

L 3.11

M5

898

ditions
ondir

travailler demain

et Vincent Villeminot

Les métiers des arts graphiques

Directeur artistique, infographiste,
designer graphiste, illustrateur...

 Les secteurs
d'avenir

 Les écoles et les
formations techniques

 Savoir démarcher

 S'installer
en indépendant



... et six interviews de professionnels : Etienne Robial,
Véronique Carpentier, Pierre Gauthronet, Clio Karageorghis,
Elisabeth Cohat et Claude Maggiori

023893436

33

Collection
dirigée par Brigitte Dyan

Les métiers des arts graphiques

ADELAIDE ROBAULT
VINCENT VILLEMINOT

32

● Editions Rebondir

1999 - 21922

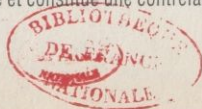
DL-11 09 1998 36661

Direction d'ouvrage : Bertrand Gauthey
Secrétariat d'édition : Christine Brégeon
Maquette et couverture : Bénédicte Baldet
Illustration de couverture : Pascal Gauffre

Copyright 1998 : Rebondir, 34 rue Vignon, 75311 Paris Cedex 09

Dépôt légal : août 1998, ISBN 2-910325-60-1

La loi du 11 mars 1957 interdit les copies ou reproductions destinées à une utilisation collective. Toute représentation intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants cause, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal.



Un caractère de plomb !

Monsieur Crobard a souvent les cheveux dans les yeux et le regard dans le vague, son langage se niche dans un book épais comme un botin. Monsieur Crobard pose, parfois en tremblotant, sa vie et son œuvre compactées dans une compile de carton. Ses petits Mickey et ses aplats abstraits parlent à sa place et défendent sa cause en silence.

Mam'zelle Rough (prononcez reuff, sinon, c'est plouc) tutoie son monde et affiche sa différence. Quand elle est en bouclage, elle peste contre la Terre entière et plus encore contre ses voisins de tapis (de souris). Elle justifie sa réputation de caractérielle qui semble assortie aux « DA » comme l'anorexie aux mannequins. Elle seule pourtant sait rendre un texte plus beau ou plus fort que ce qu'il ne signifie. Mam'zlle rough comprend les images de ceux qui rêvent avec des mots mais ne savent pas penser avec les yeux.

Monsieur Crobard et Mam'zelle Rough travaillent souvent ensemble en compagnie de scribouillards de mon espèce et autres faiseurs de phrases de la presse, de la pub ou d'ailleurs, qui ont toujours besoin de créateurs de flacon. Sans créateurs de contenants, le contenu serait catatonique.

Sans le mariage de l'image et de la typo, qui lirait encore ? Ce milieu est âpre. On y recherche des créateurs aux caractères trempés dans le plomb. Paradoxe. Une âme sensible pour créer, une certaine empathie pour comprendre ceux qui commandent et un cynisme pour survivre. Ceux qui durent commencent modeste avant d'ouvrir leur gueule. Le génie est accessoire. Pas le talent, ni le culot, ni le travail, ni l'image que l'on donne à ceux qui paient. Si Warhol avait eu l'entregent de Van Gogh, il serait mort en peignant des poulbots sur Time Square. On ne vous dira pas comment devenir l'un ou l'autre. D'ailleurs, personne ne le sait. Mais la lecture de ce guide vous permettra d'affirmer votre personnalité à l'écran ou sur papier sans abdiquer votre style.

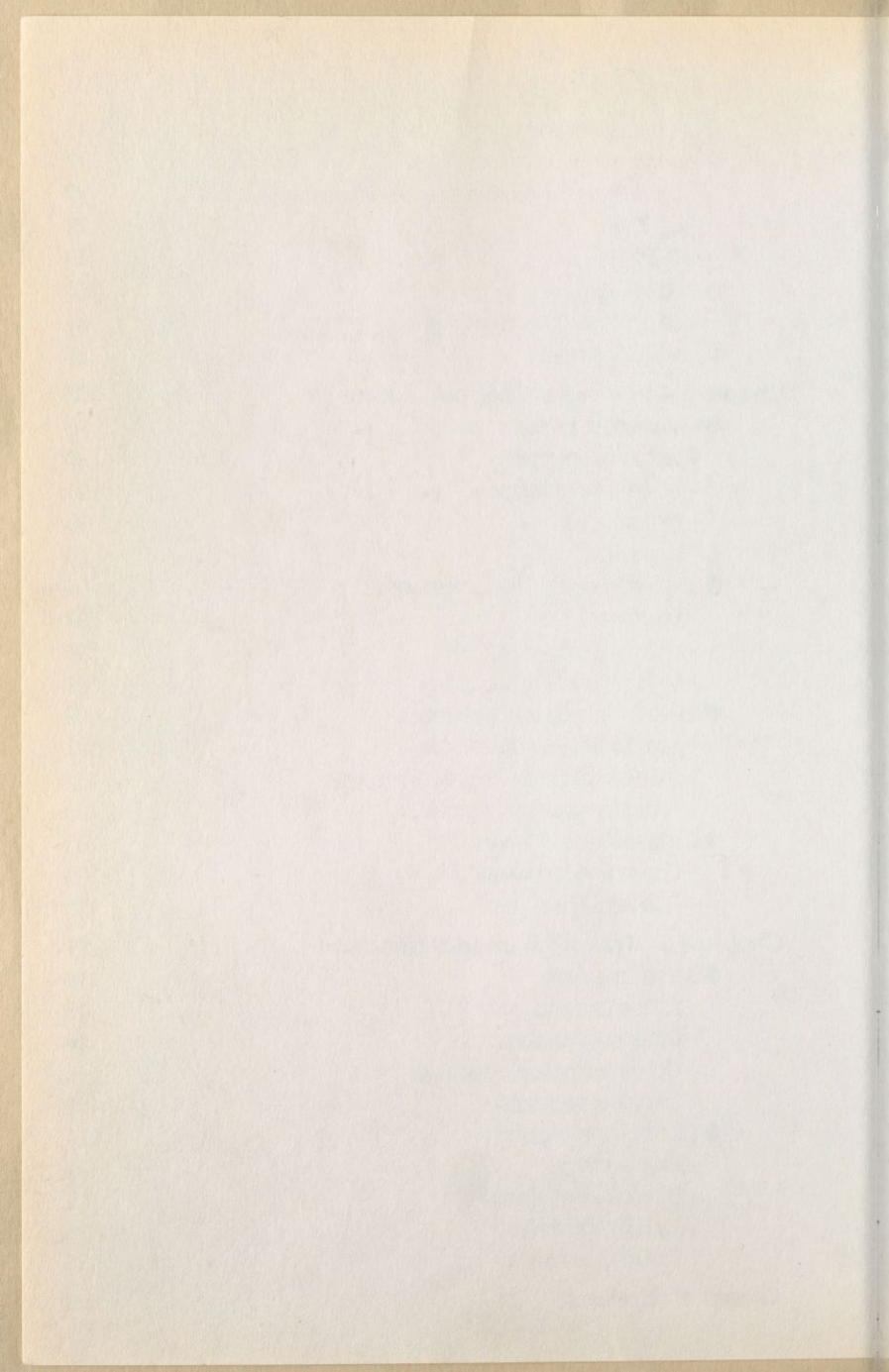
Eric Le Braz,
directeur de la rédaction

SOMMAIRE

Introduction :	7
● Comment définir un graphiste ?	7
● Qui sont les créateurs ?	8
● Quel sera l'avenir pour les graphistes ?	9
Interviews et réflexions avec Véronique Carpentier, Pierre Gauthronet, Clio Karageorghis, Etienne Robial, Elisabeth Cohat, Claude Maggiori	11
Chapitre 1 : Une nouvelle conception du métier	19
● La révolution technologique	21
● Les nouvelles données du métier	27
– 4 secteurs traditionnels en mutation	28
– Grâce au high-tech, du travail en perspective	30
● Une nouvelle façon de travailler	31
– Très chère indépendance...	31
– Le graphisme à tout faire	35
Chapitre 2 : Les métiers du graphisme	39
● Les métiers de l'image imprimée	41
– Les graphistes de la publicité	41
– Les graphistes de la communication	44
– Les graphistes de la presse	46
– Les graphistes de l'édition	49
● Les métiers de l'image audiovisuelle	51
– Les graphistes de l'image de synthèse	51
– Les graphistes du jeu vidéo	54
– Les graphistes de l'Internet	56
– Les graphistes du CD-Rom	58
– Les graphistes de la télévision	60
– Les graphistes du dessin animé	62
Chapitre 3 : Les écoles et les formations techniques	65
● Le peintre et l'informaticien	67
– Technique ou artistique ?	67
– Généraliste ou spécialisé ?	69
● Les formations techniques	70
– Les baccalauréats spécialisés	70
– Les BTS	71
– Le DMA	74
– Le DNAT	74



● Les formations spécialisées	75
● Les formations artistiques	77
– Les premiers et deuxièmes cycles universitaires	77
– Le DSAA	78
– Le DNSEP	79
– Le DNSAP	80
– Le diplôme des Arts décoratifs	82
● Les écoles privées	84
Chapitre 4 : Comment se faire connaître	87
● Comment se présenter	89
– Le curriculum vitae	90
– La lettre de motivation	91
– Le book	93
– L'entretien	95
● S'immiscer auprès des professionnels	97
– Les stages	97
– Un emploi pour se former	99
– Se faire connaître à tout prix	101
● Jouez la carte de la polyvalence	102
– Saisir toutes les opportunités	102
– Les disparités entre Paris et la province	102
– Testez les nouveaux logiciels	103
● Continuer de se former	105
– Choisir une formation	105
– Financer sa formation	106
Chapitre 5 : Travailler en indépendant	111
● S'installer en solo	113
– Quand faut-il se lancer ?	113
– Opter pour un statut	114
– Utiliser les services et les aides	117
– Organiser sa gestion	119
● Démarcher et facturer	121
– Fixer ses tarifs	121
– Démarcher les clients	122
– Facturer son travail	125
– Trouver son rythme	126
Carnet d'adresses	130



Introduction

Comment définir un graphiste ?

« Le seul critère à retenir, pour définir ce métier, est celui de la création personnelle. Un graphiste n'est pas un exécutant, il est un créateur qui maîtrise son dessin et le support dans lequel il va l'intégrer. » Martine Loyeau connaît bien le problème de la définition du métier de graphiste. Présidente de la seule organisation qui recouvre tout le spectre de la profession, le modeste Syndicat national des graphistes (SNG, voir carnet d'adresses page 138) (500 adhérents !), elle a recours à un concept pour définir cette profession : celui de la création visuelle. Aucune organisation, aucune convention collective, aucun statut, aucune association professionnelle, rien en fait ne permet de définir très exactement qui est graphiste et qui ne l'est pas.

Pourtant, puisque vous avez aujourd'hui entre les mains un livre qui traite des « métiers des arts graphiques », vous êtes en droit d'exiger ne serait-ce qu'une définition... que voici sous forme de trois questions-réponses :

- A quoi sert le graphiste ?

Il opère partout où la communication visuelle est en jeu. C'est-à-dire partout où il s'agit de transmettre une information, que ce soit par le biais d'une affiche, d'un hologramme ou d'un journal... Cela permet de poser des frontières : un créateur de jeu vidéo ou un designer industriel ne sont pas au service d'une information visuelle et ne sont donc pas des graphistes.

- A qui sert le graphiste ?

Jamais directement à lui-même, mais à un commanditaire, qui va le rétribuer pour sa création, dont il garde la propriété intellectuelle. Le peintre, le

●
Il n'y a pas à proprement parler de définition du graphiste. En revanche, on peut poser des frontières à l'intérieur desquelles opèrent les graphistes.

cinéaste en 3D ou le dessinateur de BD qui créent pour eux-mêmes ou pour l'art ne sont pas des graphistes, puisqu'ils n'ont pas de clients.

– De quoi se sert le graphiste ?

● Quel que soit son outil de production, ordinateur ou fusain, il va utiliser deux grandes catégories de signes, l'image et la typographie. C'est du rapport entre ces deux familles visuelles que va naître son « œuvre ». En revanche, l'illustrateur, qui n'intègre pas la typo, n'est pas un graphiste.

Les nouveaux outils de production modifient considérablement la façon de travailler des graphistes, tant sur le plan artistique que sur le plan économique.

Voilà pour une définition. Mais vous vous rendrez compte que nous ne la respectons pas ! Au détour d'une page, vous entendrez parler ici d'illustration, là de jeu vidéo... Nous avons en effet choisi, dans ce guide, de vous parler d'une profession en plein bouleversement créatif, économique, technique, qui vous offrira, de plus en plus, la possibilité de travailler seul sur un projet, de le mener de bout en bout, d'en être le maître d'œuvre. Mais qui vous contraindra aussi, de plus en plus, à une certaine précarité économique, à la polyvalence, à la débrouillardise.

Ce guide se donne pour but de vous aider à éviter les chausse-trappe, il était donc bien naturel que nous vous propositions quelques chemins de traverse, quelques « ficèles » du métier qui ne relèvent pas du graphisme, mais auxquels les graphistes recourent... pour obtenir du travail !

Qui sont les créateurs ?

Au gré de ce guide, vous recueillerez l'avis de nombreux professionnels... Nous avons pensé qu'ils étaient les mieux placés pour expliquer ce qu'était leur activité, les formations dont ils avaient besoin, les stratégies qu'ils mettent en jeu pour travailler.

Nous avons choisi de privilégier deux types d'interlocuteurs :

– Des « anciens » confirmés, qui sont aux commandes d'entreprises, de départements de création, de directions artistiques (les directeurs artistiques sont couramment appelés DA), et qui sont donc en mesure de juger aujourd'hui ce qu'est l'activité, et ce qui vous attend sur le marché...

– Des jeunes graphistes, qui sont en train de révolutionner la chaîne des métiers, qui travaillent en indépendants, en groupe, sur tous les supports à la fois...

Ces deux représentants de la profession ne suffiront sans doute pas à en dresser une photographie exacte

– si tant est qu'il en existe une –, mais ils ont au moins la caractéristique de respecter la définition initiale : le graphiste, avant tout, est un créateur. Aujourd'hui, le marché et la technologie poussent à transformer certains métiers du graphisme en de simples tâches d'exécution. Il s'agit de deux voies à explorer, où que vous en soyez dans votre parcours professionnel.

●
*Grâce
aux nouvelles
technologies
(multimédia,
Internet, etc.),
de nouveaux
marchés
s'ouvrent
aux
graphistes.*

Quel sera l'avenir pour les graphistes ?

C'est la vraie interrogation de ce guide. Nous avons essayé, au long des pages, de répondre aux questions que vous vous posez, en intégrant au maximum l'apport des dernières évolutions technologiques et économiques. C'est la raison pour laquelle nous faisons aux graphistes de l'image audiovisuelle et aux indépendants une place plus belle que celle qu'ils occupent en réalité aujourd'hui : car tout laisse présager que, demain, de plus en plus de graphistes s'orienteront sur ces voies, et que de nouveaux marchés s'ouvriront à eux.

●
*La technologie
ne devrait
pas avoir pour
conséquence
de limiter
le rôle des
graphistes.
Au contraire,
ceux-ci seront
encore plus
présents à
tous les
niveaux.*

Profession qui rajeunit et se féminise, le graphisme recèle cependant aujourd'hui beaucoup d'inconnues, qui sont aussi celles de secteurs en friche : c'est un truisme de dire que nous sommes entrés dans l'ère de la révolution des communications et de l'information. C'est donc un autre truisme d'affirmer qu'un métier qui se trouve au carrefour de ces deux grands secteurs est susceptible de connaître dans les mois et les années à venir d'autres grandes mutations. Tant que durera cette révolution, il faudra essayer d'anticiper, et c'est ce que nous nous sommes efforcés de faire dans cet ouvrage.

Reste à souligner un manque : dans ce guide pratique, nous n'évoquons pas les questions esthétiques, politiques et sociales que se posent, et que posent à la société, les graphistes. Les années 70 avaient été marquées par une profonde réflexion sur le rôle politique de la communication visuelle. Signe des temps, les années 90 semblent beaucoup plus préoccupées par une réflexion sur la technologie.

Au moment d'évoquer l'avenir de la profession, on peut en tout cas livrer à ceux qui s'y engagent la réflexion d'un directeur artistique : « Marcel Duchamp disait : "L'Art, c'est la vie." Pour ma part, c'est ainsi que je vois le rôle du graphiste. De plus en plus, on devrait tendre à ce que l'art soit présent à tous les niveaux. On en a aujourd'hui tous les moyens, techniques, économiques... »

Véronique Carpentier

ASSISTANTE DE PRODUCTION CHEZ FANTÔME, L'UNE DES PRINCIPALES SOCIÉTÉS DE PRODUCTION D'IMAGES DE SYNTHÈSE. ELLE ORGANISE LA CHAÎNE DE FABRICATION TANT HUMAINE QUE TECHNIQUE, ET PARTICIPE À CE TITRE AU RECRUTEMENT.

Comment s'opère le recrutement ?

« Les graphistes sont embauchés avec des CDD d'un an, sur des projets bien précis. Nous sommes en relation avec les écoles de 3D, dont le niveau est très variable selon les promotions, les professeurs...

Nous faisons le tour des écoles en fin d'année pour assister aux projections des films de fin d'études. Nous recevons également des CV

tous les jours. Il faut absolument envoyer une bande vidéo car un CV seul ne suffit pas. Et nous voulons rencontrer les gens. Quant au book, ce qui nous y intéresse, c'est la sensibilité artistique, le coup de crayon d'un dessinateur ou une certaine approche de la lumière, de l'espace, de la caméra. Mais cela reste tout de même une loterie. »

Quelle qualité fera la différence ?

« Il faut travailler en fonction du client. Nous prenons cinq stagiaires par an et, en général, les jeunes qu'on met sur les machines connaissent les logiciels d'animation.

Mais ils ne savent pas encore travailler : 95 % d'entre eux n'ont jamais travaillé en équipe, et

n'imaginent pas ce que c'est que de se soumettre à une hiérarchie, à un règlement. Quand on est embauché, on commence comme exécutant, et c'est le problème des étudiants qui sortent des écoles car ils se retrouvent dans un cadre où ils doivent se plier à ce qu'on leur demande de faire. »

Pierre Gauthronet

PIERRE GAUTHRONET, 50 ANS, EST L'HOMME DE LA PREMIÈRE PUB MANPOWER (LE PUZZLE...). IL TRAVAILLE DEPUIS DES ANNÉES SUR LES CAMPAGNES DE LA SNCF, DE MAC DONALD, DE DANONE OU MICHELIN. IL EST DIRECTEUR ARTISTIQUE DEPUIS 1972, ET L'UNE DES VEDETTES DE BDDP, 3^E AGENCE FRANÇAISE, QUI COMPTE 300 PERSONNES DONT 50 À LA CRÉATION.

Comment s'opère le recrutement ?

« Nous ne faisons jamais passer d'annonces. Si l'agence n'a personne de précis en vue, nous faisons courir le bruit que nous avons besoin de quelqu'un dans les agences... Le recrutement se fait aussi via les stages : des jeunes y sont repérés, et recrutés parfois plus tard à la sortie de l'école.

Quand ils arrivent, il faut que cela soit juste à la sortie de l'école.

Grâce aux conventions de stage avec les écoles, nous faisons connaissance assez vite. Moi, je tiens à les former à ma main. A la sortie de l'école, la typographie, la mise en page sont en général plus ou moins bien maîtrisées et le jeune sait plus ou moins dessiner. Quant à la formation d'esprit, il ne sait encore quasiment rien, et se façonne par rapport à l'agence. »

Quelle qualité fera la différence ?

« La base des connaissances, c'est la typographie. Auparavant, c'était un critère de sélection lorsqu'on engageait quelqu'un. Maintenant, il y a plus de facilité grâce à l'informatique. Mais je suis heureux de voir que les étudiants ont une sensibilité, voire une sensualité de la typographie. Ce qui fera ensuite la différence, ce sera la façon de tra-

vailler, d'affronter les problèmes, et la disponibilité dont fait preuve le stagiaire. Moi-même, je n'ai jamais compté mon temps. Les journées de huit heures ne veulent rien dire pour nous, et parfois nous travaillons quarante-huit heures d'affilée. C'est le comportement dans le travail qui fait la différence, puisque la formation est la même au départ. »

Clio Karageorghis

ARCHITECTE, DIRIGE LA DIVISION SIGNALÉTIQUE ET GRAPHIQUE DU MUSÉE DU LOUVRE. IL A TRAVAILLÉ À LA CRÉATION DU DÉPARTEMENT JUMEAU À ORSAY. CE DÉPARTEMENT GÈRE L'IDENTITÉ VISUELLE À L'INTÉRIEUR DU MUSÉE. IL EMPLOIE NEUF PERSONNES, DONT QUATRE GRAPHISTES À PLEIN TEMPS.

Comment s'opère le recrutement ?

« Quand nous recevons les jeunes, dès que le mot pub est prononcé, c'est l'allergie ! C'est de la pollution graphique. Nous demandons aussi une grande rigueur dans la présentation des books, nous refusons que les étudiants viennent avec des dossiers d'illustrations. Je veux voir de la typo, des logos, des

aménagements d'espaces. Il y a une vraie passion pour ce musée : je reçois trente demandes de stage par jour, et j'en prends un tous les six mois. Le stagiaire qui viendra n'aura pas de place, pas d'ordinateur. Il fera des maquettes à la main, avec des ciseaux et des photocopies. Mais j'annonce la couleur. »

Quelle qualité fera la différence ?

« Il faut être humble quand on sort d'une école de graphisme. Je conseille aussi aux jeunes de se spécialiser sur un sujet, en fin d'études. Par exemple, dans la signalétique pour les enfants. Il faut d'abord avoir un "truc" de

plus que les autres. Se spécialiser, c'est être très bon dans un domaine et cela signifie qu'on est capable de faire tout le reste. Il faut savoir faire preuve, sur un plan technique, d'une perfection dans le travail. »

Les métiers des arts graphiques

Adélaïde Robault et Vincent Villeminot

Les arts graphiques mènent à tout : presse, édition, pub, com, audiovisuel, images de synthèse, cartoon ou Internet. Partout où l'on produit des images, on a besoin de créatifs. Avec leur pinceau, leur fusain, Illustrator ou Photoshop, les graphistes conjuguent liberté et modernité. On peut sortir des Beaux-Arts ou d'une petite école (inconnue) et devenir une star ou, en tout cas, trouver du travail et passer librement d'un métier à l'autre. Seulement voilà, entre les innovations technologiques et les nouvelles façons de travailler, où se former pour être dans le coup ? A quelles portes frapper ? Comment se présenter ? Comment évoluer dans le métier ? Ce sont toutes ces questions auxquelles répond ce guide pratique, dont les auteurs ont interrogé des dizaines de professionnels, et six « grands » du métier, de la presse au multimédia en passant par la pub et la vidéo, afin de connaître leur vision du métier aujourd'hui et demain.

Au sommaire :

■ Une nouvelle conception du métier ■ Les métiers du graphisme ■ Les écoles et les formations techniques ■ Comment se faire connaître ■ Travailler en indépendant.



Les auteurs : Vincent Villeminot, 27 ans, est journaliste au mensuel La Rue, et formateur au Centre de perfectionnement des journalistes. Adélaïde Robault, 28 ans, est journaliste free-lance.

BIBLIOTHEQUE NATIONALE DE FRANCE



3 7502 01908864 2



9 782910 325602

Code Sodis : 937977.2
Diffusion SOFEDIS - Distribution SODIS
ISBN : 2-910325-60-1

ILLUSTRATION : PASCAL GAUFFRE

39 F

Participant d'une démarche de transmission de fictions ou de savoirs rendus difficiles d'accès par le temps, cette édition numérique redonne vie à une œuvre existant jusqu'alors uniquement sur un support imprimé, conformément à la loi n° 2012-287 du 1^{er} mars 2012 relative à l'exploitation des Livres Indisponibles du XX^e siècle.

Cette édition numérique a été réalisée à partir d'un support physique parfois ancien conservé au sein des collections de la Bibliothèque nationale de France, notamment au titre du dépôt légal. Elle peut donc reproduire, au-delà du texte lui-même, des éléments propres à l'exemplaire qui a servi à la numérisation.

Cette édition numérique a été fabriquée par la société FeniXX au format PDF.

La couverture reproduit celle du livre original conservé au sein des collections de la Bibliothèque nationale de France, notamment au titre du dépôt légal.

*

La société FeniXX diffuse cette édition numérique en vertu d'une licence confiée par la Sofia – Société Française des Intérêts des Auteurs de l'Écrit – dans le cadre de la loi n° 2012-287 du 1^{er} mars 2012.

Avec le soutien du

