

Dites NON
aux idées gratuites



Dites NON aux idées gratuites

Designers, l'Alliance française des designers vous incite à ne pas participer aux concours et appels d'offres qui ne prévoient pas de dédommagements corrects pour votre travail, et à ne pas démarcher en proposant des idées gratuites: le seul résultat à long terme est la destruction de votre profession qu'elle que soit votre discipline ou votre domaine.

Avant-propos

Le designer intervient dans de nombreux domaines: élaborations de produit, créations d'espace, orchestration de messages...

Par designer, L'AFD entend «celui qui dessine à dessein», autrement dit le concepteur par nature. Quant à «design» il rassemble en un seul mot fédérateur l'ensemble des professions des designers.

En anglais, l'expression «free pitching», «recommandation gratuite», s'emploie pour décrire la fourniture de services non rémunérés.

Tous les organismes professionnels internationaux du design dénoncent cette pratique. La création, aussi spontanée soit-elle, est toujours le fruit d'une étude globale souvent longue et coûteuse. C'est en quelque sorte, la partie immergée de l'iceberg, indissociable de tout projet de design. Quelle règle universellement reconnue permettrait de ne facturer qu'une partie d'un travail accompli, en l'occurrence ce qui se voit, au détriment de toutes les actions préparatoires ?

Une seule règle est vraiment professionnelle: refuser les recommandations gratuites !

La recommandation spontanée tue la création

C'est tout un art d'équilibriste pour un designer que d'éviter de travailler gratuitement...

En effet, la pratique des recommandations gratuites s'est instaurée selon quelques traditions bien établies, telles que les concours publics d'architecture, ou les démarches commerciales agressives, typiques des agences des secteurs des médias et de la publicité.

Ces pratiques ont contaminé les appels des institutions publiques depuis une vingtaine d'années. Au point, que des designers qui exercent leurs talents surtout dans ce secteur, sont «happés» par l'engrenage des projets non rémunérés.

Méthode de vente ou force des choses — proposer gratuitement ses compétences ou répondre à la demande abusive d'un client — est contre-productif au point de courir à la faillite de son activité et à la dévalorisation de toute une profession. C'est, tôt ou tard, s'appuyer sur l'économie des projets des clients précédents ou sur la main-d'œuvre de personnes en apprentissage.

C'est une attitude d'amateur qui nie toute reconnaissance professionnelle.

Sauf, par engagement personnel dans le contexte d'œuvres caritatives, un designer professionnel ne doit pas travailler sans rémunération.

La recommandation gratuite revêt plusieurs formes

Une recommandation «spontanée» peut être initiée par un

client qui demande la réalisation d'une étude sans prévoir explicitement de rémunération en contrepartie.

Bénéficiaire d'une recommandation spontanée, peut être la conclusion d'une démarche pernicieuse qui consiste dans un premier temps à demander une création, puis d'en évoquer le coût afin de passer par une phase de devis suivie, dans la foulée, par la proposition d'un projet; toutes étapes se déroulant sans établir de contrat.

Un appel d'offres public s'avère être une demande de recommandation gratuite quand il exige la production de projets sans prévoir de rémunération. Sous prétexte de «voir» à l'œuvre les designers et de tester leurs compétences, l'acheteur public s'organise, à titre exclusif, un self-service de créations... Il arrive que «le bouchon soit poussé très loin» et que les designers en viennent à construire — gratuitement — le cahier des charges de l'appel d'offres public auquel ils sont censés répondre! Alors que l'intérêt bien compris de l'acheteur public et du designer est de fonctionner ensemble en s'appuyant sur une relation qualitative et durable.

Une «recommandation gratuite» peut émerger du designer lui-même (agence ou indépendant), qui soumet gratuitement des créations à un prospect dans l'espoir d'obtenir un nouveau marché. Il peut arriver aussi qu'une création gratuite accompagne un devis, ou que des esquisses réalisées lors d'une séance de réflexion après une première réunion avec un prospect soient remises gracieusement.

Le designer reconnu doit montrer l'exemple

C'est au premier chef, sa responsabilité de professionnel de première ligne. Ses références et son image, facilitent son argumentation quand il s'attache à expliquer pourquoi il ne fournit pas ses services gratuitement. Il doit insister auprès de son client sur le fait; que dans le cas de figure de «recommandation spontanée», les retours escomptés risquent d'être insignifiants et impropres à la réflexion qu'il souhaite mener. Ce message doit se transmettre aux jeunes qui risqueraient d'entrer dans un système de concurrence déloyale.

Les pouvoirs publics doivent aussi montrer l'exemple

Les concours et les offres de marchés publics devraient toujours se dérouler dans un cadre légal, équitable pour le contribuable et le designer: l'argent public est dépensé dans le meilleur rapport compétences-prix en donnant une véritable chance à tous les professionnels. Pourtant, actuellement, la non-sélection sur dossier et la non-rémunération à leur juste valeur des projets, contrecarrent ces deux objectifs: perte de la qualité globale des réponses proposées et paupérisation de la profession de designer. Les répercussions sur la collectivité sont préjudiciables sur deux aspects importants: faible retour sur investissement et coûts supplémentaires pour compenser un nouveau déficit social.

«Dessiner à dessein», c'est travailler

Les designers, pour se positionner sur leur secteur, sont fortement tentés de répondre aux offres de marchés publics. Elles ne constituent un réel tremplin que quand la collectivité participe aux investissements techniques et humains engagés par les designers, justifiant ainsi de la transparence et de l'équité de son appel d'offres.

Une méthode efficace: avant d'apporter son expertise gratuitement, le designer doit évaluer ses chances réelles d'établir une relation d'affaires durable avec le client et mesurer finement à partir de quel moment, il se dévalorise et détruit sa crédibilité professionnelle.

Comment veut-on qu'un client prenne conscience du professionnalisme, du temps et de l'exigence nécessaires à l'exercice sérieux du métier de designer si, dès qu'il lève le petit doigt, une foule de designers prêts à travailler gratuitement, force sa porte ?

Dédier, avec la même énergie, ses ressources à prospecter des clients prêts à engager un designer sur la force de ses compétences et de son portfolio, c'est préparer sur le long terme, un bien meilleur retour sur investissement.

La politique de l'AFD sur les recommandations gratuites

La recommandation gratuite dégrade la valeur des services du design et met à bas le professionnalisme des designers. Comme les principaux organismes professionnels de design

dans le monde, l'AFD s'oppose résolument aux recommandations gratuites.

L'AFD incite ses membres à rejeter en force les compétitions qui demandent de concevoir et de créer sans contrepartie financière équitable, ou qui laissent espérer une hypothétique «future» rémunération.

L'AFD recommande à ses membres de rejeter les demandes à fournir tout ou partie de leurs services gratuitement ou au-dessous de leurs tarifs normaux.

L'AFD a réussi parfois — malheureusement trop peu par rapport à l'urgence — à faire modifier les termes de certains concours pour qu'ils soient équitables envers nos professions. Toutefois, il est difficile pour un organisme professionnel d'imposer des règles. Une prise de conscience et des réactions fortes de la part des professionnels eux-mêmes, sont une absolue nécessité.

François Caspar

designer de messages, cofondateur président 2003-2005

Béatrice Gisclard

designer d'espaces, présidente 2005-2007

Bruno Lefebvre

designer de produits, président 2007-2009



alliance française des designers

WWW.AFD.EU.COM