

ANTOINE AUDIAU  
MANUEL WAROSZ /  
ANTOINE+MANUEL

ADRIEN AYMARD

JEAN-PAUL BACHOLLET

BERNARD BAISSAIT /  
COMPAGNIE BERNARD BAISSAIT

LAURENT BATARD /  
MECANO

ISABELLE BEAUQUIS

ÉRIC BÉDIEZ

PASCAL BÉJEAN &  
NICOLAS LEDOUX

PIERRE BERNARD

CÉCILE BINJAMIN

PHILIPPE BISSIÈRES /  
JBA

FRÉDÉRIC BORTOLOTTI &  
FRÉDÉRIQUE STIETEL /  
LORDS OF DESIGN  
BUROZOÏQUE ÉDITEURS

AMÉLINA BOUCHEZ /  
NICOLAS HUBERT

THIERRY BOUCHEX

JULIEN BOULARD

MARIE-MATHILDE BURDEAU

JEAN-MARC BRETEGNIER /  
FABRICATION MAISON

MARIE BRUNEAU &  
BERTRAND GENIER /  
PRESSE PAPIER

OLIVIER CABON /  
ÉDITIONS SOLEB

FRANÇOIS CASPAR

BRUNO CHARZAT &  
CLÉMENT HOURST &  
GUILLAUME LANNEAU /  
AU FOND À GAUCHE

LÉA CHAPON &  
MYTIL DUCOMET /  
MUESLI

GENEVIÈVE CHAUDOYE

THOMAS CHOSSON &  
ALEX MESTROT /  
SUPERBIEN

SIMONE CHRIST

CYRIL COHEN /  
VOLUME VISUEL

PASCAL COLRAT

JOCELYN COTTENCIN &  
RICHARD LOUVET /  
LIEUXCOMMUNS

RONALD CURCHOD

JACQUES DEBIESSÉ

PIERRE DELMAS BOULY &  
PATRICK LALLEMAND /  
SUPERSCRIP?

ANNE DESRIVIÈRES

PIERRE DI SCIULLO

FRANÇOIS DUBOIS  
ROMAIN RACHLIN  
CYRIL TAIEB &  
MAXIME TÉTARD /  
ATELIER LES GRAPHIQUANTS

ISABELLE DURAND

LOLA DUVAL

LAURIANNE FOLINAIS &  
JEAN-DANIEL GALISSON /  
MCE

PIERRE-OLIVIER FRANÇOIS

LAURENT GARBIT

JOÃO GARCIA /  
ANTICHAMBRE

FRANÇOIS-XAVIER HAMON

ÉTIENNE HERVY

OLIVIER HUZ &  
ARIANE BOSSHARD

>>>>>>

À L'ATTENTION DE

**MONSIEUR FERNANDO LADEIRO-MARQUÈS**  
DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION DU PRINTEMPS DE BOURGES,  
46, RUE BOURET - 75019 PARIS

**MONSIEUR DANIEL COLLING**  
PRÉSIDENT DU PRINTEMPS DE BOURGES,  
46, RUE BOURET - 75019 PARIS

**MONSIEUR MARCELLE GALINARI**  
DIRECTEUR DU PRINTEMPS DE BOURGES,  
46, RUE BOURET - 75019 PARIS

OBJET

## Communication visuelle du Printemps de Bourges 2012

Messieurs,

Vous m'avez contacté par téléphone pour participer au concours pour la communication visuelle du «Printemps de Bourges». Je vous en remercie d'autant plus que cette une manifestation culturelle de premier ordre est un sujet formidable de création visuelle.

Je dois malheureusement décliner votre invitation puisque les conditions énoncées sont inacceptables et contre toutes règles déontologiques.

Votre collaboratrice m'a expliqué que la rémunération des participants n'était pas envisageable. J'ai exprimé mon étonnement qu'une manifestation culturelle de votre envergure n'aurait pas les moyens de rémunérer pour la phase créative les trois à quatre candidats invités. La réponse fut que ce n'était pas possible puisque vous invitez une vingtaine de graphistes et d'agences...

MALTE MARTIN, EN PRÉAMBULE À LA LETTRE COLLECTIVE

Cette méthode témoigne d'une méconnaissance de la profession de designer graphique et de la création visuelle. Elle méprise également le principe selon lequel tout travail mérite salaire. D'autres pays de la communauté Européenne – dans un esprit de partenariat et de respect – rémunèrent les propositions créatives quand elles sont exigées.

Nous sommes des graphistes accompagnés d'autres professionnels des métiers du design (historien, enseignant, directeur de festival et de conférence) à nous préoccuper des conditions de l'exercice de notre profession en France. À ce titre, permettez-nous de vous apporter notre regard sur votre projet.

Nous déplorons qu'une structure culturelle de votre importance offre pareil exemple de la considération accordée aux acteurs des domaines intellectuels, artistiques et du design.

Votre projet est clair.

Y répondre graphiquement de façon satisfaisante réclame un investissement d'énergie et de temps non négligeable et mobilise surtout dans cette phase initiale le meilleur de l'expertise et de la créativité qu'un professionnel puisse donner.

Y répondre gratuitement signifie avoir les moyens (comme beaucoup d'agences de grande taille, grâce à des employés peu ou pas rémunérés, ou à une facturation autrement plus onéreuse que les petites équipes), ou y passer très peu de temps.

La création visuelle est un travail sur mesure. Une vingtaine de participants vous met dans la situation de ne pouvoir rencontrer tous les participants en amont pour expliquer est échanger sur votre projet.

En général, il n'en ressort que des propositions graphiques très pauvres et standardisées. Avec cette foule de participants invités il s'agit plus de l'organisation d'un supermarché de l'image que d'un processus de création.

(...)

WILLIAM JEAN  
ALEX JORDAN &  
VALÉRIE DEBURE &  
SÉBASTIEN COURTOIS &  
ISABELLE JÉGO /  
NOUS TRAVAILLONS ENSEMBLE  
S. ET J. JUPIN  
CHRISTELLE KIRCHSTETTER  
OLIVIER KÖRNER  
ROMAIN LACROIX  
FLORENCE LAGADEC  
PHILIPPE LAKITS  
ANNE-MARIE LATRÉMOLIÈRE  
JEAN-LUC LEMAIRE &  
DAVID LONGUEIN /  
L775  
ANETTE LENZ  
SACHA LÉOPOLD  
ALAIN LE QUERNEC  
PATRICK LESCURE  
JEAN-BAPTISTE LEVÉE  
LAURENCE MADRELLE /  
LM COMMUNIQUER  
MALTE MARTIN  
FANETTE MELLIER  
FRANÇOIS MIEHE  
BRIGITTE MONNIER  
ROMA NAPOLI  
MURIEL PARIS  
NICOLE PÉRIGNON  
PIERRE PÉRONNET &  
WIJNTJE VAN ROOIJEN  
VINCENT PERROTTET  
VANINA PINTER  
JEAN FRANÇOIS PORCHEZ /  
TYPOFONDERIE.COM  
DAVID POUILLARD  
BÉNÉDICTE ROLAND  
THIERRY SARFIS  
PHILIPPE SAYOIR  
CLÉMENT SAYOUS  
JOËL SCHILLIO  
VÉRONIQUE SIMON  
ANTOINE STEVENOT  
CHLOÉ TERCÉ /  
ATELIER 25  
NICOLAS THIEBAULT-PIKOR  
GEOFFROY TOBÉ  
THÉRÈSE TROÏKA  
LAURENT UNGERER  
VINCENT VELASCO  
MARTIN VERDET  
VANESSA VÉRILLON  
VÉRONIQUE VIENNE  
MICHEL WLAŚSIKOFF

À l'époque où nous vivons, il ne nous semble pas valorisant pour une structure comme la vôtre d'encourager le gaspillage d'énergies et de compétences dont nous avons tous besoin pour développer notre économie, et par là même celle de notre pays. À titre d'information, répondre à votre appel d'offres représente environ 5 jours de travail pour qui voudra s'y consacrer sérieusement. Selon une moyenne européenne, une journée de travail pour une seule personne (salaire, charges sociales et de structure) est évaluée à 500 Euros hors taxes, droits d'auteurs non compris, puisque cela concerne les projets non retenus.

L'inacceptable sélection sur projets non indemnisés est une option trop facile, qui désresponsabilise et discrédite le commanditaire, d'autant s'il est un opérateur culturel. Trop communément adoptée, elle est une perte de temps et d'argent pour les designers et pour les commanditaires, alors que les projets menés en étroite collaboration et en bonne intelligence aboutissent le plus souvent sur des projets éditoriaux de qualité, à la satisfaction des deux parties.

**La méthode idéale serait de convier dans votre équipe une personne connaissant notre profession – et apte à apprécier les qualités des candidats – afin d'en retenir 3 qui travailleront à un projet correspondant à l'indemnité que vous pourrez accorder aux 2 graphistes non retenus.**

**Sélectionner une équipe sur dossier est la meilleure option lorsqu'un budget est trop limité pour indemniser les participants. Cela permet un dialogue enrichissant, et des solutions graphiques et techniques adaptées au sujet.**

C'est donc à regret que nous refusons de répondre à votre appel.

Nous espérons que vous aurez compris le sens de notre démarche qui se veut constructive. Vous interagissez avec des acteurs de la création musicale. Nous gageons que vous serez sensible à ces arguments.

Pour plus d'informations, nous joignons à ce courrier un texte rédigé par l'Alliance Française des Designers. Nous vous invitons également à visiter le site <http://www.alliance-francaise-des-designers.org/les-marches-publics.html>

Nous restons à votre disposition pour en parler ([info-appeldoffre@gmx.fr](mailto:info-appeldoffre@gmx.fr)).

Bien cordialement.

Paris, le 21 juin 2011.

**COORDONNÉES DES SIGNATAIRES JOINTES**

**ANTOINE AUDIAU, MANUEL WAROSZ /**  
ANTOINE-MANUEL  
8, RUE CHARLOT 75003 PARIS  
C@ANTOINETMANUEL.COM

**ADRIEN AYMARD**  
GRAPHISTE  
17, RUE RAMPONEAU 75020 PARIS  
A.AYMARD@A-AA.FR

**JEAN-PAUL BACHOLLET**  
82, RUE DE REUILLY 75012 PARIS  
C.BACHOLLET@FREE.F

**BERNARD BAISSAIT /**  
COMPAGNIE BERNARD BAISSAIT  
BAISSAIT.BERNARD@NEUF.FR

**LAURENT BATARD /**  
MECANO  
4, RUE DU ONZE NOVEMBRE 94340 JOINVILLE-LE-PONT  
BATARD.LAURENT@WANADOO.FR

**ISABELLE BEAUQUIS**  
9, RUE DU GRAND CHARMONT 25000 BESANÇON  
ISABELLE.BEAUQUIS@FREE.FR

**ÉRIC BÉDIEZ**  
2, RUE DU COMMANDANT DE SURIAN 13007 MARSEILLE  
ERIC@BEDIEZ.COM

**PASCAL BÉJEAN & NICOLAS LEDOUX**  
25, RUE DES CASCADES 75020 PARIS  
APPELDOFFRE@PBNL.FR

**PIERRE BERNARD**  
220, RUE DU FAUBOURG SAINT-MARTIN 75010 PARIS  
PIERRE.BERNARD@ACGP.PARIS.COM

**CÉCILE BINJAMIN**  
1 BIS, RUE RABELAIS 93100 MONTREUIL  
CECILEBINJAMIN@YAHOO.FR

**PHILIPPE BISSIÈRES /**  
JBA  
2, RUE DES FRANCS-BOURGEOIS 75003 PARIS  
PH.BISSIERES@JBA.FR

**FRÉDÉRIC BORTOLOTTI & FRÉDÉRIQUE STIETEL /**  
LORDS OF DESIGN™  
17, AVENUE VERDIER 92120 MONTRouGE  
LORDSOFDESIGN@FREE.FR

**AMÉLINA BOUCHEZ / NICOLAS HUBERT**  
46, RUE DES ÉCOLES 75005 PARIS  
AMELINA.BOUCHEZ@WANADOO.FR

**THIERRY BOUCHEX**  
24, PETITE RUE DE LA VIABERT 69100 VILLEURBANNE  
THBOUCHEX@ORANGE.FR

**JULIEN BOULARD**  
JU.BOULARD@GMAIL.COM

**MARIE-MATHILDE BURDEAU,** TRADUCTRICE  
61, AVENUE DE LA RÉPUBLIQUE 92120 MONTRouGE  
MMBURDEAU@GMAIL.COM

**JEAN-MARC BRETEGNIER /**  
FABRICATION MAISON  
4, RUE DE LA SOLIDARITÉ 75019 PARIS  
FABRICATION.MAISON@WANADOO.FR

**MARIE BRUNEAU & BERTRAND GENIER /**  
PRESSE PAPIER  
36, RUE DE TALENCE 33000 BORDEAUX  
ATELIER@PRESSEPAPIER.FR

**OLIVIER CABON / ÉDITIONS SOLEB**  
5, RUE GUY-DE LA BROSSÉ 75005 PARIS  
OLIVIER.CABON@SOLEB.COM

**FRANÇOIS CASPAR /** DESIGNER GRAPHIQUE AFD  
61, AVENUE ALPHAND 94160 SAINT-MANDÉ  
FC@FRANCOISCASPAR.COM

**LÉA CHAPON & MYTIL DUCOMET /**  
MUESLI  
17, RUE RAMPONEAU 75020 PARIS  
INFO@ATELIERMUESLI.COM

**BRUNO CHARZAT, CLÉMENT HOURST &**  
**GUILLAUME LANNEAU /**  
COLLECTIF AU FOND À GAUCHE  
6, AVENUE SPINOZA 94200 IVRY-SUR-SEINE  
GLANNEAU@FREE.FR

**GENEVIÈVE CHAUDOYE**  
12, RUE CHARLES BRIFAUT 21000 DIJON  
J.G.CHAUDOYE@ORANGE.FR

**THOMAS CHOSSON & ALEX MESTROT /**  
SUPERBIEN  
102, RUE DU FAUBOURG POISSONNIÈRE 75010 PARIS  
ALEX@SUPERBIEN.FR

**SIMONE CHRIST**  
3, RUE DE MILAN 75009 PARIS  
SIMONECHRIST@FREE.FR

**CYRIL COHEN /**  
VOLUME VISUEL  
28, BOULEVARD DE VANVES 92320 CHÂTILLON  
CYRIL@CYRILCOHEN.NET

**PASCAL COLRAT**  
187, RUE DU FAUBOURG POISSONNIÈRE 75009 PARIS  
PASCAL.COLRAT@WANADOO.FR

**JOCELYN COTTENCIN &**  
**RICHARD LOUVET /**  
LIEUXCOMMUNS  
10, MAIL FRANÇOIS MITTERRAND 35000 RENNES  
CONTACT@LIEUXCOMMUNS.COM

**RONALD CURCHOD**  
33, RUE DU BÉARNAIS 31000 TOULOUSE  
RONALD.CURCHOD@FREE.FR

**JACQUES DEBIESSÉ**  
MAS VALLAT 48110 MOLEZON  
MASVALLAT@WANADOO.FR

**PIERRE DELMAS BOULY &**  
**PATRICK LALLEMAND /**  
SUPERSCRIP™  
34, RUE GRENETTE 69002 LYON  
CONTACT@SUPER-SCRIPT.COM

**ANNE DESRIVIÈRES**  
IBIS, RUE RABELAIS 93100 MONTREUIL  
ANNE@DUSELDANSMAPISCINE.FR

**PIERRE DI SCIULLO /**  
ATELIER PIERRE DI SCIULLO  
7, RUE DES CAILLOIS 93100 MONTREUIL  
PIERRE@QUIRESISTE.COM

**FRANÇOIS DUBOIS, ROMAIN RACHLIN,**  
**CYRIL TAIEB & MAXIME TÉTARD /**  
ATELIER LES GRAPHIQUANTS  
ATELIER LES GRAPHIQUANTS  
75, RUE DE LA FONTAINE AU ROI 75011 PARIS  
CYRIL@LES-GRAPHIQUANTS.FR

**ISABELLE DURAND**  
3, RUE DES VERGERS 25410 VILLARS-SAINT-GEORGES  
DURANDIOUTCOURT@ORANGE.FR

**LOLA DUVAL**  
95, RUE D'AVRON 75020 PARIS  
LOLADUVAL@CLUB.FR

**LAURIANNE FOLINAIS &**  
**JEAN-DANIEL GALISSON /** MCE  
28, RUE BEAUBOURG 75003 PARIS  
ONVOUS@AIMOE.EU

**PIERRE-OLIVIER FRANÇOIS**  
JOURNALISTE ARTE  
95, RUE D'AVRON 75020 PARIS  
PIERROF@HOTMAIL.COM

**LAURENT GARBIT**  
10, RUE BUSY L'INDIEN 13006 MARSEILLE  
LAURENT@GARBIT.NET

**JOÃO GARCIA /**  
ANTICHAMBRE  
34, RUE SARDINIERE 17000 LA ROCHELLE  
JOAO@ANTICHAMBRE.NET

**FRANÇOIS-XAVIER HAMON**  
26, RUE NATIONALE 45190 BEAUGENCY  
FXHAMON.GRAPHISTE@GMAIL.COM

**ÉTIENNE HERVY**  
CHARGÉ DE LA PRÉFIGURATION DU CIG,  
CENTRE INTERNATIONAL DU GRAPHISME  
DÉLÈGUE GÉNÉRAL DU FESTIVAL INTERNATIONAL  
DE L'AFFICHE ET DU GRAPHISME DE CHAUMONT  
LES SILOS / MAISON DU LIVRE ET DE L'AFFICHE  
7-9, AVENUE FOCH 52000 CHAUMONT  
EHERVY@VILLE-CHAUMONT.FR

**OLIVIER HUZ & ARIANE BOSSHARD**  
54, RUE SALOMON REINACH 69007 LYON  
HB@HUZ-BOSSHARD.COM

**WILLIAM JEAN**  
2, RUE PHILIPPE DE GIRARD 13001 MARSEILLE  
ANYONE@WILLIAMJEAN.COM

**ALEX JORDAN, VALÉRIE ISABELLE,**  
**SÉBASTIEN COURTOIS & ISABELLE JÉGO /**  
NOUS TRAVAILLONS ENSEMBLE  
28, RUE PLANCHAT 75020 PARIS  
NTE@WANADOO.FR / ISAJEGO@FREE.FR

**S. ET J. JUPIN**  
LE PETIT BEAUCHÈNE 72650 TRANGÉ  
SETI.JUPIN@WANADOO.FR

**CHRISTELLE KIRCHSTETTER**  
DIRECTRICE DE L'ÉCOLE SUPÉRIEURE D'ART  
NORD-PAS DE CALAIS / CAMBRAI  
7, RUE DU PAON 59400 CAMBRAI

CAMBRAI.ESA-NPDC.NET **OLIVIER KÖRNER**  
8, RUE DE COTTE 75012 PARIS  
OLIVIER@PLONK.FR

**ROMAIN LACROIX**  
9 RUE FROIDÉVAUX 75014 PARIS  
LA.MAISON.JAUNE@FREE.FR

**FLORENCE LAGADEC**  
GRAPHISTE  
68, CHEMIN DE MAZAGRAN 25000 BESANÇON  
FLAGADEC@WANADOO.FR

**PHILIPPE LAKITS**  
41, RUE CANTAGREL 75013 PARIS  
PHILIPPE.LAKITS@LAPOSTE.NET

**ANNE-MARIE LATRÉMOLIÈRE**  
36, RUE KELLER 75011 PARIS  
AM.LATREMOLIERE@WANADOO.FR

**JEAN-LUC LEMAIRE, DAVID LONGUEIN /**  
L775  
25, RUE DES CASCADES 75020 PARIS  
JEAN-LUC@L775.FR  
DAVID@L775.FR

**ANETTE LENZ /**  
ATELIER ANETTE LENZ  
36, BD DE LA BASTILLE 75012 PARIS  
CONTACT@ANETTELENZ.COM

**SACHA LÉOPOLD, GRAPHISTE**  
35 RUE DU PRÉ-SAINT-GERVAIS 75019 PARIS  
SACHALEOPOLD@HOTMAIL.FR

**ALAIN LE QUERNEC**  
27, RUE DU MOULIN AUX COULEURS 29000 QUIMPER  
ALAIN.LEQUERNEC@WANADOO.FR

**PATRICK LESCURE**  
MONTILOUX 48000 SAINT-BAUZILE  
PATRICK.LESCURE@WANADOO.FR

**JEAN-BAPTISTE LEVÉE**  
182, RUE DE CHARENTON 75012 PARIS  
LISTS@OPTO.FR

**LAURENCE MADRELLE /**  
LM COMMUNIQUEUR  
7, RUE ELZÉVIR 75003 PARIS  
LAURENCEM@LMCOMMUNIQUEUR.COM

**MALTE MARTIN**  
6, RUE DESARGUES 75011 PARIS  
MALTE.MARTIN@WANADOO.FR

**FANETTE MELLIER**  
45, RUE SÉVERINE 94270 LE KREMLIN-BICÈTRE  
FANETTEMELLIER@FREE.FR

**FRANÇOIS MIEHE**  
94, RUE LOUISE AGLAÉ CRETTE 94400 VITRY  
FRANCOIS.MIEHE@WANADOO.FR

**BRIGITTE MONNIER**  
30, RUE DE LA REINE BLANCHE 75013 PARIS  
MONNIER.BRIGITTE@ORANGE.FR

**ROMA NAPOLI**  
14, RUE DES ÉPERONS 93100 MONTREUIL  
ROMANAPOLI@FREE.FR

**MURIEL PARIS**  
45, RUE DE VOUILLE 75015 PARIS  
MURIELPARIS@ORANGE.FR

**NICOLE PÉRIGNON**  
2, RUE DES MARTYRS 51100 REIMS  
NIL.PERIGNON@GMAIL.COM

**PIERRE PÉRONNET & WIJNTJE VAN ROOIJEN**  
16, IMPASSE SAINT-SÉBASTIEN 75011 PARIS  
PIERREPERONNET@FREE.FR

**VINCENT PERROTTET**  
4, RUE DE PILORI 51260 SARON-SUR-AUBE  
VINCENT.PERROTTET@FREE.FR

**VANINA PINTER**  
23, RUE DE PALESTRO 75002 PARIS  
VANINA.PINTER@FREE.FR

**JEAN FRANÇOIS PORCHEZ /**  
TYPOFONDERIE.COM  
88, RUE DE CHATILLON 92140 CLAMART  
INFO@TYPOFONDERIE.COM

**DAVID POUILLARD**  
16, IMPASSE DES SOUHATS 75020 PARIS  
DAVID.POUILLARD@GMAIL.COM

**BÉNÉDICTE ROLAND**  
8, RUE ROUVET 75019 PARIS  
ROLANDBE@FREE.FR

**THIERRY SARFIS**  
108, RUE DAMRÉMONT 75018 PARIS  
THIERRY@SARFIS.COM

**PHILIPPE SAVOIR**  
FILIFOX  
36, RUE DU MONT-THABOR 75001 PARIS  
FILIFOX@NOOS.FR

**CLÉMENT SAYOUS**  
ÉTUDIANT  
21, RUE DES TROIS CLEFS 45000 ORLÉANS  
CL.SAYOUS@ORANGE.FR

**JOËL SCHILLIO**  
ÉTUDIANT EN DESIGN GRAPHIQUE À L'ESAD STRASBOURG  
12, QUAI KOCH 67000 STRASBOURG  
J.SCHILLIO@GMAIL.COM

**VÉRONIQUE SIMON**  
12, RUE DE LA BUTTE 25000 BESANÇON  
VERONIQUE@TOUTENBASDECASSE.COM

**ANTOINE STEVENOT**  
25, RUE BOUREAU GUÉRINIÈRE  
93360 NEUILLY-PLAISANCE  
COURRIER.ANTOINE@WANADOO.FR

**CHLOÉ TERCÉ /**  
ATELIER 25  
25, RUE TRUFFAUT 75017 PARIS  
HELLO@ATELIER-25.COM

**NICOLAS THIEBAULT-PIKOR**  
16, RUE GUILLAUME BUDÉ 10000 TROYES  
NICOLAS.THIEBAULT@GMAIL.COM

**GEOFFROY TOBÉ**  
129, AVENUE PARMENTIER 75011 PARIS  
MAIL@GEOFFROYTOBE.COM

**THÉRÈSE TROIKA**  
77, RUE DE CHARONNE 75011 PARIS  
AGENCE@THERESE-TROIKA.COM

**LAURENT UNGERER**  
C-ALBUM  
50, RUE DU FAUBOURG-DU-TEMPLE 75011 PARIS  
L.UNGGERER@C-ALBUM.FR

**VINCENT VELASCO**  
4, GRANDE RUE 38000 GRENOBLE  
VELASCO@GMX.COM

**MARTIN VERDET**  
7, RUE DENIS COUTURIER 93100 MONTREUIL  
VERDET.MARTIN@NEUF.FR

**VANESSA VÉRILLON**  
14, RUE ANDRÉ-ANTOINE 75018 PARIS  
VANESSAVERILLON@FREE.FR

**VÉRONIQUE VIENNE**  
AUTEUR DANS LE DOMAINE DU GRAPHISME  
47 RUE SAINT-ROCH 75001 PARIS  
VERONIQUE@VERYVIENNE.COM

**MICHEL WLASSIKOFF**  
CHERCHEUR, HISTORIEN ET AUTEUR  
DANS LE DOMAINE DU GRAPHISME  
7, ALLÉE SANTOS DUMONT 92150 SURESNES  
MICHEL.WLASSIKOFF@WANADOO.FR



alliance française des designers

## Les appels d'offres de la commande artistique et du design

Par l'Alliance française des designers, organisme professionnel reconnu par l'État Français, la Commission Européenne, le Parlement et le Conseil des ministres européens

### 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 20 001 et 210 000 € HT.

→ Les marchés inférieurs à 20 000 € HT (art. 28 du CMP) peuvent être passés sans publicité ni mise en concurrence.

→ Au-delà de 210 000 € HT 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 *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 20 000 € HT, à passer auprès de *deux* candidats maximum, le dédit est de 600 € HT par jour de design 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.**