

Infographistes : la mise en scène de l'information

Un marché ouvert aux indépendants

Les infographistes traduisent l'information en images, créent des visuels qui illustrent ou complètent les articles des journalistes, imaginent des mises en scène harmonieuses pour les documents réalisés par les communicants. En concertation avec ces publics, ils vont réaliser chaque jour sur ordinateur, des plans, des images, des tableaux qui viendront faciliter la lecture de l'information. Ce métier aux multiples facettes était prolixe en agences dans les années 1990.

À PRÉSENT, CE SONT LES INDÉPENDANTS QUI ONT TOUTES LES CHANCES DE TIRER LEUR ÉPINGLE DU JEU.

Si le secteur de l'infographie a connu une croissance importante dans les années 90, le marché ralentit depuis 2001. On assiste notamment à une concentration de la chaîne graphique. Aujourd'hui, de nombreuses agences multimédia privilégient la souplesse et travaillent avec moins de salariés et de plus en plus d'indépendants.

Les relations permettent d'établir une base de clientèle

Pour ces personnes qui travaillent souvent seules ou en partenariat, les débouchés se multiplient du côté d'Internet. Que ce soit en France ou à l'étranger. L'infographie s'inscrit dans une réelle dynamique de croissance grâce notamment au développement des ima-

ges de synthèse et à la multiplication des jeux vidéo hyperréalistes. La conception de chartes graphiques pour les sites est également en plein essor. Pour les infographistes, ce sont les relations souvent nouées lors d'un passage en agence qui permettent d'établir une base de clientèle. Ainsi, il n'est pas rare pour eux d'avoir d'abord des commandes issues de clients faisant partie du même corps de métier : publicité, agences de presse, entrepreneurs du web.

La création graphique : un art plus qu'une technique

Tous les secteurs de la création graphique et de l'image sont concernés par l'infographie : la publicité, le design, l'édition, la recherche. Le métier s'est ouvert progressivement à différentes activités de l'édition, illustrateur, maquettiste, opérateur PAO. Parfois même aux employés qui maîtrisent les logiciels. Or, le talent d'un infographiste ne se limite pas

à la maîtrise de l'informatique. Ses premières qualités professionnelles sont celles d'un véritable artiste : un coup de crayon et un sens créatif sont donc nécessaires.

Pour réussir, un infographiste doit être avant tout un bon dessinateur et maîtriser les techniques modernes de la chaîne graphique. L'exercice du graphisme en indépendant fait appel à des qualités de gestionnaire. Passage obligé pour se tailler une place sur le créneau. En poussant vers une spécialisation, c'est encore mieux. /

L'architecte de l'image

L'infographie, domaine de la création d'images de synthèse sur ordinateur, est un métier aux nombreuses facettes. Metteur en scène de l'information, l'infographiste doit imaginer et réaliser la meilleure représentation visuelle d'une idée, parfois même la trouver. Sa baguette magique ? L'informatique, grâce à laquelle il exprime son sens artistique et sa créativité.



Son objectif ? Composer un message clair, lisible, agréable, donc efficace. L'ordinateur lui permet d'assembler des textes et des images, de retoucher des photos. Selon le support (papier, multimédia, audiovisuel), le travail diffère. La technique de base consiste à traiter les images en deux dimensions. Elle permet de réaliser directement sur écran des dessins en couleurs, grâce à la palette graphique et au stylo électronique. Autre champ d'intervention : la 3D intègre la notion d'espace et de mouvement. C'est l'image de synthèse, c'est l'animation. Effets spéciaux, jeux, dessins animés, le monde des 3D ne cesse de s'étendre.

Librairie Guide du graphiste indépendant

Indispensable à tous les graphistes, cet ouvrage répond, en 128 pages d'informations essentielles, aux nombreuses questions que pose le statut d'indépendant. Il comprend également des interviews de professionnels, des conseils pour organiser sa comptabilité et une description des droits d'auteur relatifs au métier de graphiste. Pyramid, 14,15 €.

[SITE] www.artazart.com

Ils ont choisi de pratiquer le métier en solo...

➤ **Témoignage / Kolegram graphisme, Tania Aubry**

Du dessin à la mise en page

«Lorsque j'ai débuté, mon métier était basé sur l'artistique», raconte Tania Aubry, dessinatrice en publicité de formation. Sept ans de travail en agence de publicité lui ont donné l'occasion d'aborder tous les domaines de la création, du magazine d'art au catalogue produit.

Après les Beaux-Arts à Paris, Tania Aubry s'exerce sur des décors en volume destinés à des salons professionnels. De retour à Strasbourg, elle travaille sur des mises en page destinées à des impressions offset. L'évolution des techniques l'incite à se former à la 3 D.

Les effets du bouche à oreille

En mai 2000, elle crée sa propre société, et décroche son premier contrat via une agence de communication – le relationnel a du bon. Depuis, le bouche à oreille a continué à faire ses preuves. Ses clients sont autant de petites structures associatives que de grands groupes. Et ses travaux vont de la création de logos et chartes graphiques à la réalisation de panneaux signalétiques, de plaquettes ou d'étiquettes comprenant illustrations et visuels. En fait, elle s'adapte à tout type de demande. Ce qu'elle apprécie, c'est d'aller jusqu'au bout, en faisant le lien avec l'imprimeur. «C'est important pour moi de tou-



jours vérifier la qualité de mon travail, c'est un peu mon bébé», sourit la jeune femme.

La qualité essentielle de la recommandation

Pour Tania, travailler à son compte est plus difficile que d'être employée en agence : «c'est plus compliqué à gérer, mais on se sent autonome et le travail devient, du coup, plus attrayant. C'est parfois difficile lorsque les clients ne savent pas vraiment ce qu'ils veulent ou n'arrivent pas à l'exprimer, changent d'avis...» D'où ce qu'elle considère comme une condition sine qua non de réussite d'un projet : «la qualité de la recommandation du client. Parallèlement, il faut savoir écouter le client et comprendre ce qu'il veut. Lorsqu'on a répondu à son attente, c'est super». Sa recette : bien intégrer la demande, et faire deux propositions, la première adaptée au souhait du client, la seconde à son ressenti. Parfois cela débouche sur un compromis. À 35 ans, Tania Aubry est satisfaite de son choix d'indépendance. Et le fait que de plus en



/ TANIA AUBRY : «DE PLUS EN PLUS D'AGENCES PRIVILÉGIENT LA SOUPLASSE» /

plus d'agences privilégient la souplesse en travaillant avec le minimum de collaborateurs en interne et le maximum d'indépendants, lui laisse augurer de belles années ! /

[CONTACT] 03 88 48 12 60

À noter

- Il ne faut pas confondre infographiste et designer graphique, qui, lui, conçoit et crée sans aucune restriction et peut être amené à utiliser l'infographie comme technique de réalisation.

➤ **Témoignage / Christophe Nutoni**

L'image et le son

Inscrit à la Maison des artistes, il a démarré son activité sans aucun client. Graphiste publicitaire formé à l'école MJM à Strasbourg, Christophe Nutoni avait complété sa formation aux Arts déco. Durant son expérience en radio locale, il a toujours associé le son à des couleurs.

« **A** l'époque, l'ordinateur n'était pas forcément présent », raconte Christophe Nutoni. L'outil lui permet aujourd'hui de croiser l'écrit, les couleurs, les sons. L'interactivité, l'ergonomie, il les a apprises sur le tas.



de connaissances». Certains graphistes sont excellents mais n'ont pas la chance de rencontrer les bons interlocuteurs. Selon lui, le marché de l'infographie commence à être bouché, les agences sont trop nombreuses à être sur les mêmes compéti-

«L'infographie est un métier où l'on se remet sans cesse en question. Il faut trouver de nouvelles formes, de nouvelles idées. L'important est de bien comprendre les motivations, les désirs du client, épouser sa culture du graphisme. Parfois aussi le prendre par la main pour l'emmener vers d'autres choses. L'intérêt est d'apporter un plus, mais on est dans le subjectif. Dans une école d'art, on apprend le dessin, l'usage de la typo et de la couleur, mais il nous faut aussi savoir expliquer et vendre. L'artiste doit raisonner comme une petite entreprise».

Rencontrer les bons interlocuteurs

Christophe Nutoni a d'abord travaillé en agence avant de se mettre à son compte. Il avoue avoir connu la galère au début. À force de répondre à des appels d'offres européens, de communiquer via son site Internet, et de bouche à oreille, il s'est doté d'un bon carnet d'adresses. «Tout se fait par réseau

tions. Les prix affichés par les pays de l'Est sont inquiétants. Pour sa part, il voit son avenir à l'international – d'ailleurs il est en train de perfectionner son anglais. Grâce à la visioconférence, il compte bien ouvrir ses horizons.

Avide de rencontres, Christophe Nutoni mise sur le «feeling», qui fait que cela passe bien. Il fonctionne à l'instinct, à l'instant présent. Ses idées, il les écrit, les prend, les colle, crayonne... avant de passer à la réalisation. Christophe Nutoni a été parmi les premiers à démarrer dans le web, à l'époque où les contraintes de mise en page, de navigation étaient énormes, aujourd'hui le web s'est standardisé. Parmi ses réalisations, la nouvelle charte graphique de l'AFI (agence française informatique), un site pour un client à Rabat, Eurimage. Il a également réalisé l'habillage sonore de Red, la radio bilingue franco-allemande. Une autre aventure... / **[CONTACT] 03 88 37 15 99**



/ CHRISTOPHE NUTONI : «IL FAUT TROUVER DE NOUVELLES FORMES, DE NOUVELLES IDÉES» /

LE POINT ÉCO
www.strasbourg.cci.fr MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

**Annonces
cet espace vous
est réservé !**

performance
MEDIA

Contactez Patrick Duspeaux
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
contact@performance-media.fr

👉 *Témoignage / Pascal Girbig, graphiste*

Fier de son métier

Selon Pascal Girbig, graphiste indépendant, l'outil informatique a créé un nouveau métier. «*Le graphiste est un créatif, l'infographiste un technicien*». Sa culture artistique lui a donné l'occasion de pratiquer l'art sous toutes ses coutures. De l'identité visuelle à l'affiche culturelle.

Codes d'activité 222 J et divers...

Le marché est atomisé, les statistiques ne révèlent que la réalité d'un ensemble d'entreprises, regroupées sous la dénomination «autres activités d'édition», parmi lesquelles on trouve les infographistes. 5 000 entreprises sont recensées par l'Insee en 2002. Mais les entreprises sont enregistrées sous d'autres codes avec les agences conseil en publicité ou la production de films. Généralement, l'infographiste exerce son activité seul, en indépendant, parfois avec des collègues en studio de création.

L'infographiste indépendant relève le plus souvent du statut d'auteur géré par la Maison des artistes (artistes auteurs, concepteurs graphistes : 7 500 en décembre 2004 en France).

Formation quelques adresses de sites

www.letudiant.fr

www.cidj.asso.fr

www.afpa.fr

www.reseaugraphique.greta.fr

www.studyrama.com

Documentation

Enquête APCE :
graphistes indépendants, 2004

[CONTACT CCI]

Espace Info Eco,
03 88 75 25 50

Pour avoir travaillé en agence, à son compte et en imprimerie, Pascal Girbig maîtrise les multiples approches de la profession. «*Certains imprimeurs intègrent en amont des postes de travail du domaine de la prépresse. Ils sont à la pointe de la technologie et maîtrisent parfaitement l'outil*

cas, l'essence du métier est faussée. S'en est fini de la réflexion sur l'identité visuelle». Et de regretter que la culture de la communication ne soit pas bien ancrée dans les entreprises, notamment les PME. «*Rares sont celles qui provisionnent un poste d'identité visuelle. Alors que le logo permet à*



/ LOGO RÉALISÉ EN 1992 ET QUI MALGRÉ UN CHANGEMENT DE NOM DE L'ENTREPRISE A ÉTÉ PÉRENNISÉ. /

connaître le client et ses produits, avant la conception, la proposition et la réalisation. Je continue de pratiquer le crayonnage en amont de la réalisation d'un projet», reconnaît Pascal Girbig.

Ne pas être prisonnier de l'outil

Réticent au départ, l'ancien utilisateur du collage, des feutres et crayons s'est adapté à l'informatique «*tout en essayant de ne pas être prisonnier de l'outil*». S'il est, aujourd'hui, ravi d'être à nouveau à son compte, il reste sur un vieux rêve : créer un pôle de créatifs avec les outils nécessaires.

«*Indépendants, ils pourraient regrouper leurs compétences*». L'avantage pour les agences de communication : bénéficier de styles différents. À une époque où la concurrence est rude, liée à des appels d'offres européens, Pascal Girbig imagine que les graphistes se mettront de plus en plus à leur compte. Lui-même apprécie le confort, la souplesse de son indépendance, qui lui laisse tout loisir pour se consacrer à sa passion : la programmation et l'organisation globale du festival d'humour, Drôles de zèbres. /



/ PASCAL GIRBIG : «JE CONTINUE À PRATIQUER LE CRAYONNAGE EN AMONT D'UN PROJET» /

informatique : ce sont des techniciens de la publication». Et d'ajouter : «*l'évolution des logiciels informatiques a également mis la PAO (publication assistée par ordinateur) à la portée de tous. En découvrant les potentialités des outils du marché, de nombreux chefs d'entreprise ont demandé à leurs assistantes de réaliser elles-mêmes les documents de communication. Dans ce*

l'entreprise de se positionner. Réalisé par un graphiste professionnel, c'est un gage de qualité ».

Pour Pascal Girbig, on est passé de la création à la performance économique, en occultant le travail de fond. «*Dans un projet, une phase primordiale est l'analyse du problème, il s'agit de poser les bonnes questions. C'est un travail d'investigation pour bien*

[CONTACT] 06 79 70 66 10