faire un métier
C) valeur du travail et santé mentale
D) déconstruire nos propres mythes
E) se réapproprier la définition de notre métier.
F) l'objectif de la négociation

2. Les protagonistes de la négociation
A) les artistes entrepreneur-es
B) les clientes / collaborateur-rices
C) les agent-e-s
D) les avocat-e-s ou ressources juridiques
E) les grilles tarifaires de l'association
F) le temps

PAUSE

3. Avant de négocier: la préparation
A) Mise en situation: vous avez été contacté par un diffuseur/client
 - 1) connaître la personne/la compagnie
 - 2) se renseigner sur le type de projet
 - 3) comment avez-vous été contacté?
 - 4) écoute et rapport de force équilibré
 - 5) demander/sonder le budget
B) Mise en situation: Vous recevez les informations/le contrat
 - 1) se faire expliquer les points du contrat complexes
- 2) aller chercher l'expertise juridique
- 3) l'art subtil de la négociation
- 4) rester conséquent-e et professionnel-le
- 5) calculer et anticiper
- 6) définir une stratégie
4. La négociation
A) les canaux de communication :
 - 1) le courriel
 - 2) le téléphone
 - 3) en présence ou par visioconférence

B) Les mythes:

- 1) les mythes à déboulonner
- 2) travailler en dessous des tarifs usuels
- 3) la peur et la confiance en soi

C) Les outils de la négociation:

- **Les outils des artistes:**

- 1) la communication
- 2) se respecter : son prix plancher
- 3) les grilles tarifaires
- 4) les différents types de devis
- 5) se faire payer autrement

- **Des argumentaires de diffuseurs/clients**

- 1) argument de confiance
- 2) arguments de faits/historiques
- 3) arguments de l'offre et la demande
- 4) argument de visibilité
- 5) argument de la petite structure/maison d'édition
- 6) rester flou sur le mandat mais négocier le prix
- 7) la portée de l'artiste
- 8) négocier les acteur-riche-s du projet séparément
- 9) payer en produits/service

5. (Se faire) dire non

- 1) poser ses limites
- 2) être force de proposition
- 3) éthique et privilèges

6. Une négociation réussie?

- 1) c'est une négociation tentée
- 2) c'est une négociation "gagnant-gagnant"
- 3) c'est une négociation où vous vous êtes respectés
- 4) c'est une négociation qui vous a apporté de l'expérience
- 5) c'est une négociation où vous êtes restés professionnel-les jusqu'au bout

7. Conclusion

- résumés des acquis
- mise en perspective
- l'impact du professionnalisme individuel au niveau collectif

- **Ressources et références**

- **Période de questions**

- Exercices pratiques: 13 mises en situations

Formation de groupes de 3 à 4 personnes qui réfléchissent ensemble à partir du contenu théorique et de leurs propres expériences. Les résultats sont partagés et commentés au groupe entier.

Avec la participation financière de



Avec la collaboration de :

