

FREE ADVICE

[Le designer graphique, corvéable à merci ?](#)

Conseil

–

Nos bonnes pratiques

Concepts de charte graphique, de logo, de nouvelle identité, de site internet... Les designers graphiques sont souvent invités à proposer leurs projets pour répondre à des marchés publics ou concours. Et ce gratuitement, en priant pour que les esquisses plaisent et soient retenues. Dans la première partie de cet article, nous vous avons déjà exposé cette problématique et partagé une série d'organisations à même de vous encadrer en tant que designer. Toujours dans le cadre de notre section « Apprendre » voici une série de bonnes pratiques qui s'appliquent tant au designer qu'au commanditaire.

Je suis graphiste, que puis-je faire?

S'inspirer de toutes les ressources mentionnées dans l'article [« Le designer graphique, corvéable à merci? »](#) afin de mieux connaître la déontologie qui prévaut dans votre métier. La thématique des droits d'auteur doit aussi retenir votre attention.

Si un appel d'offres ou un concours semble contrevenir aux bonnes pratiques en matière d'éthique, le mieux est de refuser d'y participer.

Bien souvent, le client n'est pas au courant de ces règles d'éthique : dès lors il est conseillé de justifier votre refus en l'accompagnant d'une explication. Les sites mentionnés dans [« Le designer graphique, corvéable à merci? »](#) vous donneront quelques ressources.

Si vous faites partie d'une association ou d'une union professionnelle, avertissez-la. Cette association pourra prendre contact avec le commanditaire afin, éventuellement, de revoir avec lui les tenants et aboutissants.

Je suis client, que puis-je faire?

Rien ne sert de demander à 20 graphistes différents de se pencher sur votre cas. L'idéal est de présélectionner 2 ou 3 studios ou graphistes avec lesquels vous avez des affinités graphiques et conceptuelles.

Consulter les organismes de promotion du design tels que : [Wallonie Design](#), [WBDM](#), [Job'In Design](#), [Maison du Design](#). N'hésitez pas à les rencontrer afin de vérifier si leurs culture d'entreprise correspond à la vôtre.

Un appel d'offres suppose de votre part la rédaction d'un briefing (ou cahier de charges) qui énonce clairement la demande. Eventuellement, vous pouvez demander qu'une note d'intention accompagne le devis, pour voir comment le graphiste envisage la collaboration.

Si vous optez pour un appel à projets, c'est-à-dire une demande conjointe d'un devis et d'une proposition graphique, vous souhaitez visualiser une ébauche graphique avant de prendre une décision. Solution : prévoir, dans le budget global, un montant à partager entre les candidats non retenus.

La thématique des projets gratuits est passionnante et passionnée. Certains professionnels se transforment en véritables militants de la cause anti-projets gratuits. Mais la concurrence est rude et le métier se caractérise par une bonne dose d'individualisme. C'est souvent par manque de connaissances que des manquements à l'éthique se produisent. Dès lors, plutôt que de rester dans l'affrontement, il nous semble qu'il faut privilégier toute démarche allant dans le sens du dialogue. À force d'expliquer et de défendre la plus-value du graphisme, les opérateurs tant publics que privés finiront par mieux en comprendre les tenants et aboutissants. Après tout, c'est toute une culture graphique qui est ici en jeu.

Article de Madeleine Dembour
Version blog de Souria Cheurfi

Article rédigé avec le soutien du Fonds européen de développement régional.



