

PROFESSION
Graphiste indépendant

François CASPAR

PROFESSION

Graphiste indépendant

Texte paru une première fois
dans *Graphisme en France 2005*
publié par le ministère de la Culture
et de la Communication
Centre national des arts plastiques
Délégation aux arts plastiques.

5^e édition complétée et mise à jour
de mars 2009.

Texte et graphisme : François Caspar,
tous droits réservés. Toute reproduction
ou transmission, même partielle,
sous quelque forme que ce soit,
est interdite sans autorisation écrite
de l'auteur.

Sommaire

• Avant-propos : <i>Un métier en évolution</i>	5
• Le métier	9
• La maison des artistes	9
• L'affiliation à la Maison des artistes	9
• Démarrer une activité indépendante	10
• Cumuler des activités d'indépendant et de salarié	11
• Les autres statuts	11
• Accéder à la protection sociale des artistes-auteurs	11
• La couverture sociale de la Maison des artistes	12
• Le précompte	13
• La retraite des artistes-auteurs	13
• L'assurance chômage	14
• La fiscalité	14
• La taxe sur la valeur ajoutée (TVA)	15
• Des taux de TVA	16
• Les ventes à l'étranger	17
• La taxe professionnelle	17
• Les associations de gestion agréées (AGA)	18
• La formation continue	18
• Les assurances professionnelles	19
• La propriété intellectuelle	19
• La protection des œuvres	20
• Les sociétés d'auteurs	20
• Du devis à la facturation	21
• Éléments pouvant servir à la rédaction des devis, des contrats de commande et aux facturations	22
• Les prix pratiqués par les graphistes indépendants	24
• Répondre à un appel d'offre	25
• Le code des marchés publics	26
• Les organismes professionnels	29
• Adresses utiles	30

Un métier en évolution

Les dix années écoulées ont bouleversé les pratiques des graphistes indépendants. Comment vendons-nous actuellement nos créations ? De nombreuses agences de publicité ont choisi de minorer le prix de la création et de majorer les marges des postes techniques : fabrication, achat d'espace... Cette facturation est apparemment plus facile à justifier aux yeux de leurs clients. Mais on dévalorise ainsi la création, ce qui génère un double effet pervers : une chute des ressources des graphistes et une demande accrue de prestations techniques de la part d'entreprises et de collectivités territoriales.

Aujourd'hui, des commanditaires se tournent volontiers vers les graphistes indépendants, censés pratiquer des tarifs inférieurs aux agences du fait de leur statut d'auteur rattaché à la Maison des artistes. Certains ont même envisagé de leur sous-traiter l'impression, l'hébergement de sites Internet... c'est-à-dire l'ensemble des prestations qu'ils confiaient d'habitude aux agences. Or les graphistes inscrits à la Maison des artistes ne sont pas, statutairement, en capacité d'assumer ces tâches. Pourtant, la conjoncture difficile et le marché très concurrentiel les conduisent à diluer leur vocation première – concevoir et créer des messages visuels – dans des réponses d'ordre technique.

Une autre pratique se généralise : les appels d'offres. Il est évident que le commanditaire public recherche la meilleure création tout en maîtrisant sa dépense. Pour ce faire, il étudie le devis et le dossier de création de trois à quatre graphistes, avant de choisir. S'il souhaite l'étude d'un projet, le commanditaire doit la rémunérer, car une réponse de qualité nécessite de la part du graphiste plusieurs jours de travail. Sinon, il participe à la précarisation de notre profession. On peut alors s'interroger sur l'inévitable coût social que cela engendre – supporté par la collectivité...

Comment devient-on graphiste aujourd'hui ? De nombreux apprentissages de courte durée orientent vers la prestation de services techniques, au détriment de l'analyse et du travail intellectuel du graphiste. Cette option répond à la demande d'agences soucieuses de travailler avec des indépendants pour mieux amortir leurs coûts. Ces formations courtes, très prisées, ont pour conséquence de mettre sur un marché déjà saturé des techniciens mal préparés au métier de graphiste. Les formations longues sont donc à privilégier dans un souci de réelle maîtrise d'un savoir et d'une profession.

Comment demeurer compétent ? Les champs d'application du graphisme sont de plus en plus étendus et nécessitent une véritable polyvalence. Comment maîtriser l'évolution des nouvelles technologies alors que, par statut, le graphiste indépendant ne bénéficie pas de la formation continue ? Des solutions se mettent en place à l'initiative des graphistes : travaux réalisés en équipe, partage d'atelier... Cela leur permet d'accéder à de nouvelles compétences, de s'ouvrir à d'autres pratiques, de bénéficier de la transversalité des activités et de répartir les frais d'ensemble.

Comment un graphiste peut-il se positionner actuellement ?

Comment doit-il imposer et vendre sa spécificité de créateur dans toute négociation ? Comment trouver l'équilibre entre les exigences de la clientèle et la juste rémunération d'une création ? Comment participer aux appels d'offres publics ou privés ? Des éléments de réponse et des pistes de recherche sont présentés dans ce document.

La loi sur la propriété intellectuelle (loi du 11 mars 1957) doit être mieux prise en compte.

Elle crée un cadre juridique et éthique qui permet d'étayer les négociations commerciales. Cette loi est souvent malmenée par méconnaissance des règles tant du côté des graphistes que des clients. Pour défendre la spécificité de leur profession, les graphistes doivent approfondir leur connaissance de cette loi et apprendre à la présenter à leurs clients. Faire connaître la déontologie, les droits et les règles des graphistes est un engagement fondamental pour revaloriser l'exercice de notre art.

François Caspar

cofondateur, président 2003-2005
de l'Alliance française des designers

◀ Le métier

Le graphiste exerce une activité de **conception** et de **dessin** (*design* vient de *designo*, qui signifie *dessiner à dessein*) qui le rattache au domaine des arts graphiques et à la famille des artistes-auteurs.

Dans son activité et dans la pratique de son art, le graphiste donne aux idées une forme visuelle. Il répond à une commande dans le cadre d'une démarche de communication et s'adresse à tous les secteurs de la vie économique, sociale et culturelle.

◀ La Maison des artistes

Un graphiste indépendant exerce pour son compte une activité non salariée, de nature non commerciale.

L'activité de graphiste indépendant relève du régime spécial des artistes-auteurs du Code de la sécurité sociale qui, pour la partie graphique et artistique, est géré par la Maison des artistes (MDA, voir page 30). Dans ses missions d'association agréée par l'État, la MDA assume un rôle essentiel en permettant aux graphistes indépendants d'accéder au régime général de protection sociale des salariés.

◀ L'affiliation à la Maison des artistes

Le graphiste indépendant qui veut adhérer à la MDA doit justifier d'une domiciliation fiscale en France. Il doit fournir la preuve qu'il exerce son métier sur un mode indépendant et qu'il tire un revenu de la diffusion, commercialisation ou vente des œuvres dont il est l'auteur, en France ou à l'étranger.

◀ Démarrer une activité indépendante

1^{re} étape. Remplir le formulaire de déclaration d'activité artistique (liasse **P zéro**) fournie par le **Centre des impôts du domicile**. Ce formulaire est transmis à la MDA, qui fait office de centre de formalités, et au Centre des impôts dont dépend l'adresse où sera exercée l'activité. Le Centre des impôts communique un exemplaire à l'INSEE, qui délivre un numéro Siret (identification de l'entreprise quelle que soit sa forme juridique : entreprise individuelle pour un travailleur indépendant) et un code NAF (9003A « Activités artistiques »). Le code NAF (anciennement APE) définit l'activité principale exercée, il est attribué à des fins statistiques. Le numéro Siret doit figurer sur les notes d'honoraires ou notes de droits d'auteur. Il est très important de mentionner une activité administrativement intelligible, et ce du point de vue fiscal : « **dessinateur, conception graphique et plastique** » plutôt que « graphiste » ou « designer ».

2^e étape. Après avoir établi une première déclaration fiscale en bénéfices non commerciaux (BNC), il faut déposer un dossier d'affiliation à la MDA qui comprend le double des déclarations fiscales, les notes de cession de droits et un dossier de travaux. Après vérification des conditions requises, la MDA transmet le dossier à la Caisse primaire d'assurance-maladie du domicile (CPAM, voir page 30).

3^e étape. Une fois l'affiliation à la MDA obtenue, il faut s'inscrire auprès de l'Institution de retraite complémentaire de l'enseignement et de la création (IRCEC, voir page 30), qui gère le régime obligatoire de retraite complémentaire du régime des professions libérales. L'IRCEC est complémentaire à l'assurance vieillesse de base du régime général de la sécurité sociale gérée par la MDA.

◀ Cumuler des activités d'indépendant et de salarié

Dans le cas d'un graphiste indépendant qui est aussi salarié, par exemple pour une activité d'enseignant, il y a obligation de cotiser pour chaque activité. Les droits aux prestations sociales sont ouverts dans le cadre de l'activité principale, c'est-à-dire la plus rémunératrice. Pour l'assurance vieillesse, la MDA calcule les cotisations en tenant compte des montants déjà acquittés sur les salaires pour une même période d'activité.

◀ Les autres statuts

Le statut d'artiste-auteur affilié à la MDA implique de céder exclusivement ses propres créations et les droits d'exploitation. Si le graphiste souhaite exercer en sus une activité de nature commerciale ou industrielle pour élargir ses champs d'activité, il convient de créer une société (EURL, SARL...) qui supportera la facturation des prestations autres que celles des créations personnelles.

→ **Des spécialistes**, telle l'Agence pour la création d'entreprise (APCE, voir page 30) ou les Chambres de commerce, diffusent des informations sur les différents statuts des entreprises. Créartist peut vous conseiller sur l'organisation et la conduite de projets d'entreprises (voir page 32).

◀ Accéder à la protection sociale des artistes-auteurs

Pour bénéficier des prestations de la sécurité sociale au même titre qu'un salarié, le graphiste indépendant doit justifier d'un montant suffisant de résultat net fiscal (recettes moins frais professionnels).

Ce montant s'élève à 900 fois la valeur horaire moyenne du SMIC de l'année civile précédant la demande d'affiliation, soit 7596 € en 2007.

Les documents à réunir pour effectuer la demande auprès de la MDA doivent démontrer **un engagement professionnel effectif** : les déclarations fiscales, des exemples de travaux, des copies de contrats, de bons de commande, de facturations...

→ **Une commission professionnelle**, constituée d'organismes professionnels tels que l'AFD, le SNTD, le SNAP... se réunit pour examiner le dossier et décider de l'affiliation du candidat.

◀ La couverture sociale de la Maison des artistes

La MDA est en charge de l'inscription au régime et du recouvrement des cotisations sociales. Elle ne verse aucune prestation, ce sont les Caisses primaires d'assurance-maladie (CPAM) qui versent les prestations maladie et la Caisse nationale d'assurance-maladie des travailleurs salariés (CNAMTS) qui verse la retraite de base.

Ce régime, alimenté par les contributions des artistes auteurs et des diffuseurs, couvre les risques maladie, maternité, veuvage, assurance vieillesse de base, invalidité, décès et assure le service des prestations familiales.

Les prestations sont de deux ordres. En nature : les frais de médecine générale ou spécialisée, actes chirurgicaux, soins et prothèses dentaires, frais d'hospitalisation, appareils, frais de réadaptation et de rééducation professionnelle, pharmacie et soins contraceptifs.

En espèces : indemnités journalières maladie (versées à partir du quatrième jour d'arrêt de travail), maternité ou paternité, d'adoption (versées au père ou à la mère).

→ **Seules les dépenses de santé** sont remboursées au titre de l'assurance-maladie. L'accident du travail et la maladie professionnelle ne sont pas couverts.

◀ Le précompte

Le précompte est une retenue effectuée à la source lors de la première année d'activité pour permettre au diffuseur d'utiliser les services d'une personne non encore affiliée.

C'est un versement fait d'avance pour provisionner des cotisations d'assurances sociales qui deviendront exigibles lors de l'affiliation. Les clients du graphiste indépendant retiennent sur les rémunérations qu'ils lui versent les cotisations maladie, veuvage, la contribution sociale généralisée (CSG) et la contribution au remboursement de la dette sociale (CRDS) au taux de droit commun. Ces cotisations et contributions sont reversées à la MDA et comptabilisées dans un compte à titre provisionnel. Elles sont ensuite déduites des cotisations calculées par la MDA sur le premier bénéfice fiscal.

Le précompte est obligatoire la première année d'affiliation. Au-delà, le graphiste peut choisir d'en être dispensé ; il règle alors directement ses cotisations.

◀ La retraite des artistes-auteurs

Le graphiste indépendant affilié à la MDA bénéficie de la retraite de base de la sécurité sociale. Pour toute information sur les calculs, versements, etc., contacter, à Paris, la Caisse nationale d'assurance-maladie des travailleurs salariés et, en région, les Caisses régionales d'assurance-maladie. La retraite complémentaire, obligatoire, se constitue auprès de l'IRCEC.

◀ L'assurance chômage

Les artistes-auteurs ne cotisent pas au régime d'assurance chômage. Cependant, sous certaines conditions, ils peuvent bénéficier d'une allocation de solidarité spécifique (14,74 € par jour au 1^{er} janvier 2008).

◀ La fiscalité

Les revenus des graphistes indépendants sont déclarés dans la catégorie des BNC. Ces revenus correspondent au total des honoraires et des droits d'auteur, moins les dépenses engagées (achats, loyers, assurances, frais de gestion...).

Le graphiste peut choisir entre deux régimes d'imposition : le régime spécial « Micro BNC » ou la déclaration contrôlée.

Le régime spécial micro-BNC est possible pour les graphistes dont les recettes annuelles Ttc se situent en dessous de 32 000 € (article 102 ter, 1, 1^{er} alinéa modifié, loi de finance 2009). Le graphiste reporte directement sur sa déclaration annuelle de revenus 2042, à la rubrique « Régime spécial revenus non commerciaux professionnels », le montant brut de ses recettes. Le bénéfice net est calculé par l'administration fiscale après un abattement forfaitaire de 34 %, représentatif des frais professionnels qui est automatiquement calculé par l'administration. Les obligations comptables sont la tenue d'un livre-journal comportant le détail journalier des recettes professionnelles.

→ **Si le graphiste a opté pour le paiement de la TVA** (voir page 15), il ne peut pas être au régime spécial « Micro BNC ».

Le régime de la déclaration contrôlée est obligatoire pour les graphistes dont les recettes annuelles Ttc excèdent 41 500 € pour la rémunération relevant du régime spécial des artistes-auteurs (cession de droits d'utilisation) ou bien pour les prestations de services. Le revenu imposable est égal aux recettes encaissées diminuées des frais professionnels. Les obligations comptables concernent la tenue d'un livre-journal des recettes et des dépenses et d'un registre des immobilisations et amortissements. Il est impératif de conserver toutes les pièces justificatives. Le graphiste indépendant remplit les déclarations 2042, 2042 C et 2035 qu'il adresse au Centre des impôts de son domicile.

→ **Il est recommandé d'opter pour la déclaration contrôlée même si les recettes annuelles sont inférieures à 32 000 € car le métier de graphiste entraîne des frais importants.**

◀ La taxe sur la valeur ajoutée (TVA)

La TVA due par le graphiste indépendant est la différence entre la TVA encaissée sur les recettes et la TVA payée sur les dépenses et investissements. Les graphistes bénéficient du régime spécifique de la franchise en base de TVA dès lors que leur chiffre d'affaire annuel n'excède pas 41 500 € pour les opérations relatives à l'exercice de leur activité de création (Article 293B du CGI).

En cas de réaliation d'un chiffre d'affaires excédant ces limites, le graphiste devient redevable de la TVA :

- ▶ à compter du 1^{er} janvier de l'année suivante, si son chiffre de recettes n'excède pas la limite de 51 000 € ;
- ▶ dès le premier jour du mois au cours duquel son chiffre de recettes dépasse la limite de 51 000 €.

→ **Il est recommandé d'opter pour l'assujettissement à la TVA** afin de pouvoir déduire la TVA payée sur les achats et les investissements.

Deux régimes d'application : simplifié ou réel normal.

Au régime simplifié, le graphiste paie un acompte trimestriel de TVA, calculé par application d'un coefficient sur les recettes. Le solde de la TVA est à payer en fin d'année. Il est possible de déduire la TVA sur les investissements dans le mois de mise à disposition.

Au régime réel normal, le graphiste paie chaque mois la TVA. Cela implique une comptabilité mensuelle très détaillée tenue à jour. Ce régime devient obligatoire quand les recettes annuelles hors taxes dépassent 153 000 €.

→ *Au régime réel normal, il est recommandé de **faire appel à un professionnel pour la tenue de comptabilité** car, en cas d'erreur, la régularisation est délicate.*

◀ Deux taux de TVA

Les cessions de droits d'auteur et les honoraires de création participant à la cession de droits d'auteur relèvent du taux réduit de TVA actuellement à 5,5 %. Il faut, dans ce cas, intituler le document de facturation « **note de cession de droits d'auteur** ». Les rétrocessions d'honoraires et les prestations de services (comme de la *direction artistique*) sont assujetties au taux de TVA de 19,6 %.

→ **Si deux graphistes travaillent ensemble**, le taux de TVA diffère selon la nature de leur collaboration. S'ils élaborent ensemble la création, ils sont coauteurs et peuvent facturer sous forme d'honoraires suivis d'une cession de droits au taux global de TVA de 5,5 %.

Par contre, **si l'un des graphistes ne fait qu'apporter son aide** à la réalisation de la création sans en être à l'origine, il n'est pas considéré comme coauteur et doit donc facturer sa prestation sous forme d'honoraires au taux de TVA de 19,6 %. Ces graphistes peuvent adresser chacun leur facturation au client commun, ou, un des graphistes facture à l'autre, qui adresse une facturation unique au client. Il faut dans ce cas impérativement indiquer les taux de chaque intervention, sinon le travail est soumis au taux le plus élevé sur la totalité.

◀ Les ventes à l'étranger

Dans le cadre de l'Union européenne, les recettes sont exonérées de TVA si le client est lui-même assujetti à la TVA dans son pays et que la création est utilisée hors de France. Dans le cas inverse, la TVA lui est facturée.

Hors CEE, il y a exonération de la TVA si la création est utilisée hors de France et qu'on peut en apporter la preuve.

◀ La taxe professionnelle

La taxe professionnelle est due en principe par les personnes qui exercent à titre habituel une activité professionnelle non salariée.

Lorsqu'ils ne vendent que le produit de leur art, les peintres, sculpteurs, graveurs et dessinateurs, les auteurs et compositeurs, ainsi que les photographes (article 1460-2°, 2° bis et 3° du Code général des impôts) sont exonérés de taxe professionnelle.

Les graphistes inscrits au régime des artistes-auteurs peuvent bénéficier de cette exonération à condition qu'ils dessinent, quel que soit leur outil (du crayon à l'ordinateur) et que leur activité se limite à la création d'œuvres de leur conception personnelle.

Au cas où un graphiste estimerait devoir être exonéré de cette taxe, il doit en faire la demande auprès des services fiscaux, qui étudieront au cas par cas la recevabilité de cette demande, selon la nature des travaux et le cadre d'exercice de l'activité du graphiste.

Il est utile de préparer cette démarche avec un conseiller fiscal et un organisme professionnel.

◀ Les associations de gestion agréées (AGA)

*Leur vocation est d'informer et d'accompagner sur les plans de la tenue de comptabilité des indépendants. Elles peuvent apporter leur soutien en cas de contrôle fiscal. **L'adhésion à une AGA permet d'éviter la majoration de 25% du bénéfice imposable.** Pour ceux qui ont moins de 27 000 € de recettes nettes, le coût des frais de comptabilité et d'adhésion à une AGA est remboursé jusqu'à 915 € hors taxes sous forme d'un crédit d'impôts. Cette formule permet de **se décharger de la gestion comptable et fiscale de l'activité**, gratuitement, si l'on paie au moins 915 € d'imposition.*

→ *Bien que certaines soient spécialisées dans les métiers de la création, **il est possible d'adhérer à n'importe quelle AGA** (voir p. 32).*

◀ La formation continue

La formation continue n'est pas prise en charge par le statut d'artiste-auteur à la MDA, car aucune cotisation n'est prélevée à cet effet. Un graphiste qui choisit de suivre une formation continue peut l'inscrire dans ses frais professionnels si elle est directement liée à son activité. Sous certaines conditions, il peut recevoir un financement d'une partie de cette formation par les régions et les départements.

Si un graphiste indépendant enregistre une baisse de plus de la moitié de ses revenus, il peut s'inscrire comme demandeur d'emploi à l'Agence nationale pour l'emploi (ANPE, voir page 30) et éventuellement bénéficier d'une aide à la formation.

◀ Les assurances professionnelles

Le graphiste indépendant qui travaille dans un local professionnel doit contracter obligatoirement une assurance responsabilité civile professionnelle. Une assurance couvrant le matériel de valeur est conseillée. La perte, la destruction ou le vol de maquettes, la perte d'exploitation à la suite d'un sinistre peuvent aussi être couverts.

Si le graphiste travaille à son domicile, il doit contracter une assurance responsabilité civile personnelle et **prendre soin de faire assurer son matériel.**

◀ La propriété intellectuelle

L'œuvre d'un graphiste s'inscrit dans le cadre de la propriété intellectuelle. Il en détient les droits d'auteur. De ce fait, **nul ne peut utiliser son œuvre sans son consentement explicite.**

Dans le cadre de la commande, ce n'est pas l'œuvre elle-même qui est vendue, mais son droit de reproduction pour un usage défini et limité dans le temps par contrat. Cela signifie qu'un commanditaire ne peut reproduire une maquette papier ou numérique sans accord préalable avec le graphiste. Pour concéder à un tiers le droit de reproduire son œuvre, le graphiste doit réaliser une cession de droits précisant dans le temps et l'espace la nature des droits cédés. En droit Français et Européen, **la mention « Libre de droit » seule n'est pas valable.**

◀ La protection des œuvres

Pour se protéger d'une exploitation non autorisée, le graphiste doit prouver qu'il est **l'auteur de l'œuvre** et **la date de sa création**.

Une note d'honoraires ou une cession de droits peuvent justifier de l'identité de l'auteur et de la date de la création de l'œuvre. Le nom de l'auteur devant toujours être indiqué, la publication d'une œuvre est aussi un moyen de la dater.

S'il le souhaite, le graphiste peut protéger son œuvre en s'en adressant à lui-même une copie par courrier recommandé avec accusé de réception. Il doit conserver intact ce pli, qui pourra être ouvert devant un tribunal en cas de litige, la date d'expédition faisant foi.

→ **Pour aller plus loin**, le graphiste peut effectuer un dépôt de dessin et modèle auprès des organismes spécialisés pour la France, l'Europe ou l'international (voir *INPI, DAMI et WIPO page 31*).

◀ Les sociétés d'auteurs

Les œuvres peuvent être reproduites par photocopie (reprographie), sur supports audiovisuels et numériques (copie privée, édition vidéo, cédérom, dvd, etc.), diffusées par les chaînes de télévision (hertziennes, câble et satellite) et sur les réseaux de télécommunications (Internet).

Cette diffusion engendre une redevance au titre de l'exploitation des œuvres, payée par les éditeurs. Sa gestion est faite par des sociétés d'auteurs, qui redistribuent à leurs adhérents un droit d'auteur collectif.

◀ Du devis à la facturation

Le devis est le document à la base de l'accord entre le graphiste et son commanditaire. Le graphiste doit obtenir de celui-ci toutes les informations nécessaires qui sont réunies dans le cahier des charges. La rédaction du devis doit décrire l'objet de la commande, énumérer les éléments à réaliser, et suivre le déroulement logique de création de l'œuvre, pour éviter toute interprétation erronée.

Prendre le temps de rédiger avec soin un devis n'est **jamais une perte de temps** : cela structure le contrat à suivre.

Le devis indique deux éléments indissociables :

- ▶ **les honoraires de création**, soit la rémunération des recherches, des travaux et des frais techniques nécessaires à la création de l'œuvre ;
- ▶ **les droits d'auteur**, soit la rémunération de l'exploitation de cette œuvre. Au cas où un commanditaire souhaite exploiter une œuvre déjà existante, seul ce poste est à prendre en compte.

Le contrat (ou bon) de commande doit reprendre les termes du devis. Il engage les deux parties ; le graphiste à livrer sa création et le commanditaire à le rémunérer. De plus, il fait foi devant les tribunaux en cas de litige. Le devis lui-même peut faire office de contrat de commande, s'il comporte un calendrier de réalisation et que le graphiste et son client l'ont tous les deux signé – **avant de commencer tout travail**.

La facturation reprend les éléments du contrat simplifié aux grandes lignes, en faisant référence au numéro du devis ou du contrat contenant le détail de la création effectuée.

La facturation doit se faire sous la forme :

- ▶ d'une **note de cession de droits d'auteur** (TVA à 5,5 %), si sont facturés ensemble les honoraires de création et la cession des droits de cette création ;
- ▶ d'une **note d'honoraires** (TVA 19,6 %), si sont facturés exclusivement les honoraires de création de l'œuvre ;
- ▶ d'une **note de cession de droits d'auteur** (TVA à 5,5 %), si sont facturés exclusivement des droits de reproduction d'une création déjà existante.

→ Les honoraires rétrocedés sont l'ensemble des honoraires reversés par le graphiste à des collaborateurs. Les débours sont les sommes réglées pour le compte d'un client, remboursés au centime d'euro près.

◀ Éléments pouvant servir à la rédaction des devis, des contrats de commande et aux facturations

Le graphiste doit préciser ses nom, prénom et coordonnées, son code NAF, son numéro de SIRET, son numéro de TVA intracommunautaire, son numéro de MDA, la date et un numéro du document, les coordonnées du client.

Il décrit l'objet de la commande en précisant la liste des supports prévus, le nombre d'exemplaires ou la durée d'utilisation, une zone géographique (régionale, nationale, internationale).

Il énumère les différents postes :

- ▶ création et recherche des premiers projets (somme due même en cas de non-réalisation du projet)
- ▶ mise au point de la création retenue

- ▶ réalisation technique de la création
- ▶ cession de droits d'auteur(s) de la création ci-dessus.

→ Le graphiste peut **détailler le prix** d'un ou plusieurs postes, **ou indiquer un prix global** incluant la cession de droits.

Si le graphiste est assujéti à la TVA, il indique son prix hors taxes en précisant le taux de TVA. S'il ne l'est pas, il indique « TVA non applicable, article 293 B du CGI ». En cas d'appartenance à une association de gestion agréée, il mentionne obligatoirement « Membre d'une AGA, le règlement par chèque est accepté ».

Il est recommandé de convenir d'un délai en jours ouvrés (les cinq jours de la semaine, en excluant les jours chômés), ainsi que de mentionner des conditions générales contractuelles au recto, qui président au bon déroulement du travail.

Dans le cas où le graphiste souhaite faire de son devis un contrat de commande, il conclut par : « Pour toute commande de votre part, merci de retourner le double de ce devis, revêtu de votre signature et de votre mention Bon pour accord et exécution ». Il signe son devis.

Sur les notes d'honoraires et les cessions de droits, il faut ajouter : « En application de la loi n° 92-1442 du 31.12.1992 tout règlement effectué au-delà d'un délai de 10 jours sera majoré d'un intérêt égal à une fois et demi l'intérêt légal. »

→ **Quand un projet n'est pas exploité**, lors d'un appel d'offres, ou si un client sursoit à sa commande, la cession de droits d'auteur ne se réalise pas. Pour appliquer à la création le taux de TVA à 5,5 %, il faut facturer sous la forme d'une « Note d'auteur » et écrire : « Honoraires de création graphique préalables à une cession de droits d'auteur ».

◀ Les prix pratiqués par les graphistes indépendants

Les honoraires qui rémunèrent la création d'une œuvre sont libres.

Ils rendent en compte différents facteurs :

- ▶ le temps nécessaire à l'élaboration de la création (ne pas indiquer un nombre d'heures ou de journées sur une note d'honoraires) ;
- ▶ les frais techniques liés au projet (création de maquettes, déplacements...) ;
- ▶ les frais fixes d'exploitation (électricité, entretien, téléphone...).

Les frais fixes varient d'un graphiste à un autre, selon que l'activité se déroule à domicile ou dans un atelier, en solo ou en collectif. L'expérience et la notoriété du graphiste peuvent également influencer sur les prix pratiqués.

Il en va de même pour l'évaluation des droits d'auteur, qui sont la rémunération de l'exploitation d'une œuvre. Son prix est matière à négociation au cas par cas entre le commanditaire et le graphiste. La rémunération de l'exploitation d'une création peut, en cas d'utilisation importante, être supérieure à la rémunération de sa conception.

Ceci explique que pour un même travail, outre les frais de structure, on relève des disparités dans les prix pratiqués.

→ **Pour se positionner au sein de son marché**, le graphiste peut se renseigner en s'adressant à un confrère expérimenté, ou à un organisme professionnel qui, bien que la loi sur la libre concurrence lui interdise tout établissement de grille tarifaire, réalise des enquêtes sur les prix pratiqués.

→ **L'association Moneydesign** propose un guide en ligne pour calculer les honoraires de création et les droits d'auteur dans les principales disciplines du design (voir page 32).

▶ Répondre à un appel d'offre

Un appel d'offres est la condition d'une mise en concurrence de prestataires potentiels avant la signature d'un contrat. Les entreprises privées contractent librement, selon les règles de droit commun. La mise en concurrence qu'elles peuvent organiser se fait sans formalisme obligatoire. En revanche, les collectivités publiques (l'État, les établissements publics administratifs, les collectivités territoriales, etc.) sont soumises aux dispositions du Code des marchés publics (CMP).

→ **L'utilisation d'Internet facilite la recherche** et la réponse aux appels d'offres publics ou privés. De nombreux sites officiels ou privés permettent de consulter les avis en cours. Ils proposent le téléchargement des formulaires de réponse aux marchés (voir page 31).

→ **Il faut veiller à bien respecter les recommandations de présentation des réponses aux appels d'offres, répondre à toutes les questions, réunir l'ensemble des documents obligatoires, sous peine de voir la candidature rejetée. Attention à la date limite de dépôt des dossiers.**

◀ Le code des marchés publics

Juridique : repérer le cadre et les modalités

Les collectivités publiques, l'État, les établissements publics administratifs, les collectivités territoriales agissent dans le cadre des dispositions du décret n° 2004-15 du 7 janvier 2004 stipulées dans le Code des marchés publics (CMP), tout en respectant les principes généraux français et européen de la commande publique : mise en concurrence, égalité de traitement des candidats, modes de publicité et d'attribution.

- ▶ Ces dispositions s'appliquent aux marchés d'un montant compris entre 4 000 et 210 000 € HT.
- ▶ Les marchés inférieurs à 4 000 € HT (art. 28 du CMP) **peuvent être passés sans publicité ni mise en concurrence.**
- ▶ Au-delà de 210 000 € hors taxes obligation est faite de publier un avis d'attribution au Bulletin officiel des annonces des marchés publics et au Journal officiel des communautés européennes après signature des contrats.

Application : publier un appel d'offre

Pour les commandes artistiques, l'article 30 du CMP prévoit une procédure adaptée des principes français et européen, déjà évoqués, à définir par la personne publique :

- ▶ la publicité des appels d'offre via l'affichage, les sites Internet des collectivités ou les plateformes d'achats constituent autant de supports pertinents pour faire l'annonce de commandes artistiques publiques ;
- ▶ la pratique consiste à adresser une demande de devis à trois ou quatre designers ou groupes de designers. Après étude, la proposition économique la plus avantageuse remporte l'attribution du marché.

Ce qui n'implique pas qu'elle soit la moins onéreuse. **Le choix peut entièrement se justifier par des critères qualitatifs.**

Pratique : les trois étapes d'un appel d'offre

- 1. Rédiger un cahier des charges précis.**
- 2. Présélectionner trois ou quatre candidats**, examiner les dossiers de création, apprécier le niveau de formation, évaluer les compétences et étudier les références professionnelles. Tous ces critères concourent à la qualité des prestations attendues.
- 3. Demander aux designers une estimation de coût.**

Envisager alors deux cas de figure :

- ▶ **soit l'attribution du marché est décidée à partir de la sélection et après étude des devis ;**
- ▶ soit à partir de la première sélection et après étude des devis, il est envisagé une **ultime phase de sélection sur des projets formalisés auprès de deux ou trois candidats.** Pour être significatifs ces projets impliquent un investissement important du designer en temps et en moyens. Le code de la propriété intellectuelle est garant des droits tant patrimoniaux que moraux de l'auteur. La directive européenne de mai 2001 a introduit dans notre législation le droit à une compensation équitable pour les exceptions au droit d'auteur. **Un projet formalisé est une création et doit, à ce titre, être rémunéré.**

L'Alliance française des designers préconise, à l'exemple de plusieurs pays européens, d'allouer 25 % du budget global de l'appel d'offre à la rémunération de dédit, à partager entre les deux candidats non retenus. Dans le cas d'un appel d'offre d'un montant inférieur à 4 000 € hors taxes, à passer auprès de **deux candidats maximum**, le dédit est de 500 € hors taxes au bénéfice du candidat non retenu.

Éthique : pourquoi rémunérer une demande de projet ?

L'appel d'offre se déroule dans un contexte de libre concurrence. L'intérêt, dans ce contexte précis, est d'**ouvrir équitablement l'appel d'offre à tous les professionnels** dont les compétences et les savoir-faire sont garants de projets de grande qualité. L'émulation de la compétition peut renforcer cette qualité si les chances sont égales pour tous – designers indépendants et agences – c'est-à-dire s'il y a proposition de défraiement des projets présentés. Sinon, l'appel d'offre privilégie les grosses structures qui, seules, sont « libres » d'investir en temps, moyens et personnes, dans la mesure où elles mettent au travail des stagiaires pour une contribution gratuite. On peut douter alors de la qualité du projet soumis au commanditaire.

Rémunérer un projet permet au designer de se concentrer sur **la véritable réponse à construire pour l'appel d'offre**. Ce qui exige la mise en place d'un processus de réflexion et de création, donc une monopolisation de temps et de moyens. Ces investissements représentent un coût réel.

Sans rémunération de projet, l'objectif du designer est de gagner à tout prix l'attribution du marché. La tendance est alors à multiplier les solutions pour séduire le commanditaire. Répondre au cahier des charges de l'appel d'offre passe au second plan. De plus, au-delà de trois projets différents, comment un designer peut-il justifier de son expertise et **comment un commanditaire peut-il choisir une véritable réponse devant pléthore de créations ?** Il y a alors pénurie de réflexion et de maturation de réponse.

Demander la remise d'un projet non rémunéré entraîne la précarisation de professionnels priés d'œuvrer gratuitement, ce qui génère une forme de régression sociale. L'attachement à **une éthique juste**

va dans le sens d'une plus grande liberté de création et d'engagement pour le designer tout en respectant la déontologie inhérente au contrôle des dépenses publiques. Au final, **c'est la qualité des réalisations et l'image des commanditaires qui en ressortent valorisées.**

◀ Les organismes professionnels

Ces organismes aident les professionnels à structurer leur activité et défendent leurs intérêts moraux, sociaux et économiques auprès des commanditaires publics et privés. Ils ont un statut de *syndicats professionnels* (une forme associative), ce qui leur confère **un rôle consultatif auprès des pouvoirs publics**. Cela ne signifie pas qu'ils soient nécessairement politisés. Les graphistes ont le choix entre plusieurs organismes.

L'Alliance française des designers

Apolitique, l'AFD souhaite fédérer les designers quelles que soient leurs disciplines (souvent multiples) : graphisme, animation, architecture intérieure, environnement, illustration, multimédia, objet, photo, produit, scénographie, stylisme, textile, web... Elle accompagne ses membres sur le plan fiscal, social et juridique (*voir page 32*).

Le Syndicat national des artistes auteurs – Fo Le Syndicat national des artistes plasticiens – Cgr

Le SNAA-Fo et le SNAP-CGT sont des structures syndicales nationales qui s'adressent aux artistes et plasticiens en général. Ils sont attentifs à l'évolution du statut de l'artiste, ils développent une analyse sur les causes des difficultés que connaissent les plasticiens et les solutions politiques à y apporter (*voir page 32*).

Adresses utiles

Statut et fiscalité

Agence pour la création d'entreprises

Créée à l'initiative des pouvoirs publics, l'APCE apporte une aide à la création d'entreprises : information, orientation et d'optimisation des systèmes d'appui à la création d'activités.

www.apce.com

Assurance chômage

www.assedic.fr

Agence nationale pour l'emploi

www.anpe.fr

Caisse nationale d'assurance-maladie des travailleurs salariés

Cet établissement public à caractère administratif gère, au plan national, la branche maladie du régime général de la sécurité sociale.

www.ameli.fr

Caisse nationale d'assurance vieillesse

Cette caisse gère la branche retraite du régime général de la sécurité sociale : la retraite de base des salariés du secteur privé.

www.cnnav.fr

Code général des impôts

Article 102 ter
Articles 96-1 et 98
Article 1460-2°, 2° bis et 3°
www.legifrance.gouv.fr

Maison des artistes

La Maison des artistes est une association agréée par l'État pour la gestion des assurances sociales des auteurs d'œuvres graphiques et plastiques.

www.securartsgraphiquesetplastiques.org

Institution de retraite complémentaire de l'enseignement et de la création

L'IRCEC gère le régime obligatoire de retraite complémentaire. Elle encaisse les cotisations d'assurance vieillesse, et calcule et liquide la retraite complémentaire correspondante.

Tél. : 01 44 95 68 32

Chambres de commerce et d'industrie

Situées partout en France, les Chambres de commerce apportent des informations pour créer et gérer son entreprise.

www.ccip.fr

Institut national de la statistique et des études économiques

Dépendant du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, cet organisme collecte, produit et diffuse des informations sur l'économie et la société française.

www.insee.fr

Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie

www.finances.gouv.fr
www.minefi.gouv.fr

Sirene

Cette base de données, gérée par l'INSEE, est un système national d'identification des personnes physiques et morales et de leurs établissements.

www.sirene.tm.fr

Propriété intellectuelle

Institut national de la propriété intellectuelle

(Paris, France)
Établissement public ayant pour mission, en France, de participer à l'élaboration du droit de la propriété intellectuelle, de recevoir les dépôts, de délivrer les titres de propriété industrielle (brevets, marques, dessins et modèles) et d'informer.

www.inpi.fr

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur

(Alicante, Espagne)
La mission de l'OAMI est l'enregistrement des marques, des dessins et des modèles communautaires.

<http://oami.eu.int/>

Organisation mondiale de la propriété intellectuelle

(Genève, Suisse)
Cette institution spécialisée du système des Nations unies a pour vocation de promouvoir l'utilisation et la protection des œuvres de l'esprit.

www.wipo.int

Société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques

L'ADAGP perçoit et répartit les droits gérés collectivement et individuellement des auteurs.

www.adagp.fr

Société des auteurs des arts visuels et de l'image fixe

La SAIF perçoit et répartit les droits gérés collectivement et individuellement des auteurs. Elle les soutient sur le plan juridique, et tient un rôle d'action sociale.

www.saif.fr

Société civile des auteurs multimédia

La SCAM gère les droits des auteurs sur les supports télévision, cinéma, radio, vidéo, multimédia interactif, réseaux.

www.scam.fr

Marchés publics

Le nouveau Code des marchés publics

www.legifrance.gouv.fr

Le portail des marchés publics

Informations relatives aux dossiers de candidatures et consultation des annonces parues dans le BOAMP et le JOCE, téléchargement des formulaires de réponse aux marchés publics.

<http://djo.journal-officiel.gouv.fr/MarchesPublics/>

Le portail de l'administration française

www.service-public.fr/pro/ theme/marches-publics.html

Les avis d'appel public à la concurrence relatifs aux marchés de l'État, à l'exception de ceux du Ministère de la défense

www.marches-publics.gouv.fr

Culture

Centre national des arts plastiques

Très importante base de renseignements et d'information : événements, lieux de diffusions, écoles et aides aux artistes en France.

Graphisme en France de 1994 à nos jours est consultable via ce site.

www.cnap.fr

Associations de gestion agréées (AGA)

Leurs adresses sont consultables auprès de votre centre des impôts.

Organismes professionnels

Alliance française des designers (AFD)

www.alliance-francaise-des-designers.org

Syndicat national des artistes auteurs-Fo

snaafo@wanadoo.fr

Syndicat national des artistes plasticiens-Cgr

<http://snapcgt.free.fr>

Remerciements

Marsha Emanuel, Chargée de mission pour le graphisme, Délégation aux arts plastiques (DAP),
Sigolène Boyer, Bureau du statut de l'artiste, DAP ; **Alain Frei**, fiscaliste des professions artistiques,
Léa Lacour, fiscaliste ; **François Lesaffre**, avocat au barreau de Paris, spécialiste en droit de la propriété intellectuelle.

Mises à jours

Elles sont faites régulièrement, cependant il vous appartient de vérifier les chiffres mentionnés dans ce petit guide à la date de leur utilisation. Sauf erreur typographique.

Conseils

Créartist

Société civile de conseil et d'information en matière de fiscalité et de régimes sociaux auprès des artistes-auteurs.
www.creatist.fr

Moneydesign

Association loi 1901 spécialiste en informations sur les intérêts économiques et artistiques des métiers du design.
www.moneydesign.org

» Calculez les honoraires de création

d'un projet de design (communication, espaces, illustration, mode, photo, produits, texte, textile) à l'aide de 536 exemples.

» Calculez les droits d'auteur

conformément aux lois de la propriété intellectuelle française et européenne.

En 3 clics sur
www.calculator.com
guide en ligne de l'association Moneydesign, recommandé par des organismes professionnels en France et en Europe.



alliance française des designers

Ce petit guide bénéficie du soutien
du ministère de la Culture et de la Communication
et de l'Alliance française des designers

Il est disponible sur

www.professiongraphiste.fr

Gratuit, ne peut être vendu