

Métiers du graphisme



Jean-Pierre DURAND et Joyce SEBBAG
collection “ Questions de culture ”
ISBN 978-2-11-128147-9
12 € – diffusion : La Documentation française



L’augmentation rapide du nombre de graphistes au cours des années 2000 – ils étaient 2 400 affiliés la Maison des artistes en 1999, ils sont près de 10 000 en 2010 – et la **nécessaire redéfinition des métiers qu’induisent les mutations technologiques** sont sources de tensions au sein de cette communauté professionnelle. Les **statuts d’emploi, notamment, ne favorisent pas toujours l’insertion des jeunes graphistes diplômés, de plus en plus nombreux, sur un marché du travail où la notoriété compte beaucoup.** Au-delà, c’est la définition même du graphisme qui pourrait être revue quand, sous le poids des activités liées au *web design*, il tend à se déporter de l’imprimé vers la création animée (jeux vidéo, animation 3D...).

Face à ce **constat de tensions croissantes**, le Secrétariat général (DEPS) et la DGCA (Délégation aux arts plastiques) du ministère de la Culture et de la Communication ont engagé, en 2008, un **travail d’identification des enjeux qui traversent cette profession**, dont le présent ouvrage rend compte.

1. Une population mal identifiée aux statuts d’emploi divers

Difficile à dénombrer au sein des grandes enquêtes nationales dans la mesure où la profession n’est pas isolable au sein de la nomenclature officielle des professions (PCS), la population des graphistes exerce son activité sous différents statuts d’emploi (salariat, travail indépendant, intermittence). Plusieurs sources ont été croisées pour proposer une estimation du nombre de graphistes en France, qui constituent désormais, avant les artistes peintres, la première population des artistes auteurs affiliés à la Maison des artistes (MDA).

Avec près de 19 000 artistes auteurs (MDA et Agessa), un peu plus de 20 000 salariés du secteur commercial, on estime au total à 44 000 la population des graphistes en France à la fin des années 2000.

L’étude présente les différents statuts d’emploi, leur régime social et fiscal, et décrit les difficultés, pour les jeunes générations, de pérenniser leur activité dans le régime social et fiscal des auteurs.

2. Graphistes du secteur institutionnel *versus* graphistes du secteur commercial

Partagée à parité entre artistes indépendants et salariés, la population des graphistes est également scindée entre deux secteurs d'activité, qui déterminent une pratique professionnelle et des trajectoires différentes : d'une part les graphistes du secteur institutionnel, de l'autre ceux du secteur commercial, une frontière qui semble déjà induite dans le choix de la formation du jeune apprenti graphiste – les élèves des écoles nationales et régionales des beaux arts s'orientant plutôt vers le public, tandis que les élèves de cycles plus courts et souvent dispensés par des établissements privés choisissent plutôt le secteur commercial

Le **secteur dit institutionnel** regroupe les **grands noms du graphisme** : Ruedi Baur, Malte Martin, Étienne Robial, Antoine et Manuel... car c'est dans le secteur dit institutionnel que les clients sont aussi les plus prestigieux : organismes internationaux, ministères, établissements publics culturels et collectivités territoriales. Pour autant, pour quelques grands noms, beaucoup de graphistes, surtout jeunes, peinent à tirer des revenus suffisants de leur activité de création. Bon nombre d'entre eux font souvent le **choix de structures collectives de travail (studios ou ateliers)**, qui préservent leur indépendance tout en favorisant l'échange et la mutualisation, dans un cadre relativement informel.

Les revenus de la profession dans ce secteur sont très dispersés et varient avec l'âge et la notoriété : les 10 % de graphistes affiliés les mieux rémunérés perçoivent un tiers (34 %) de l'ensemble des revenus d'auteur des graphistes.

L'ensemble de la profession dénonce l'absence de défraiement des créations présentées par les graphistes pour répondre aux procédures d'appel d'offre émises par les institutions publiques, conformément aux règles du Code des marchés publics.

Le **secteur commercial compte près de la moitié de la population estimée des graphistes**, qui travaillent principalement pour la **publicité et la communication** d'une part, **les jeux vidéo et l'animation 3D** d'autre part. Au sein de studios, d'agences ou d'entreprises de taille parfois conséquente, les tâches sont plus segmentées, le travail rationalisé, et la création graphique est placée sous le contrôle des commerciaux en charge des relations avec la clientèle. La créativité dégagée des contraintes commerciales s'exerce lors de participation à des concours et à des compétitions nationales et internationales qui valorisent les graphistes et l'entreprise compétitrice.

Mieux rémunérés que les graphistes du secteur institutionnel, les graphistes du secteur commercial gagnent mieux leur vie dans la publicité. La promotion de carrière s'effectue souvent par la mobilité entre agences.

Dans le **secteur de l'image animée** (cinéma d'animation 3D et jeu vidéo), les entreprises sont plutôt jeunes, se créent, peuvent être rachetées ou disparaître rapidement sur un **marché entièrement globalisé, en pleine évolution et encore incertain**. Les graphistes de l'image animée ont des **compétences particulièrement pointues**, liées à la maîtrise des innovations technologiques ; ils sont souvent jeunes et c'est dans ce secteur en particulier que s'observe un fossé générationnel.

3. De l'imprimé à l'image animée, vers une mutation des métiers

Du graphiste affichiste à l'animateur 3D, les compétences requises pour exercer ce métier sont multiples et ont considérablement évolué depuis trois décennies. L'apparition puis la généralisation de la production assistée par ordinateur au cours des années 1980 et 1990, la maîtrise des technologies web et de l'image animée au tournant des années 2000 contribuent à une spécialisation des professions ; alors que par ailleurs, le jeune graphiste qui arrive sur le marché du travail se doit d'être pluridisciplinaire et doit maîtriser des technologies de plus en plus pointues.

4. Quelles politiques publiques pour le graphisme ?

Au constat d'une profession éclatée, l'ouvrage formule des propositions destinées à favoriser la structuration de la profession et sa reconnaissance par le public et les institutions. Sensibilisation aux arts graphiques à l'école et enseignement à l'université, développement de la recherche dans le champ graphique ; adaptation de l'offre de formation ; invention de formes nouvelles d'exposition de cet art éphémère ; constitution d'un marché des œuvres graphiques ; structuration et coordination des représentations professionnelles ; création d'une agence pour le graphisme sont quelques-unes de ces propositions.

Une partie des propositions viennent confirmer les mesures et les orientations auxquelles ont abouti les **Entretiens des arts plastiques** menés au printemps 2011, et annoncées par le ministre de la Culture le 13 octobre dernier. **La rémunération des créateurs, la structuration des professions, l'accès à la formation professionnelle continue sont des enjeux communs à l'ensemble des activités exercées dans le champ des arts plastiques et graphiques.** Le nouveau dispositif d'accès à la formation continue des artistes créateurs qui vient d'être voté par le Parlement répond ainsi de manière pertinente à certaines des préconisations de ce rapport. Les ministères chargés de l'Industrie et de la Culture ont également ouvert, à la fin de l'année 2010, une concertation avec les organismes professionnels du design, afin d'aboutir, fin 2011, à un ensemble de mesures et d'orientations allant dans le sens d'une meilleure connaissance et reconnaissance des activités et des professions du design. **L'enjeu est de défendre et de développer la richesse exceptionnelle que constituent le réseau des écoles d'art et de design, les lieux de recherche et de diffusion de l'innovation par le design.**