



Liège, le 29 Avril 2016

## Procès-verbal du Groupe de Travail – Cometh 26 Avril 2016 – Maison de la Presse

Présents : *Francois Bodarwé, Michel Defour, Philippe Donneau, Stéphane Dor, Philippe Gillain, Lionel Graindorge, Francois Honhon et le stagiaire de l'UPMC Joffrey Heck.*

Excusés : *Anne-Lenotte Azaro, Audrey Alvarez, Jean-Claude Massart, Gisèle Simon, Philippe Thissen, Martine VanZuulen.*

### **1° Acceptation du PV du 14 Avril 2016**

Le PV du 14 Avril 2016 est accepté par les membres du GT.

François Bodarwé recommande un ajout non inscrit lors du précédent PV.

Il précise qu'il faut cadrer les projets payant et qu'il ne suffit pas de dire « stop » aux projets gratuits – il faut également un cadre d'explication, une orientation d'un tarif de base. Donner une indication de chiffre : 250-500euro par jour par personne (par exemple).

### **2° Recommandation « projet gratuit »**

Le débat s'ouvre à nouveau sur la thématique des projets gratuits.

Michel Defour entame la discussion le premier car il n'est pas d'accord sur plusieurs points :

*1<sup>er</sup> point* : MD n'est pas d'accord sur le fait de sous-payer les projets. La créativité est le cœur même de leur valeur ajoutée. Pourquoi les projets seraient-ils donc payés à moindre coût, ceci parce que le commanditaire aurait décidé de consulter plusieurs agences ? La proposition émise par PhT qui consisterait à donner une certaine somme aux perdants n'est pas une solution. Que gagneraient les créatifs à passer d'un problème de projets non payés à un problème de projets sous-payés ?

*2<sup>ème</sup> point* : MD n'est pas d'accord d'imposer des tarifs, des règles aux membres de l'UPMC. La communication et l'éducation seraient bien plus profitables que d'imposer des mesures restrictives. L'UPMC s'adresse à des indépendants, et surtout à des indépendants créatifs, la notion de liberté est donc très importante (ce n'est pas à lui que l'on imposerait de travailler à un tel tarif sous telles conditions). Avec une communication bien orientée et argumentée (en jouant sur le thème de la liberté) on aura beaucoup plus de succès.

*3<sup>ème</sup> point* : la cible. Ce ne sont pas les donneurs d'ordres qu'il faut cibler, ils ne font que profiter de ce qu'on leur propose. Il y aura toujours des agences qui proposeront un devis avec un projet gratuit. Si par ailleurs on arrive à convaincre les créatifs qu'il faut refuser ces conditions, il n'existera plus, sur le long terme, d'appels d'offres de ce type.

En conclusion, l'approche de l'UPMC devrait se porter sur la nouvelle génération de créatifs, celle qui prendra la relève et qui pourra, à l'avenir, changer les choses. Cette approche pourrait s'organiser autour d'actions de communication jouant sur des thèmes divers dont la liberté.

*Stéphane Dor*, président du GT, récapitule : deux courants se dégagent donc de ces débats, vers quel courant le GT s'orientera-t-il ? SD est, depuis le départ, partisan de la solution d'éducation défendue par MD. Le moyen le plus efficace sera d'influencer, éduquer et convaincre les membres d'adopter les pratiques recommandées par l'UPMC. Certes la liberté de chacun est primordiale, mais il y a des articles dans les appels d'offres qui ne doivent plus figurer. L'action doit se faire sur l'ensemble des membres, des commanditaires et des prescripteurs (action à tous les niveaux).

*Lionel Graindorge* évoque le montage qu'il a récemment créé dans le but de conscientiser (de manière sympathique) sur la nécessité du design graphique à l'heure actuelle. LG veut mettre l'accent sur l'importance d'avoir des projets de qualité qui motiveraient les commanditaires à payer pour les obtenir et ne pas systématiquement sélectionner n'importe qui/quoi.

*Philippe Donneaux* pose la question : quelles sont les lignes à reprendre ? Certaines choses ne seront pas tenables concernant la perspective émise par MD. Il y aura d'une part toujours certaines personnes pour venir court circuiter la bonne marche d'un projet, d'autres part les commanditaires n'accepteront jamais d'apporter un budget 3 fois supérieur sous prétexte qu'il y aurait 3 créatifs en compétition (ou alors ils braderont dans ce cas le coût de la création, ce qui serait intenable). PhD est aussi d'avis que l'UPMC ne peut pas exiger ni imposer, il ne s'agit que de recommandations. Il faudrait également deux discours différents, l'un vers le gouvernement, l'autre vers les créatifs.

*Philippe Gillain* prend la parole pour recentrer le débat sur l'ordre du jour, celui-ci concerne la prise de position de l'UPMC sur la problématique des projets gratuits. L'objectif de cette réunion est de créer un texte qui explique pourquoi l'UPMC est contre les projets gratuits et ce qu'elle recommande à ses membres lorsqu'ils y sont confrontés.

Pour LG, l'aboutissement de ce comité passe par une campagne de communication financée par l'UPMC et/ou subsidiée par les pouvoirs publics. Cette campagne devrait passer par tous les médias disponibles (radio, cinéma, réseaux sociaux etc.). Il faudrait un représentant, une image assez forte pour marquer les esprits et faire passer le message. En « recevant » ce message, les personnes concernées par la problématique devraient se sentir visées et en être « mal à l'aise ». Avec 173 membres, l'UPMC dispose d'assez de talents pour pouvoir mettre en place une campagne rapidement.

*PhG* propose de lire la conclusion de l'Alliance Française des Designers, transmise par PhD, qui a par le passé déjà débattu ce sujet. Il est intéressant de prendre en compte leur recommandation puisque tout ce qui a été dit à l'UPMC depuis 4 ans se retrouve dans cette brochure. Recommandation de l'AFD à ses membres<sup>1</sup>.

*PhG* livre ensuite au GT l'avant-projet d'une recommandation de l'UPMC qu'il a rédigé. **Texte ci-dessous.**

---

<sup>1</sup> La recommandation gratuite dégrade la valeur du service du design et porte atteinte au professionnalisme des designers. Pour les principaux organismes professionnels de design dans le monde, l'AFD s'oppose résolument aux connotations gratuites. L'AFD incite ses membres à rejeter en force les compétitions qui demandent de concevoir et créer sans contrepartie financière équitable ou qui laisse espérer une hypothétique future rémunération. L'AFD recommande à ses membres de rejeter toute demande de fournir tout ou partie de leur service 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.

-Pour *MD*, ce message s'adresse prioritairement aux gens qui font des appels d'offres et pas suffisamment aux créatifs. Il faudrait tout d'abord décrire la problématique des projets gratuits pour ensuite continuer sur la recommandation.

-*LG* : cette lettre est une base, c'est plus une constatation qu'une recommandation. Si on parle de dysfonctionnement il faudrait parler du bon fonctionnement aussi.

-Rappel de *PhG* : ce texte est un avant-projet d'introduction/base sur laquelle le groupe peut se baser.

*SD* rappelle qu'à l'origine, les appels d'offres sont nés pour les entreprises publiques afin d'éviter les amalgames et obliger à diversifier l'offre. Puisque les politiques les ont créés, il faut les intégrer dans ce projet. Ce sont certaines clauses dans ces appels d'offres qui posent problème. S'il pouvait y avoir un extrait de loi qui spécifiait clairement que dans un appel d'offre original on n'ait pas à imposer ce genre de contrainte, cela résoudrait le problème.

*LG* s'interroge, est-ce qu'il ne serait pas bon que chacun autour de la table mette 5 points qu'il aimerait voir apparaître dans cette recommandation, afin de pouvoir regrouper, recroiser le tout et voir si certaines choses en ressortent ?

*PhG* : que faisons-nous ? Un texte bien justifié, qui dit clairement que l'UPMC est contre les projets gratuits. Si la recommandation le mentionne et informe tous les membres (car il faut bien commencer par là), ceux qui après cela n'en tiendront pas compte, pourront sortir de l'UPMC s'ils le désirent (ce n'est pourtant pas un critère d'exclusion). Il faut finaliser un texte pour qu'il y ait un début d'action. Le texte écrit par *PhG* servira de base, il manque un paragraphe concernant la motivation de la recommandation, *MD* le rédigera pour la prochaine réunion.

*FB* : il faut une lettre de refus officiel qui serait avant tout pédagogique. De plus, avant de lancer une campagne il faut une documentation plus étoffée. Chaque membre du GT pourrait produire un résumé comprenant ses propres critères et à la prochaine réunion le groupe pourrait en ressortir quelque chose de concret.

### **3° Action & conclusion**

Chaque membre aura pour mission d'envoyer par mail sa propre correction de la lettre rédigée par *PhG*. Il est demandé que chacun ajoute ses amendements et critères par rapport à ce qu'il souhaiterait voir apparaître dans la lettre de recommandation finale.

Michel Defour se chargera d'écrire le second paragraphe manquant, sur base de ce qu'il avait écrit autrefois concernant les projets gratuits.

*PhG* réunira les différentes propositions en y incluant le paragraphe de *MD* et en rédigera la recommandation finale. Elle sera soumise aux autres membres pour acceptation finale.

La prochaine réunion est fixée au **jeudi 23 Mai 2016 à 12h15** à la Maison de la Presse<sup>2</sup>.

**Texte à relire et amender.**

**Projet de texte d'information en matière d'appels d'offres**

Le conseil d'administration de l'UPMC, constatant que des acteurs économiques, tant privés que publics, lancent fréquemment des appels d'offres dont un des critères est la remise de

---

<sup>2</sup> François Bodarwé n'étant plus disponible, il produira ses propres recommandations par mail.

projets gratuits, a réuni, le 14 avril les membres de l'UPMC, tant commanditaires que soumissionnaires concernés par cette problématique.

### § à ajouter par MD.

Sachant que cette mauvaise habitude va à l'encontre du droit à la rémunération juste d'un travail créatif et de la protection des droits d'auteurs, que la législation condamne les abus pour position dominante et qu'enfin les projets gratuits constituent un élément de concurrence déloyale, le groupe de travail « Ethique » du 14 avril a décidé d'informer les auteurs d'appels d'offres et les soumissionnaires, dont les créatifs, sur les bonnes pratiques à suivre.

A l'unanimité des membres présents, le Groupe de Travail Ethique de l'UPMC informe ses membres qu'il recommande aux commanditaires de ne pas imposer les projets gratuits comme critère d'attribution d'un marché et aux soumissionnaires de ne pas répondre à ce genre d'appel en justifiant leur refus par référence à la Charte éthique de l'Union Professionnelle des Métiers de la Communication.

La Charte ainsi que les recommandations sur les bonnes pratiques en matière d'appels d'offres seront transmises à tous les membres de l'UPMC mais aussi et surtout diffusées vers les principaux opérateurs économiques de la région liégeoise.

PhG 26/4/2016

## TEXTE D'INFORMATION EN MATIERE DE PROJETS GRATUITS

Constatant que la participation à des appels d'offres en matière de création visuelle est de plus en plus souvent liée à l'obligation d'accompagner les devis de projets gratuits, le conseil d'administration de l'UPM© a réuni le 14 avril ses membres, tant commanditaires que soumissionnaires, concernés par cette problématique.

- Partant du principe que tout travail mérite salaire ;
- reconnaissant qu'en matière de création visuelle la réalisation du projet constitue la partie la plus importante du travail car elle contient non seulement la plus value créative du prestataire, mais aussi l'essentiel de ses compétences analytiques ;
- estimant que ces pratiques dévalorisent la notion de créativité qui est l'essence même et la matière première de certaines professions ;
- Considérant que ces pratiques favorisent des sociétés de plus grande importance pouvant exploiter en aval de prestataires plus faibles (stagiaires, étudiants ...) ;
- tenant compte enfin des aspects strictement juridiques qui reconnaissent le droit à la juste rémunération, la protection des droits d'auteurs et qui peuvent assimiler ces pratiques à de l'abus de position dominante et de la concurrence déloyale ;

le groupe de travail « Ethique » du 14 avril a décidé d'informer les auteurs d'appels d'offres et les soumissionnaires, dont les créatifs, sur les bonnes pratiques à suivre.

A l'unanimité des membres présents, le Groupe de Travail Ethique de l'UPM© informe ses membres qu'il recommande aux commanditaires de ne pas imposer les projets gratuits comme critère d'attribution d'un marché et aux soumissionnaires de ne pas répondre à ce genre d'appel en justifiant leur refus par référence à la Charte éthique de l'Union Professionnelle des Métiers de la Communication.

La Charte ainsi que les recommandations sur les bonnes pratiques en matière d'appels d'offres seront transmises à tous les membres de l'UPM© mais aussi et surtout diffusées vers les principaux opérateurs économiques de la région liégeoise.

MD 19/05/16