

## **Code d'éthique**

---

Ce code d'éthique contient les résolutions adoptées par l'assemblée générale d'Illustration Québec. Nous invitons tous les membres d'Illustration Québec à se montrer solidaires des décisions collectives de l'Association en s'inspirant du code d'éthique et en s'y conformant dans leur travail quotidien. Nous espérons obtenir la collaboration des clients et de l'ensemble des intervenants de notre industrie pour que ce code d'éthique soit de plus en plus utilisé et respecté.

---

### **L'illustration dans son ensemble**

---

Les illustrateurs sont des artistes graphiques. Ils créent des images de styles divers à l'intention d'un large éventail de marchés. La plupart des illustrateurs sont des artistes indépendants qui ont leur propre studio et servent plusieurs clients. C'est ce qui les distingue des artistes salariés qui demeurent à l'emploi d'un seul organisme.

Certains illustrateurs embauchent un agent pour promouvoir leurs services auprès des clients éventuels. Cependant, la plupart des illustrateurs se chargent eux-mêmes de leur promotion et de leur publicité personnelles.

Les illustrateurs utilisent plusieurs techniques pour produire des images. L'illustrateur doit connaître les différentes techniques servant à reproduire ses œuvres - notamment les méthodes d'impression et de séparation de couleurs - afin de bien contrôler la qualité de l'image lors de l'impression finale.

Pour s'inspirer dans la préparation et la réalisation de ses œuvres, l'illustrateur utilise plusieurs documents de référence tels que les coupures de presse, les photos et les livres d'images.

Les droits d'auteur et l'original d'une illustration constituent deux propriétés distinctes. Les droits de reproduction peuvent être négociés pour des utilisations limitées. Le prix est alors déterminé en fonction de paramètres usuels comme la date de tombée, les frais généraux, la complexité du style, l'utilisation projetée et le marché visé. L'original se vend séparément des droits d'auteur, sinon, il demeure la propriété de l'illustrateur.

Habituellement, le client n'achète que les droits de reproduction dont il a besoin pour sa publication ou sa campagne publicitaire. L'artiste peut vendre à nouveau des droits d'utilisation de la même œuvre à d'autres clients, à condition de ne pas entrer en compétition avec le client initial et de ne pas compromettre son marché. Il est recommandé, en tout temps, de négocier seulement les droits relatifs à l'utilisation projetée par le client.

## Code d'éthique

1. L'artiste ou son agent ne devrait négocier qu'avec des personnes dûment mandatées pour représenter le client.

2. Toutes les commandes doivent être confirmées à l'artiste ou à son agent par écrit. L'artiste ne sera tenu à l'exécution de ses obligations qu'à compter du moment où il est en possession d'un exemplaire du contrat. Celui-ci doit être rédigé en deux exemplaires et inclure les éléments suivants :

- Le nom de la compagnie ou de la personne physique à qui l'artiste accorde une licence de reproduction;
- Une autorisation de reproduction détaillée mentionnant le titre de l'œuvre, sa description, les supports de reproduction, le nombre d'exemplaires, la durée d'application, les limites du territoire de diffusion, la transférabilité ou la non-transférabilité à des tiers de l'autorisation de reproduction ;
- Le droit de propriété sur l'œuvre originale;
- La contrepartie monétaire due à l'artiste ainsi que les modalités de paiement;
- S'il s'agit d'édition, la périodicité selon laquelle le diffuseur rend compte à l'artiste des opérations relatives à l'œuvre visée par le contrat, à l'égard de laquelle une contrepartie monétaire est due après la signature du contrat (exemple : pourcentage des ventes);
- La signature des deux parties.

3. L'artiste devrait faire approuver et signer les esquisses par le client avant de poursuivre la production d'une illustration finale. Toute modification attribuable à un changement d'avis du client (plutôt qu'à une erreur de l'artiste ou de son agent) devrait être facturée à l'acheteur sous forme de frais supplémentaires.

4. Le client ne devrait pas payer de frais supplémentaires pour des corrections imputables à l'artiste. Seules les dépenses autorisées dans l'entente peuvent être facturées.

5. Le client ne devrait jamais modifier une image sans l'approbation de l'artiste. Quand les délais le permettent et que la qualité de son travail n'est pas remise en cause, l'artiste devrait avoir priorité pour effectuer lui-même les retouches qui s'imposent.

6. L'artiste devrait prévenir son client s'il entrevoit un retard dans la livraison de l'œuvre commandée. Si l'artiste ne parvient pas à livrer l'œuvre dans un délai convenable, s'il enfreint les dates d'échéance convenues ou si l'œuvre livrée ne se conforme pas aux exigences de la commande, le client peut invoquer une rupture de contrat par l'artiste et se dégager de toute obligation financière envers celui-ci.

7. Tous les projets interrompus par le client pendant leur exécution doivent être livrés immédiatement et facturés en proportion du travail déjà effectué et des dépenses engagées. Dans le cas d'un projet interrompu après que l'artiste a complété l'œuvre finale, le client doit

respecter le contrat en acquittant la totalité des frais convenus. En pareil cas, le client doit rendre les originaux à l'artiste, sauf si le contrat inclut un transfert de propriété des œuvres originales.

8. On ne devrait jamais demander à un artiste de travailler gratuitement en lui promettant des contrats rémunérateurs à l'avenir.

- L'original d'une œuvre exécutée par l'artiste (esquisse, illustration, etc.) demeure sa propriété, à moins qu'il n'ait cédé cette propriété par une clause particulière ou un contrat distinct;
- On ne devrait pas demander à un artiste d'exécuter un projet sans conclure un contrat en bonne et due forme, comme le mentionne l'article 2.

9. Les concours d'illustrations à des fins commerciales constituent des pratiques abusives en raison de leur caractère incertain et spéculatif.

10. L'artiste et son agent ne devraient en aucun cas offrir de rabais, pot-de-vin ou boni au représentant du client contre l'attribution d'une commande. Réciproquement, l'acheteur ne devrait solliciter aucun pourboire, prime ou récompense personnelle en échange de sa décision.

11. Dès sa création, l'œuvre et les droits d'auteur qui s'y rattachent appartiennent à l'artiste.

12. L'œuvre originale et les droits d'auteur qui s'y rattachent sont deux propriétés distinctes de l'artiste. Il peut les négocier séparément. Le contrat devrait toujours mentionner séparément ce qu'il advient des originaux, d'une part, et des droits d'auteur, d'autre part.

13. Dans le cas où l'artiste vend une partie de ses droits d'auteur, seuls les droits d'utilisation nécessaires au client devraient être négociés. Tous les autres droits d'auteur non mentionnés dans le contrat demeurent la propriété de l'artiste.

14. Si l'artiste accorde une licence pour une utilisation limitée de l'œuvre et que le client la diffuse ensuite à une plus vaste échelle, ce dernier doit verser à l'artiste des redevances supplémentaires proportionnelles à l'utilisation.

15. Une œuvre réalisée en vertu d'une commande ne doit pas être considérée ni rémunérée selon les mêmes conditions qu'un travail d'employé.

16. Si le client désire utiliser des esquisses, des photos ou d'autres documents préliminaires acquis ou réalisés par l'artiste pendant l'exécution de son œuvre, il doit verser pour cela une somme supplémentaire adéquate.

17. Dans le cas où un artiste est embauché pour effectuer des recherches ou des esquisses préliminaires en vue de l'exécution finale de l'œuvre par un autre artiste, le client doit l'aviser de cette procédure et le contrat doit en faire mention. De même, si le client désire acheter des

esquisses, photographies de référence ou autres documents préliminaires appartenant à l'artiste dans le but de faire exécuter une œuvre finale par un autre artiste, il doit en faire mention dans le contrat d'achat.

18. L'éditeur de toute reproduction d'œuvre d'art doit publier le nom de l'auteur en même temps que la reproduction, à moins que l'artiste n'ait cédé ses droits d'auteur par un contrat écrit en échange d'une somme d'argent.

19. Le client doit négocier et conclure une entente avec l'artiste avant de retirer sa signature de l'œuvre.

20. On ne devrait jamais plagier une œuvre originale.

21. Dans le cas où on demanderait à l'artiste de travailler dans des délais si courts qu'il doit travailler à des heures déraisonnables, des frais supplémentaires devraient être négociés.

22. Lorsqu'un artiste utilise les services d'un agent pour le représenter de façon limitée ou exclusive, les deux parties devraient négocier et signer un contrat officiel afin de protéger leurs intérêts respectifs. Dans le cas où l'artiste désignerait un agent, un studio ou une maison de production comme son représentant exclusif, il s'engage à n'accepter aucune commande d'un autre représentant. L'artiste refusera à tout autre représentant le droit de présenter ses œuvres à des clients.

23. Toutes les œuvres et tous les articles de promotion utilisés par l'agent pour représenter un artiste devraient porter le nom de l'artiste. Ni l'artiste ni son agent ne doivent s'attribuer le crédit d'une œuvre réalisée par un autre artiste.

24. Une fois que son contrat de représentation est terminé, l'agent devrait rendre à l'artiste tout son matériel de présentation.

25. Après la fin d'un contrat de représentation exclusive, l'agent devrait conserver pour six mois le droit à une commission sur toutes les commandes déjà obtenues au nom de l'artiste. Dans le cas d'un contrat de représentation limité, l'agent devrait conserver pour six mois le droit à une commission sur les commandes qu'il a négociées.

26. Les œuvres et les reproductions confiées à l'agent ou prêtées à un client éventuel pour examen continuent d'appartenir à l'artiste. Il devrait être interdit de les reproduire sans le consentement de l'auteur. Les œuvres et les reproductions appartenant à l'artiste devraient lui être rendues rapidement et en bon état après utilisation.

27. Le conseil d'administration d'Illustration Québec conserve le droit exclusif d'interpréter ce code d'éthique. L'assemblée générale de l'Association est la seule instance habilitée à y apporter des amendements.

---

### **Bonnes relations entre les illustrateurs**

---

1. Quand deux artistes sont consultés par un client ou appelés à présenter des soumissions à propos du même projet, ils ne devraient échanger aucun renseignement et conserver une discrétion absolue.
2. Un artiste ne devrait jamais ternir la réputation d'un autre devant le client.
3. Dans le cas où il embaucherait un collègue pour l'assister dans la réalisation de son œuvre, l'artiste négociera et signera un contrat pour clarifier l'état de la propriété de l'œuvre et des droits d'auteur qui s'y rattachent.
4. Un artiste ne devrait jamais inclure l'œuvre d'un tiers dans son portfolio. Cette pratique peut entraîner son expulsion d'Illustration Québec.
5. L'artiste devrait s'abstenir de travailler à des prix inférieurs aux tarifs minimums prescrits par le guide des tarifs d'Illustration Québec.
6. Aucun artiste ne devrait accepter de retoucher ou de modifier l'œuvre d'un collègue sans que celui-ci ait donné son accord.
7. Tout membre qui désire exprimer un grief à l'égard d'Illustration Québec devrait s'adresser directement au conseil d'administration et s'abstenir de répandre des propos diffamatoires.
8. Tous les illustrateurs de l'Association se doivent respect, quel que soit leur champ d'activité.
9. Aucun artiste ne devrait nuire à la réputation de l'Association en utilisant le nom d'Illustration Québec pour cautionner des positions ou des opinions strictement personnelles.

---

### **Équité fiscale**

---

Il est faux de prétendre qu'un artiste peut déduire de son revenu imposable toute la valeur marchande d'une œuvre donnée à un organisme de charité. L'artiste ne peut déduire que les frais de production, soit principalement le coût des matériaux. Il en va différemment pour un client qui achète l'œuvre d'un artiste et en fait ensuite don à un organisme de charité. Dans ce cas, le client peut déduire entièrement de son revenu imposable la valeur marchande de l'œuvre, fixée d'après la facture d'achat.

Ce contexte fiscal limite les artistes à l'alternative suivante : conserver leurs originaux ou les vendre à des collectionneurs privés. Dans un cas comme dans l'autre, le grand public en est privé.

---

### **Nouvelles technologies**

---

Les artistes professionnels ont de plus en plus recours à l'infographie et aux images de synthèse. Les œuvres réalisées à l'aide de ces technologies ont pour support original un fichier électronique facile à reproduire par simple transfert entre deux disques magnétiques ou optiques. Les fichiers peuvent facilement être emmagasinés dans des banques d'images électroniques ou transmis à travers les réseaux de télécommunication. Ce nouveau support rend plus difficile que jamais la vérification des droits d'auteur. Il est donc nécessaire de réviser les lois et règlements actuels pour resserrer l'application du respect des droits d'auteur sur les images de synthèse. De plus, la technologie moderne doit réparer le tort éventuel qu'elle inflige aux artistes en développant des techniques efficaces de cryptage et de contrôle électronique.

L'infographie peut contribuer à l'épanouissement de la société si on prend les moyens nécessaires pour en faire un médium sûr et accessible. Dans la mesure où ces conditions seront remplies, l'infographie et les images de synthèse permettront aux artistes d'atteindre de nouveaux sommets sur le plan de la création et de la communication sociale.

---

### **Spéculation des pratiques relevant de l'éthique ou de son absence**

---

L'Illustration Québec s'oppose fermement à la pratique des présentations spéculatives, c'est-à-dire lorsqu'on demande à un artiste de réaliser une illustration sans savoir s'il obtiendra une juste rémunération en contrepartie. Aucun client ne devrait demander à un artiste de réaliser une œuvre sans avoir signé un contrat ou un bon de commande qui précise l'objet de la commande et le montant du tarif offert. Un client manque à l'éthique s'il demande à l'artiste de créer une œuvre pour lui avant de s'engager à le rémunérer. Il manque également de professionnalisme s'il se réserve le droit de refuser la rémunération pour des motifs discrétionnaires ou toute raison autre qu'une rupture de contrat définie selon le code d'éthique d'Illustration Québec.

La pratique abusive des commandes spéculatives inclut les commandes où la rémunération dépend d'une publication incertaine, d'un critère indéfinissable ou de la seule discrétion du client. En ce qui concerne les droits d'auteur relatifs à une œuvre commanditée, le client doit consentir une avance de paiement pour que l'artiste puisse subvenir à ses besoins et respecter les obligations financières que lui impose la production de l'œuvre.

---

### **L'illustration publicitaire**

Les illustrateurs en publicité sont des artistes graphiques dont le travail est d'utiliser des produits, des services ou des concepts commerciaux dans le cadre des campagnes publicitaires. Ces illustrateurs collaborent avec le personnel des agences de publicité : directeurs artistiques, administrateurs publicitaires, rédacteurs-concepteurs et directeurs de la création. Les agences choisissent l'illustrateur publicitaire dont le style correspond le mieux aux besoins de la campagne publicitaire en cours. Parfois, l'illustrateur crée son illustration à partir d'une esquisse fournie par l'agence et approuvée par l'annonceur. Les modalités d'exécution et les tarifs sont normalement négociés par l'illustrateur ou son agent et par l'acheteur désigné par l'agence.

La nature du processus de création publicitaire justifie un prix plus élevé. L'illustrateur en publicité doit souvent livrer l'illustration finale dans un délai très court et démontrer un haut niveau de talent et de performance. Il doit fréquemment effectuer des changements et des modifications de dernière minute. Ces modifications font partie du processus normal, car l'illustrateur doit satisfaire les exigences de plusieurs personnes aux opinions différentes, tant au sein de l'agence que chez l'annonceur. Les prix sont strictement négociés sur les bases de l'utilisation, avec un supplément relié à la complexité du style, au rapprochement des échéances, à la vente de droits résiduels et à la cession de droits.

Les ententes devraient donc être négociées en conformité avec les règles suivantes :

1. L'utilisation du bon de commande n'est destinée qu'à l'usage du client, par exemple pour confirmer à son service de comptabilité la transaction avec l'artiste. En aucun cas un bon de commande ne peut remplacer un contrat en bonne et due forme selon la définition du paragraphe 2 du présent code d'éthique.
2. Normalement, la vente ne porte que sur les droits de première reproduction, sauf si des clauses contraires figurent au contrat.
3. Avant d'utiliser l'œuvre dans des limites différentes de celles qui ont été fixées par le contrat, le client doit renégocier le prix avec l'artiste. Il n'existe aucune échelle tarifaire pour fixer le montant des droits d'auteur subséquents. En principe, si l'œuvre est diffusée à une plus vaste échelle que ce qui était prévu dans le contrat initial, les redevances doivent être plus élevées elles aussi.
4. L'illustrateur devrait mener la négociation sur les droits de réutilisation avec diligence et respect pour son client.
5. L'artiste doit automatiquement récupérer son original après l'utilisation, sauf s'il existe une entente à l'effet contraire.

6. L'utilisation détermine toujours le prix d'utilisation de l'œuvre. Si la publicité s'adresse à un vaste marché ou si le client acquiert tous les droits de reproduction, le prix est beaucoup plus élevé que si l'utilisation se limite à un marché local ou à un territoire bien circonscrit.

7. Plus les délais sont courts, plus le prix doit être élevé. On peut utiliser une échelle de temps supplémentaire pour effectuer le calcul.

8. S'il refuse l'œuvre finale, le client doit néanmoins dédommager l'artiste. Ce dédommagement est négociable. Il devrait s'élever à au moins 50 % du plein montant convenu dans le contrat. La somme peut varier d'après le motif du rejet et le degré de complexité du travail. Si l'œuvre est rejetée à l'étape de l'ébauche, on fixe habituellement le dédommagement au tiers du prix initial. Ce montant peut être moindre pour des ébauches rapides et plus grossières. Il peut être supérieur pour un travail demandant plus de temps.

9. Si le client annule une commande pour des motifs ne découlant pas de la performance de l'artiste, celui-ci a droit à un dédommagement. Le montant est fixé selon l'étape déjà atteinte dans le développement du projet.

10. Le travail effectué à titre spéculateur est contraire aux usages qui ont cours dans le métier. Il est également contraire au code de déontologie du comité d'éthique.

11. Illustration Québec s'oppose fermement aux contrats de location de services.

12. Toutes les charges afférentes à la réalisation d'une œuvre devraient faire l'objet d'une facturation distincte. Ces charges incluent les frais de déplacement, de consultation, de production, de location de costumes et autres dépenses afférentes à la conception, à la réalisation et aux droits d'auteur. Ces frais devraient faire l'objet d'une clause incluse dans le contrat initial ou à titre d'amendement.