

CHAPITRE 4 – ESTIMER SES COÛTS PAR PRODUCTION

Feuilles de travail et feuilles de temps

Le fait de porter une attention particulière à vos dépenses de temps et d'énergie lorsque vous travaillez vous permet d'être en mesure de savoir combien vous gagnez (ou perdez) relativement à chaque production. Idéalement, le coût final et les ressources dont vous avez besoin devraient plus ou moins correspondre à votre devis initial. Cependant, chaque production est unique et peut engager des dépenses imprévues en plus de faire appel à vos compétences.

En consignating tous les coûts et ressources de chaque tâche, vous vous assurez que :

- tous les coûts facturables sont transmis au client pour fins de paiement.
- vous êtes en mesure de déterminer vos coûts futurs. Cela vous permet d'améliorer vos habiletés d'estimation et de réclamer un taux qui correspond convenablement à la valeur de votre ouvrage.

Sans connaître vos coûts, vous risquez de :

- charger un tarif excessif et établir un prix au-dessus du prix du marché, ou;
- charger insuffisamment et avoir à absorber des coûts inutilement.

Les dépenses facturables comprennent les films, le développement, le matériel et les fournitures, la location des studios, la recherche, les frais de déplacement et le cachet (voir plus bas).

FEUILLE DE TRAVAIL POUR SUIVRE LES DÉPENSES FACTURABLES

Voici une liste des renseignements et catégories de dépenses nécessaires afin de permettre au photographe d'établir clairement les coûts encourus, propres à chaque projet et de faire suivre ces frais au client :

- Date
- Nom du client
- Nom du projet
- Frais de coordination du projet
- Frais de pré-production
- Frais de recherche de location
- Frais en extérieur, permis et emplacement
- Frais de location de studio
- Frais de recherche de modèles
- Frais de modèles
- Frais de vêtements
- Frais d'accessoires
- Frais de stylistes, maquilleurs, coiffeurs, décorateurs, menuisiers, etc.
- Honoraires du photographe
- Honoraires de l'assistant au photographe
- Frais de films : développement / numérisation / retouches
- Location d'équipement spécialisé : lumières, lentilles, génératrice, etc.
- Frais de production/ frais de location (repas sur le site, services de messagerie)
- Frais de déplacement : voiture, avion, camion, taxi
- Hôtels et repas, pourboires, taxes d'aéroport, etc.
- Assurance spéciale
- Frais d'annulation pour cause de météo

Devis

Ce sont les devis concis qui distinguent les professionnels des amateurs. Estimer avec précision est une habileté ou une science qui doit être correctement intégrée dans toute bonne entreprise de photographie/illustration. Si votre estimation est trop élevée, vous risquez de perdre le contrat. Si votre estimation est trop basse, vous risquez de perdre de l'argent. Afin de soumettre des estimations précises, assurez-vous de respecter ces trois éléments :

1. SACHEZ CE QUE VOUS VOULEZ FAIRE

Ceci devrait faire partie intégrante de votre stratégie générale d'activité professionnelle. Un photographe/illustrateur qui veut réussir s'efforce d'acquérir une réputation dans un domaine particulier. En concentrant ses efforts dans une niche particulière, il peut rapidement identifier les productions professionnelles qu'il veut accepter et ainsi rejeter celles qui ne l'intéressent pas.

Le fait de concentrer ses énergies dans un domaine précis vous avantagera de deux façons lorsque viendra le temps de faire des estimations :

- En éliminant les projets qui ne cadrent pas dans votre champs d'activités, vous ne perdrez pas votre temps à préparer des soumissions pour toute sorte de projets variés. Mieux vaut léguer les demandes qui vous ne vous intéressent pas à vos collègues qui se spécialisent dans ces domaines.
- En vous permettant de développer votre expertise dans le domaine de l'estimation, les estimations deviendront de plus en plus faciles à réaliser. Vous aurez appris à bien jauger les coûts de production ce qui vous permettra donc de préparer des estimations claires et précises. L'utilisation d'un des différents modèles d'estimation qui sont souvent intégrés aux logiciels informatiques peut également vous simplifier la tâche. Vous pourrez acquérir de l'expérience afin d'éviter les pièges potentiels et ainsi simplifier chaque étape.

Sans objectifs artistiques et financiers, il vous sera difficile de développer une expertise dans votre domaine professionnel ou dans le domaine d'opération de votre entreprise. L'expression « touche-à-tout » illustre bien les difficultés qui peuvent se présenter ici. (Voir chapitre 1 pour des conseils portant sur les façons de développer votre propre direction stratégique.)

2. CONNAÎTRE VOS COÛTS RÉELS

Cette information est tirée de vos dossiers financiers. Faire une évaluation précise exige de connaître précisément vos coûts. C'est pour cette raison qu'il est important de garder vos livres comptables à jour et de conserver vos feuilles de temps quotidiennes. Notez que chaque estimation devrait comprendre :

- les dépenses propres à un projet (votre temps, matériel, déplacement, etc.) appelés coût de production ainsi que
- le coût global d'opération de l'entreprise (salaires, loyer, assurance, etc.) appelé coût fixe

Plus vous savez combien vous dépensez à opérer votre entreprise, mieux vous pourrez préparer une estimation précise pour une production. Les feuilles de travail et de temps vous indiqueront également comment vous utilisez votre temps et pourront vous aider à voir de quelle façon vous pourrez améliorer votre efficacité face à certaines tâches.

Dans le marché d'aujourd'hui, la capacité de préparer des estimations rapidement peut être aussi importante, sinon plus, que l'exactitude de votre estimation. De plus, si vous prenez trop de temps pour soumettre une estimation, aussi précise soit-elle, il sera trop tard. N'oubliez pas que le temps que vous prenez pour préparer l'estimation n'est pas un coût qui pourra être facturer au client. En ayant tout l'information nécessaire au bout des doigts vous pourrez faire des estimations justes, et conséquemment, vous aurez plus de temps à consacrer à votre œuvre créative. Au fur et à mesure que vous prendrez de l'expérience en estimation, vous pourrez modifier et affiner les coûts les plus importants à considérer.

3. CONNAÎTRE LE CLIENT ET LE PROJET

Il y a des projets qui sont agréables et d'autres qui le sont moins. C'est souvent le client qui fait la différence. Un client difficile peut faire en sorte qu'un projet profitable fasse perdre de l'argent. Comment? En exigeant maintes révisions ou reprises et en exigeant que le travail « soit fait hier » ou en prenant des mois pour acquitter la somme due.

Il est crucial de connaître tous les détails d'un projet avant de donner une estimation. Rare sont les clients qui auront toute l'information dont vous avez besoin avant le début du projet. Il incombe souvent au photographe/illustrateur de poser les bonnes questions afin de comprendre les demandes des clients. Par conséquent, les estimations risquent d'être soit trop élevées et vous ne gagnerez pas le projet, soit trop basses et vous gagnerez peut-être le projet mais vous perdrez de l'argent.

Lorsque vous éprouvez de l'incertitude face à un aspect du projet, servez-vous de votre jugement et ajoutez à votre estimation tous les frais additionnels que vous prévoyez. Mettez par écrit les détails tels que le nombre de révisions et le temps de studio estimé. Ceci vous évitera d'avoir à accomplir des tâches dont le client n'avait jamais discuté et dont il n'a pas été question dans le devis.

CE QU'IL FAUT DEMANDER AVANT DE PRÉPARER UN DEVIS

Un client potentiel s'attend à ce que le photographe/illustrateur professionnel lui propose un prix à l'improviste pour quelques images. Ne le faites pas. Vous devez avoir de l'information fondamentale avant de pouvoir commencer les négociations. Si un client insiste pour obtenir un montant à l'instant, offrez toujours de lui faire parvenir une estimation écrite ou verbale après avoir obtenu plus de renseignements. Laissez-lui savoir que cette information vous est nécessaire pour préparer un prix équitable pour les deux parties. Il est important que vous vous donniez du temps pour penser au projet afin de vous permettre de tenir compte des complications potentielles et d'effectuer une économie d'échelle.

Les questions suivantes couvrent cinq aspects importants pour toute production nouvelle. Servez-vous de ces aspects comme lignes directrices étant donné que vous n'obtiendrez probablement pas de réponse toute faite à vos questions. Rappelez-vous de garder des notes explicites sur les réponses du client. La note écrite est souvent plus fiable que la mémoire et assure un registre important si vous avez à négocier un contrat difficile avec un client.

- **Le travail**
- Quel est l'objectif du client/résultat voulu?

- Quelle personne / endroit / chose va être illustrée?
- Quelle est la mise en scène - studio, hors studio?
- Quelles sont les besoins en personnes-ressources : stylistes, maquilleurs, coiffeurs, décorateurs, etc.
- Comment l'image va-t-elle être exploitée?
- Nombre et type de média : imprimé, diffusion, forme électronique
- Ampleur du tirage
- Durée
- Territoire / circulation / marché

- **L'image / la photographie / l'œuvre**
- Quelle documentation/documents de recherche existent?
- Quelles images ont déjà été utilisées?
- Résultats de cet ouvrage?
- Quels paramètres/lignes directrices/restrictions existent?
- Confirmez l'utilisation d'une combinaison de couleurs d'entreprise et les dimensions des images.
- Quel médium est requis pour la livraison?
- Quel format est demandé - imprimé, œuvre originale, fichier électronique?

- **Autres intervenants/Compétition**
- Quels autres professionnels ont été contactés pour le projet?
- Qui fera la sélection et sur quels critères?
- Qui assure les services auxiliaires - autres œuvres, mise en page, film, imprimerie?

- **Comment le travail est-il organisé?**
- Comment le projet est-il organisé et à qui appartient la responsabilité globale?
- Échéanciers et événements marquants pour le projet, pour les images?
- Quel est le budget - pour le projet, pour les images?
- Quels sont les étapes de la production?
- Qui est en tête du projet/contact individuel?
- Qui a l'autorité /pouvoir d'approbation et à quelles étapes?

- **Le client**
- Quelle est l'entreprise? Quel type de marché, quelle portion de ce marché l'entreprise détient-elle?
- Quel genre de produits/services le client offre-t-il?
- Quel genre de clients l'entreprise dessert-elle?
- Quel est la situation financière courante?
- Quel est le budget de publicité/de marketing/de promotion?

Note : Vous aurez également besoin d'une adresse postale et d'information pour la facturation, les modalités de paiement et le nom des contacts.

Si vous savez que votre client est particulièrement exigeant mais que vous voulez quand même accepter le contrat, songez à incorporer un « facteur de frustration » dans votre estimation. C'est une charge que vous ajoutez à votre estimation sachant que le client va sans doute exiger quelque chose d'inattendu. Le but est de couvrir ces frais supplémentaires non spécifiés. Le simple fait de savoir que vous avez ajouté ce montant supplémentaire peut aider à réduire vos frustrations lorsque le client vous affronte en cours de projet avec une petite surprise.

Tarifification

Les photographes et illustrateurs se doivent d'être payés en tant que professionnels. Vous devez charger bien plus que vos dépenses quotidiennes ou ce dont vous avez besoin pour survivre. Dans leurs tarifs, les professionnels incluent les frais de formation, de remplacement d'équipement, d'assurance et autres dépenses telles que des dépenses administratives, pour le personnel de soutien et frais indirects. Ceci permet aux professionnels de continuer à créer des images de qualité.

Malheureusement, il existe des clients qui croient que la photographie et l'illustration sont des domaines de base où l'offre surpasse la demande. Dans de telles situations, vous devez être en mesure de négocier un prix juste pour les services professionnels que vous offrez.

Vous pouvez obtenir cette confiance en vos compétences en discutant de votre expertise et de vos connaissances avec vos clients. Tenter de faire concurrence en se basant uniquement sur le prix n'est pas professionnel. Rappelez-vous qu'il y a des amateurs qui sont prêts à faire le même travail pour un prix moindre. En établissant votre tarif à un niveau que vous trouvez juste et justifiable, vous courez moins la chance de sous-évaluer votre travail.

Une méthode efficace d'établir les prix est de baser votre tarif total sur les éléments suivants :

- **Frais fixe et frais de production**
Couvre les matériaux et autres ressources y compris vos coûts indirects;
- **Services créatifs**
Comprend vos services professionnels en plus de l'expertise que vous apportez à un projet; et
- **Frais d'utilisation**
Basés sur la façon dont le client exploitera votre ouvrage.

Vos frais fixes et frais de production sont clairs et comprennent aussi les frais applicables à un projet précis. Voir le chapitre 1 pour des détails sur comment calculer et suivre ces coûts.

Vos services créatifs comprennent deux éléments :

- vos services professionnels et, lorsque requis, le service des autres (tel que talent, adjoints, etc.).
- l'expertise supplémentaire que vous apportez. Par exemple, un client peut se fier à votre jugement pour analyser et planifier le projet en entier avant de commencer la photographie/illustration, ou de s'assurer que le projet soit en avance sur les prévisions. Vous pouvez légitimement ajouter à la facture les frais de préproduction et frais de gestion de projet.

Les frais d'utilisation sont négociables. Quelques clients croient que pouvoir utiliser une photographie à répétition est plus rentable qu'une photographie qu'ils n'exploiteront qu'à une seule reprise. D'autres croient qu'une photographie créée pour leur exploitation exclusive vaut plus qu'une photographie générique qui peut être utilisée par n'importe qui.

LOGICIELS DE TARIFICATION

Il existe maintenant des logiciels qui peuvent vous aider à préparer des estimations rapidement. Un des logiciels les plus populaires, *fotoquote*, a été conçu par *Cradoc Bradshaw*, un photographe professionnel américain.

Le logiciel **fotoquote** est conçu pour calculer le coût suggéré lors de la vente d'archives photographiques pour des marchés spécifiques et pour une variété d'utilisations telles que des dépliants publicitaires ou les licences d'images sur des sites web et autres formats électroniques. Les détails apparaissent à l'écran et peuvent être imprimés en tant qu'estimation personnalisée sur du papier à entête ou papier de télécopieur. Le logiciel, disponible sur CD-Rom pour Windows ou Macintosh, est régulièrement mis à jour à partir de prix américains courants pour plus de 140 catégories.

Le logiciel **fotoquote** comprend également une variété de scénarios dans le but d'aider les utilisateurs à négocier de meilleures modalités avec leurs clients ou clients potentiels. Selon Bradshaw : « Il y a un consensus parmi les professionnels qui œuvrent dans le marché d'aujourd'hui : un photographe qui utilise des techniques de négociation faibles perd de l'argent ».

Pour plus d'informations au sujet de *Fotoquote*, visitez le site web suivant <http://www.cradoc.com>

METTEZ SUR PAPIER

Enfin, en ce qui concerne les estimations et la tarification, en cas de doute, mettez vos données sur papier. Sans un registre écrit de vos coûts et estimations, vous n'avez pas de preuve tangible qui justifie le travail déjà accompli et combien le client devrait vous payer.

Lorsqu'un ouvrage est en cours, il se pourrait qu'un client vous demande une autre illustration ou une toile de fond différente pour une photographie en croyant que cette demande ne requiert que très peu d'efforts de votre part. Si le contrat original était pour quatre images, une image supplémentaire pourrait augmenter le prix de 25 % !

Fournir des estimations écrites et des factures détaillées vous permet de connaître les frais supplémentaires de façon concrète et professionnelle qui, du point de vue négociation, peuvent vous avantager lorsque vous et vos clients discutez de tarifs et de frais.

Gestion des comptes

L'information financière que vous auriez intérêt à considérer quotidiennement :

INFORMATION SUR LE REVENU

- Date du dépôt
- Nom du client
- Numéro de l'assignation / nom/ numéro de facture
- Montants payés dans les catégories suivantes
- Honoraires professionnels
- Dépenses

- Taxe provinciale (si applicable)
- Taxe sur les produits et services/taxe de vente harmonisée
- Montant total payé incluant les paiements par anticipation
- Montant total dû
- Somme due

INFORMATION SUR LES DÉPENSES

- Date de paiement
- Chèque / numéro de transaction
- Coût total
- Montant payé – comptant / chèque / autre
- Paiement par anticipation pour dépenses encourues
- Catégories de dépenses (devraient comprendre les sous-catégories pour toutes les taxes applicables).

Avant de préparer les dossiers essentiels pour vos registres commerciaux, consultez un professionnel dans le domaine des finances. Généralement, afin d'assurer une gestion efficace de leur entreprise, les photographes et les illustrateurs ont le plus souvent recours aux catégories suivantes :

- **Factures à payer**
Factures à payer relativement aux dépenses d'entreprise telles que fournitures artistiques, frais de bureau, équipement, loyer.
- **Factures payés**
Consignation de toutes les factures payées relativement aux dépenses. Devrait inclure les détails se rattachant aux modalités de paiement - comptant, chèque, carte de crédit.
- **Comptes à recevoir**
Sommes que vous doivent vos clients pour l'ouvrage facturé.
- **Comptes payés**
Argent reçu des clients. Devrait comprendre un relevé de paiement (tel que copie du chèque ou reçu de dépôt) ainsi qu'une copie de votre facture.
- **Inventaire de fournitures / équipement**
Liste de tout matériel et actifs utilisés dans votre entreprise. Grâce à une mise à jour régulière, vous arriverez à mieux gérer vos besoins administratifs, vos activités d'acquisition et vos déductions d'amortissement.
- **Fournisseurs et clients**
Registre à jour de vos fournisseurs et clients préférés quant aux services/matériel et personnes qui utilisent vos œuvres. Comprend le nom des personnes ressources et numéros de téléphone, adresses, numéros de comptes pertinents, etc.
- **Ententes et contrats**
Registre du travail que vous avez entrepris, incluant votre contrat signé par le client indiquant les coûts, les droits d'utilisation et autres clauses comme les ententes de paiements ainsi que les bons de commande du client et les bons de livraison
- **Décharge de responsabilité**
Formule d'autorisation qui protège les individus et les biens qui apparaissent dans les images que vous créez.

Imposition

L'IMPÔT SUR LE REVENU

Les taxes font partie des affaires. Au Canada, l'impôt sur le revenu est prélevé sur le revenu personnel et sur les profits des entreprises. Les entreprises doivent présenter leurs profits et leurs dépenses et ensuite calculer l'impôt dû d'après la différence.

L'impôt sur le revenu tiré d'une entreprise est complexe et en constante évolution. Dans les pages qui suivent, vous retrouverez les faits saillants des questions portant sur l'impôt sur le revenu qui concernent les photographes/illustrateurs professionnels qui opèrent leur propre entreprise. Pour les derniers renseignements sur les taxes, renseignez vous auprès de l'Agence des douanes et du revenu du Canada (anciennement Revenu Canada), à des services professionnels et à CAPIC.

Revenu

Le revenu d'une entreprise comprend le total de l'argent que gagne cette dernière en offrant des services et/ou en dirigeant des activités dans le but d'obtenir un profit, ou avec ce que le gouvernement appelle « une attente raisonnable de profit ». La durée de « l'attente raisonnable », cependant, n'est pas définie aux yeux des agents du fisc. Toutefois, omettre de signaler un profit pendant plus de trois années consécutives peut faire en sorte que votre entreprise soit examinée de très près et multiplie les risques d'une vérification fiscale. C'est en faisant une vérification fiscale que les agents du fisc déterminent si une opération est administrée comme une véritable entreprise ou s'il s'agit plutôt d'un passe-temps.

Le revenu d'entreprise pour les photographes/illustrateurs professionnels doit être rapporté au fur et à mesure qu'il est facturé peu importe le moment où l'argent sera encaissé. C'est ce qu'on appelle la méthode du report d'impôts variable ou comptabilité de caisse.

Le revenu d'une entreprise n'inclut pas les salaires perçus par emploi régulier. Gardez un registre séparé du revenu que vous recevez d'une source ne provenant pas d'une entreprise (tels que des placements, pensions, revenu de biens).

Gardez des dossiers financiers permanents. Le rapport financier pour les entreprises est l'État des résultats des activités d'une profession libérale (formulaire T2032) dispensé par l'Agence de douanes et du revenu du Canada. Toute déclaration de revenu doit être justifiée avec les documents originaux tels que les factures, reçus, bordereaux de dépôt, états de compte de la banque, etc. Ces documents devraient être organisés et disponibles afin que l'on puisse s'y référer ultérieurement.

Tout prix remporté - sous forme d'argent comptant, de marchandise ou de service (tels que des vacances gagnées dans un concours) - doit être déclaré comme un revenu d'entreprise.

Dépenses

Les dépenses d'entreprise sont les frais occasionnés dans le seul but de faire fructifier les revenus d'entreprise. Afin de justifier les demandes de dépenses d'entreprise, vous devez garder vos reçus, factures, chèques annulés ou autres bordereaux qui créent une trace écrite pour chaque montant dépensé. Chaque reçu devrait comprendre le nom du vendeur et la date de la transaction. Ces reçus devraient être organisés et disponibles afin que l'on puisse s'y référer ultérieurement.

Si vous opérez un studio dans votre domicile, vous pouvez déduire le coût de l'espace dont vous vous servez afin de gagner un revenu. Ce coût est basé sur un pourcentage de votre domicile dont vous vous servez pour opérer votre entreprise (ex. si vous vous servez d'une pièce dans une maison de cinq pièces, vous pouvez réclamer 1/5 ou 20 % de vos dépenses des ménages). De cette façon, vous pouvez déduire une portion de vos dépenses des ménages, telles que loyer/hypothèque, taxe foncière, électricité et chauffage.

Les frais comptables et légaux sont déductibles. Plutôt que de perdre votre temps à préparer impôts, remboursements de TPS/TVH, comptabilité employé, engagez un professionnel et réclamez ces frais.

Les frais d'adhésion / cotisations annuelles à des associations professionnelles ou associations corporatives, y compris CAPIC sont intégralement déductibles.

Vous pouvez déduire jusqu'à 50 % des frais associés aux repas d'affaires et divertissements. Ici encore, les reçus sont requis afin de justifier ces réclamations. Ces dépenses doivent être occasionnées pour des raisons d'affaires. Un petit conseil : inscrivez la date, l'endroit et l'événement et/ou nom du client sur chaque reçu de repas d'affaires / divertissement.

Autres frais que l'on néglige souvent d'inclure dans nos dépenses :

- **Intérêt**
Les charges d'intérêt et frais bancaires de vos comptes d'affaires (incluant l'intérêt chargé sur l'argent emprunté pour opérer votre entreprise).
- **Maintenance**
Maintenance et réparations d'équipement.
- **Assurance**
Primes d'assurance ou avenants qui couvrent l'équipement de bureau
- **Publicité**
Frais de publicité tels que l'annuaire téléphonique
- **Dépenses de bureau**
Comprend les cartes professionnelles, papeterie, et abonnement à des revues
- **Communications**
Téléphone, télécopieur, abonnement Internet, système d'alarme
- **Frais de conférence**
Les frais associés aux déplacements, à l'inscription, au logement et aux autres frais occasionnés lorsqu'on participe à une conférence professionnelle/ d'affaires sont intégralement déductibles. Notez que la règle du 50 % s'applique au coût des repas / divertissements occasionnés lors de tels événements.
- **Frais de formation**
Les frais de scolarité de plus de 100 \$ pour certains cours de business peuvent être déduits. Les reçus officiels de l'établissement scolaire sont requis.
- **Dépréciation des biens d'équipement**
L'usure annuelle de l'équipement - englobe tout - des ordinateurs jusqu'aux filières, peuvent être des déductions pour amortissement. Le montant réclamé chaque année dépend du genre d'équipement, de sa date d'acquisition et de la dépréciation déjà réclamée sur cet article.

Les dépenses encourues relativement aux repas et au divertissement ainsi que les frais de transport sont deux types de déductions qui exigent une comptabilisation soigneuse. Les agents du fisc ont la réputation d'examiner ces déductions de très près. Le kilométrage total parcouru doit être enregistré en fonction de la distance parcourue. Vous devez, encore une fois, garder tous vos reçus d'essence, de réparations, d'assurances, le crédit-bail automobile, etc. Il existe des règles fiscales spécifiques aux différents modèles de voitures. Il est fortement recommandé d'obtenir de l'information fiscale professionnelle avant de réclamer ce genre de frais professionnels.

TPS/TVH et taxes à percevoir de ses employés

Au Canada, la taxe sur les produits et services (TPS) est une taxe de 7 % perçue sur la plupart des biens et services. La TPS est applicable sur les biens et services offerts par les professionnels, incluant les photographes et illustrateurs.

La taxe de vente harmonisée (TVH) combine la TPS et la taxe de vente provinciale au Nouveau Brunswick, à Terre-Neuve et en Nouvelle-Écosse. À partir de l'an 2000, le taux de la TVH est de 15 % applicable sur les mêmes biens et services que la TPS. Avec la TVH, la part fédérale est de sept pour cent; la part provinciale est de huit pour cent.

Toute entreprise au Canada qui enregistre plus de 30 000 \$ de revenu dans une année calendrier ou sur une période de quatre quarts consécutifs doit s'inscrire aux fins de la TPS/TVH. Les entreprises qui gagnent plus de 30 000 \$ ou moins pendant l'année peuvent volontairement s'inscrire aux fins de la TPS/TVH.

Un fois inscrit, vous pouvez chargez la TPS/TVH sur toutes vos factures et vous avez également le droit de recouvrer la TPS/TVH que vous payez pour faire fonctionner votre entreprise. À partir des taxes que vous percevez, vous pouvez déduire la TPS/TVH que vous payez (crédit de taxe sur les intrants) pour ensuite remettre la différence.

Facturer la TPS/TVH lors d'une vente ne pose pas de problèmes aux clients - ils s'attendent à payer cette taxe et la majorité iront la récupérer. Afin de simplifier la demande pour un crédit de taxe sur les intrants pour vous et vos clients, l'Agence des douanes et du revenu du Canada recommande aux entreprises d'indiquer clairement l'information suivante sur toutes les factures et documents de vente de plus de 150 \$:

- Nom de votre entreprise
- Date de facturation
- Montant total à payer
- Identifiez si la TPS de 7 % ou la TVH de 15 % a été facturée
- Numéro de taxes d'entreprise (vous pouvez l'obtenir de l'Agence des douanes et du revenu du Canada)
- Le nom du client
- Modalités de paiement
- Description des biens/services

Il est préférable de s'inscrire aux fins de la TPS/TVH aussitôt que vous le pouvez, même si votre entreprise n'est que dans un stade de développement initial et que vous ne savez pas encore avec certitude si vos ventes annuelles excéderont les 30 000 \$. En vous inscrivant, vous bénéficierez, dès le départ, de deux avantages :

- Vous pourrez récupérer la TPS/TVH que vous avez payé lors de phase d'initiation
- Vous éviterez une situation fâcheuse si votre revenu excède les 30 000 \$ pour la première fois et que vous devez payer la TPS/TVH même si vous ne l'avez jamais perçue. Si vous vous retrouvez dans une telle situation, vous devrez soit payer la TPS/TVH qui est due ou refacturer tous vos clients afin de récupérer les taxes. Les deux solutions exigent un travail administratif colossal.

S'inscrire et récupérer la TPS/TVH nécessite un travail administratif supplémentaire. Les entreprises qui récupèrent la TPS/TVH doivent rédiger des rapports mensuels, trimestriels ou annuels et payer les taxes requises. Pour plus de renseignements, communiquez avec votre bureau des services fiscaux.

MÉTHODE RAPIDE DE COMPTABILITÉ DE LA TPS

Consultez votre conseiller en matière comptable

TAXES À PERCEVOIR DE SES EMPLOYÉS

Les employeurs doivent déduire ce qui suit de la paie de leurs employés :

- Impôt
- Cotisation assurance emploi, ainsi que;
- Contributions au Régime de pensions du Canada (RPC) et au Régime de rentes du Québec (RRQ).

Les employeurs doivent également effectuer des paiements en contrepartie pour chaque contribution de l'employé à la RPC et à la RRQ. De plus, les employeurs doivent faire des paiements en vertu de la loi sur les accidents du travail (pour plus de détails, communiquez avec la Commission des accidents du travail de votre province).

Les sommes perçues doivent être transmises régulièrement, généralement à tous les mois, au gouvernement fédéral et provincial. Les sommes varient d'après les salaires, le territoire et l'année. Si vous avez des employés, l'Agence des douanes et du revenu du Canada recommande d'ouvrir un compte séparé pour les retenues sur la paye. Dans ce compte, vous pouvez déposer les retenues salariales régulières de vos employés et envoyer les paiements spécifiques au gouvernement à temps. Pour les derniers renseignements et taux de déductions, communiquez avec le bureau de l'Agence des douanes et du revenu du Canada le plus près ou visitez le site web au <http://www.ccradrc.gc.ca>

Contrats

Il est devenu essentiel pour tous les artistes professionnels d'avoir une entente écrite avec leurs clients. Les accords écrits contribuent également à officialiser la relation entre l'artiste et le client. Les responsabilités et les exigences de chaque partie devraient être énoncées clairement et équitablement.

Les ententes écrites assurent un contrôle efficace sur les droits d'auteur. Pour les photographes, un contrat écrit, signé par le client, constitue la seule procédure qui protège les droits d'auteur d'une de vos œuvres en commande.

De plus, les lettres d'entente, les bons de commande, les confirmations d'emploi ou autres documents semblables sont tous des types de contrats. Une entente valable doit être un document commercial et qui est juridiquement contraignant. Dans le but de venir en aide à ses membres et dans le but de leur faire reconnaître les éléments d'un contrat efficace, CAPIC a élaboré les lignes directrices suivantes :

- Identifiez les individus impliqués et délimitez leurs responsabilités
- Assurez-vous que l'ouvrage est décrit en détail et qu'il ne peut être interprété autrement. N'oubliez pas de déclarer combien de révisions ou de reprises sont comprises dans le contrat.
- Indiquez clairement que le droit d'auteur de l'œuvre appartient au photographe/illustrateur.
- Indiquez clairement le genre de droits licenciés et de quelle façon l'œuvre sera exploitée.
- Identifiez qui approuvera l'œuvre en cours ou une fois achevée, la procédure d'approbation ainsi que comment et à quel moment.
- Ajustez le prix du contrat sur une structure de prix coûtant plus rémunération. Assurez-vous que les clients savent qu'ils sont responsables de toutes les dépenses remboursables.
- Déterminez les modalités de paiement et ajoutez une prime pour règlement rapide ainsi que les pénalités pour paiement en retard.
- Faites des prévisions pour que le client retourne rapidement tous les articles spécifiés au photographe/illustrateur.
- Prévoyez des stipulations pour tous les changements relatif à l'ampleur et au coût du projet; pour l'application des frais d'annulation afin de solutionner les divergences qui ont rapport au contrat.
- Assurez-vous de faire signer les deux parties (requis pour garantir que l'artiste est titulaire des droits d'auteur).

CAPIC recommande fortement d'avoir recours à un contrat type pour toutes vos productions. Les membres de CAPIC peuvent obtenir une copie sur demande au Bureau national.

LES CONTRATS DES CLIENTS

Les artistes professionnels font face régulièrement à des situations où le client veut faire signer un contrat qui a été élaboré par l'entreprise du client. Malheureusement, la plupart de ces contrats ont été rédigés avec très peu de suggestions de la part des artistes professionnels et, encore pire, avec très peu ou aucun intérêt pour les préoccupations des photographes/illustrateurs et autres artistes.

Lorsqu'un client vous présente son contrat, comparez les modalités et le langage au contrat type de CAPIC. Notez les différences importantes, surtout celles qui touchent les droits d'auteur. Ensuite, expliquez au client comment ces différences vous affectent et affectent votre relation d'affaire avec celui-ci. Plusieurs clients sont prêts à négocier les clauses contenues dans leurs ententes après avoir pris connaissance de votre point de vue. De plus en plus, les artistes qui comprennent la valeur de leur ouvrage préfèrent travailler avec des clients qui ont la même vision d'ensemble.

En ce qui concerne les clients qui insistent que vous vous serviez de leur contrat, vous pouvez accepter leurs modalités (malgré qu'elles soient inéquitables) , refuser le projet ou modifier /exclure les conditions qui ne vous conviennent pas. Vous pouvez faire des

changements en rayant toute mention inutile, en y ajoutant vos propres modalités et en apposant vos initiales près des changements. Retournez une copie datée au client. Gardez l'original pour vos dossiers. De cette façon, vous protégez vos droits et le client à signé un morceau de papier.

Bons de commande

Un bon de commande est un document distribué par une entreprise en vue de réquisitionner un produit ou un service d'un fournisseur. Lorsqu'il est utilisé convenablement, un bon de commande devient un contrat irrévocable. L'obtention d'un bon de commande avant le début d'un contrat est un signe de professionnalisme surtout si vous faites affaire avec un nouveau client et/ou en l'absence d'un contrat ou d'une lettre d'entente.

Pour qu'il soit valide, le bon de commande doit être rédigé par écrit et doit comprendre les informations suivantes :

- Nom et adresse de l'acheteur
- Numéro du bon de commande
- Date d'émission
- Poste de l'acheteur / numéro de dossier
- Nom du fournisseur/ produit
- Description du service/produit commandé (y compris les droits / utilisation licenciés)
- Frais de base
- Dépenses déductibles
- Date d'échéance / date de livraison
- Modalités de paiement (ex. Net 30 jours)
- Numéro d'exemption de taxes
- Montant consigné (si applicable)

Pour ce qui est des photographies et illustrations, le bon de commande devrait également stipuler que :

- Le matériel original doit être remis à l'illustrateur / photographe
- Les frais d'annulation tels que convenu
- Le client est responsable de toute perte ou dommage causé au matériel lorsqu'en sa possession.

Notez : plusieurs entreprises émettent leurs propres bons de commande qui comptent des conditions générales remplies de subtilités. Assurez-vous que ces conditions concordent avec les vôtres. Si vous n'êtes pas d'accord avec des modalités particulières, rayez ce que vous voulez qui soit exclu et, si nécessaire, ajoutez vos propres conditions. Apposez vos initiales à chacun de vos changements et faites parvenir une copie au client. Gardez toujours le bon de commande original dans vos dossiers.

Lettres d'entente

Selon le client, l'obtention d'un bon de commande ou d'une entente signée peut prendre plus longtemps que prévu. Afin d'accélérer le processus et de vous assurer d'obtenir une entente écrite, rédigez votre propre lettre d'entente et envoyez-la à votre client.

Malgré le fait que ce genre de lettre soit moins officielle qu'un contrat, l'entente demeure contraignante.

La lettre elle-même sert à confirmer le projet en vous assurant une certaine protection jusqu' à ce que le client présente un bon de commande ou un contrat. Le langage du contrat peut être simple mais assurez-vous de stipuler les modalités du projet. Elles seront semblables à celles contenues dans le bon de commande et devraient comprendre :

- le nom et l'adresse du client
- la date de l'entente
- le poste de l'acheteur/ numéro de dossier
- une description de l'ouvrage (y compris les droits/ utilisation)
- les frais et les dépenses
- la date d'échéance / date de livraison
- l'échéancier des paiements et modalités
- toute autre condition et/ou attentes face au projet.

Une lettre d'entente peut inclure tous les détails tout en gardant un ton amical mais sérieux. Une technique efficace est d'inclure une phrase qui affirme que s'il y a un point ou une clause dans la lettre qui n'est pas juste ou complète, le client devrait vous contacter avant une date que vous spécifiez, sinon, vous considérez les termes acceptables.

Après avoir reçu votre lettre d'entente, le client peut réviser vos propositions et s'assurer que tous les détails sont couverts. S'il le juge nécessaire, le client peut mettre au clair tout malentendu dès le début. L'avantage de cette approche est de vous donner la chance de décrire les grandes lignes de votre projet à partir de votre perspective et de mettre en lumière les malentendus potentiels avant de débiter l'ouvrage. S'il est nécessaire, vous et votre client pouvez renégocier les aspects du projet avant qu'un des partis ait engagé des ressources importantes au projet.

Aide-mémoire pour les contrats

Ci-dessous, vous trouverez des termes simples qui devraient faire partie des ententes entre les photographes/illustrateurs et leurs clients. Cette information est la première étape à la rédaction et révision vos propres ententes avec le client.

Étant donné que les pratiques et les lois changent continuellement, consultez vos collègues ou autres professionnels pour connaître la plus récente terminologie contractuelle ou pour clarifier vos doutes face à certains aspects des ententes client. Pour de plus amples informations, les membres de CAPIC peuvent également communiquer avec le bureau national.

Les contrats font partie intégrante de la pratique professionnelle. En ayant une entente écrite, vous créez une preuve importante pour vos références futures s'il advenait qu'un problème ou un désaccord survienne entre vous et votre client. De bons contrats permettent d'établir de bonnes relations.

On ne peut pas appliquer le même ensemble de conditions contractuelles à chaque production. Le contenu d'une entente variera selon l'ouvrage, le client et la façon dont vous opérez votre entreprise. Chaque contrat devrait traiter des questions suivantes :

POUR LES ILLUSTRATEURS - TERMES À UTILISER DANS LES CONTRATS DE PRODUCTION ET LICENCES

1. Identifiez l'illustrateur et le client (ou le licencié) par nom.

Cette identification spécifique qui est couverte par l'entente. 'L'illustrateur' peut être un individu ou son entreprise. Le 'licencié' peut être le nom personnel du client ou le nom de son entreprise ou agence. De cette façon, la personne pour qui vous travaillez est bien identifiée.

2. Décrivez les illustrations demandées :

Soyez aussi spécifique que vous le pouvez afin de vous assurer qu'aucune partie de l'assignation ne peut être interprétée autrement. Précisez des détails tels que :

- L'utilisation envisagée de l'illustration
- La matière traitée
- Contenu et style obligatoire (expression/humour à transmettre)
- Si l'illustration sera une illustration originale ou une illustration déjà existante
- Nombre, format, grandeur de l'illustration
- Nombre de révisions permises et à quelles étapes de la production.

3. Établissez les conditions à la licence :

En vertu d'une entente, l'illustrateur octroie au licencié un certificat non-exclusif limitant l'utilisation de l'ouvrage tel que décrit dans l'entente. En spécifiant les conditions d'utilisation, l'illustrateur contrôle la façon dont le client exploitera ses illustrations. Les modalités laissent connaître au client la valeur spécifique des illustrations. Les conditions sont établies selon :

- Le type de média et/ou d'utilisation et la quantité (ex. illustration en couverture d'une revue à grande distribution est généralement plus valable qu'une petite illustration utilisée dans une brochure de publicité pour un commerce du coin).
- Le nombre d'illustrations utilisées
- Durée d'utilisation des illustrations
- Le territoire, format dans lequel va apparaître l'illustration (ex. Territoire géographique et/ou site web / CD-Rom).
- En spécifiant que son œuvre est non-exclusive, l'illustrateur peut simultanément proposer la même œuvre à d'autres clients. Si un client désire être le seul à pouvoir exploiter une œuvre, l'exclusivité est disponible pour des frais supplémentaires.

4. Faites en sorte que l'exclusivité soit optionnelle :

L'illustrateur octroie au licencié une option d'exclusivité en vertu de laquelle l'illustrateur réserve les illustrations comprises par cette entente à l'intention du licencié (insérez la date d'entrée en vigueur) jusqu'à (insérez la date à laquelle elle prendra fin) dans le territoire / format suivant (insérez un pays spécifique (ex. Canada), marché (ex. Amérique du Nord), et/ou format (ex. site web ou rapport annuel).

Soyez aussi précis que possible. Plus l'étendue est vaste, plus la licence prend de la valeur pour le client. Les frais de la licence d'utilisation devraient refléter cette valeur supplémentaire.

Frais qui devraient être compris dans les frais de l'illustrateur :

- Frais de production
- Préproduction et recherche
- Personnel (y compris l'adjoint de l'illustrateur, les modèles, les stylistes)
- Accessoires
- Déplacement / service de messagerie
- Autres services (équipement, location des accessoires, assurances spéciales)

POUR LES PHOTOGRAPHES - TERMES POUR LE CONTRAT DE PRODUCTION ET LICENCE

1. Identifiez le photographe et le client (ou le 'licencié') par nom.

Cette identification spécifique qui est couvert par l'entente. Le 'photographe' peut être un individu ou l'entreprise de ce dernier. Aussi, le 'licencié' peut être le nom personnel du client ou le nom de son entreprise/agence. De cette façon, la personne pour qui vous travaillez est bien identifiée.

2. Décrivez la photographie demandée :

Soyez aussi précis que vous le pouvez afin d'éviter toute fausse interprétation. Ajoutez des détails tels que :

- Utilisation prévue pour la photographie
- Matière traitée
- Contenu désiré de la photographie (ex. nom et/ou type de personnes, endroit / habillement / accessoires, expression/humeur à transmettre)
- Si la photographie sera originale ou prise des archives
- Nombre et format des photographies requises
- Nombre de révisions / reprises comprises

3. Établissez les conditions à l'entente

En vertu de l'entente, le photographe octroie au licencié une licence non-exclusive qui limite l'utilisation, tel que décrit dans l'entente. En spécifiant les conditions d'utilisation, le photographe peut contrôler l'exploitation de ses photographies. Les conditions permettent également aux clients de prendre connaissance de la valeur de certaines photographies. Les conditions sont établies conformément :

- au type de média et/ou utilisation (ex. une photographie utilisée pour la couverture d'un magazine permettra d'obtenir des honoraires plus élevés qu'une petite photographie utilisée dans une brochure publicitaire pour un magasin du coin).
- au nombre de photographies utilisées
- à la durée de l'utilisation des photographies
- au territoire/format dans lequel va apparaître la photographie (ex. territoire géographique et/ou site web / CD-Rom).

L'entente de non-exclusivité permettra au photographe de proposer simultanément la même œuvre à d'autres clients. Si un client veut être l'unique utilisateur, l'exclusivité est disponible pour un coût supplémentaire.

4. Faites en sorte que l'exclusivité soit optionnelle :

Le photographe octroie au licencié, une option d'exclusivité en vertu de laquelle le photographe réserve les photographies comprises dans cette entente à l'intention du licencié (insérez la date d'entrée en vigueur) jusqu' à (insérez date qu'elle prend fin)

dans le territoire/format suivant (insérez un pays spécifique (ex Canada), marché (ex. Amérique du Nord), et/ou format (ex. site web ou rapport annuel).

Soyez aussi précis que possible. Plus l'étendu est vaste, plus la licence prend de la valeur pour le client. Les frais de la licence d'utilisation devraient refléter cette valeur supplémentaire.

En résumé, vous trouverez ci-dessous les coûts principaux associés à une assignation photographique qui devraient être compris dans les dépenses du photographe et payées par le client.

Frais de production

- Préproduction et recherche
- Polaroids
- Films et développement
- Épreuves / numérisation / retouches
- Personnel (y compris assistant, styliste, maquilleur, coiffeur, décorateur)
- Arrière-plan / décoration scénique / vêtements / accessoires
- Déplacements / service de messagerie
- Coordonnateur
- Casting et modèles
- Recherche de location et frais en extérieur
- Frais d'annulation pour cause de météo
- Cachet de non publication (si nécessaire)
- Autres services (location d'équipement / / assurances spéciales)

Conditions et modalités aux contrats

Ci-dessous, vous trouverez une série de conditions comprises dans les ententes professionnelles.

MODALITÉS DE PAIEMENT

Toutes les factures sont payables sur réception.

En ce qui concerne les frais de production et les honoraires des photographes/illustrateurs, un montant mensuel de _____ % par mois (_____ % par an) sera calculé et appliqué _____ jours suivant la date de la facture. Taxes en sus.

C'est au licencié qu'incombe la responsabilité des frais des modèles et de leurs dépenses.

Annulations. Pour les photographes

S'il advient que le licencié annule l'assignation du photographe, le licencié accepte de payer tous les frais de production encourus jusqu'au moment où le photographe reçoit l'avis d'annulation. De plus, le licencié accepte les conditions suivantes. Si le photographe reçoit un avis d'annulation pour une session prévue :

- Plus de 48 heures avant, le licencié accepte de payer 25 % des honoraires du photographe;
- Entre 24 et 48 heures avant, le licencié accepte de payer 50 % des honoraires du photographe;
- Moins de 24 heures avant, le licencié accepte de payer 100 % des honoraires du photographe.

Annulations. Pour les illustrateurs

S'il advient que le licencié annule l'assignation de l'illustrateur, le licencié accepte de payer tous les frais de production encourus jusqu'à ce que l'illustrateur reçoive l'avis d'annulation. De plus, le licencié accepte les conditions suivantes. Si l'illustrateur reçoit un avis d'annulation pour une session prévue :

- Après la consultation/planification initiale, le licencié accepte de payer 15 % des honoraires de l'illustrateur;
- Après avoir complété les linéaires, le licencié accepte de payer 50 % des honoraires de l'illustrateur.
- Une fois achevé, le licencié accepte de payer 100 % des honoraires de l'illustrateur.

Le photographe/illustrateur a le droit de percevoir tout montant ou frais raisonnables nécessaires afin de percevoir tout paiement dû et/ou faire valoir les conditions de cette entente.

Numéro d'inscription aux fins de la TPS du licencié (à être fourni par le licencié)

Numéro d'exemption de taxes du licencié (si applicable) (à être fourni par le licencié)

QUESTIONS DE DROITS D'AUTEUR

Le licencié reconnaît que le photographe/illustrateur est le premier et unique propriétaire de toutes les œuvres protégées par cette entente et que le photographe/illustrateur restera l'unique propriétaire de toutes les photographies et/ou matériel utilisé pour produire et/ou reproduire les photographies, illustrations ainsi que tout droit d'auteur. Tous les droits qui ne sont pas formellement octroyés en vertu de cette entente demeureront la propriété du photographe/illustrateur.

Le licencié ne peut ni assigner ni transférer cette licence, en tout ou en partie, sans la permission écrite du photographe ou de l'illustrateur. À défaut, la licence sera annulée.

Toutes les copies des photographies/illustrations, ou toute partie d'une photographie/illustration doit porter la mention suivante - photographie/illustration : (insérez le nom du photographe/illustrateur), © (insérez l'année), à moins d'autorisation écrite contraire par le photographe/illustrateur. Ex : Photo : Jean Sablon © 2001

AUTRES QUESTIONS

Le licencié accepte de ne pas modifier, changer ou altérer les photographies/illustrations en entier ou en partie, directement ou indirectement sans l'autorisation écrite du photographe/illustrateur.

Le licencié s'engage de remettre toutes photographies/illustrations ou tout autre matériel couvert dans cette entente au photographe/illustrateur, en bon état, immédiatement après l'achèvement de l'utilisation / reproduction ou au plus tard le (insérez la date). Le licencié devra remettre ce matériel à l'adresse du photographe/illustrateur mentionné dans cette entente.

Le licencié reconnaît qu'il est entièrement responsable si les photographies/illustrations sont perdues ou endommagées lorsqu'en sa possession. Les parties acceptent d'établir la valeur de chaque photographie à (insérez la valeur de la photographie) \$ / chaque

illustration à (insérez la valeur par illustration) \$. Le licencié accepte de payer au photographe le montant suivant pour chaque photographie/illustration perdue ou endommagée.

Le photographe/illustrateur a le droit d'utiliser toutes ses photographies/illustrations dans le but de promouvoir ses services et/ou pour participer à des concours.

Pour les séances de photos. Le licencié est entièrement responsable de la présence d'un représentant autorisé lors d'une séance de photos afin d'approuver l'interprétation du photographe lors de l'assignation. Si aucun représentant n'est présent, l'interprétation du photographe est considéré acceptable pour le licencié.

LÉGALITÉS

Les conditions de cette entente sont réglementées par les lois du territoire dans lequel l'entreprise du photographe/illustrateur vit (inscrire la province).

Le licencié accepte d'indemniser le photographe/illustrateur et/ou agent, pour toute réclame qui peut survenir de l'utilisation par le licencié de l'ouvrage couvert par cette entente.

Le terme photographie désigne et comprend toutes les œuvres originales ou toute partie de ces œuvres originales, créés par le photographe et utilisées, ou censé être utilisées pour imprimer ou reproduire des copies de cette œuvre.

Le terme illustration désigne et comprend toutes les œuvres originales ou toute partie de ces œuvres originales créés par l'illustrateur.

Cette licence entre en vigueur à la date de sa signature.

La personne qui signe au nom du licencié, agit comme représentant autorisé dudit licencié.

Tous les droits de reproduction sont conditionnels moyennant le paiement intégral et l'utilisation convenable de l'avis de droit d'auteur et crédit. La licence sera annulée rétroactivement si le licencié ne paie pas sa facture dans un délai de ____ jours.

Ce document fait l'objet d'une obligation entre les signataires lorsque signé en double par les deux parties. Le licencié certifie avoir lu et compris toutes les modalités dans la présente entente.

Signé par : _____ Date : _____ À : _____
Photographe/Illustrateur

Nom du licencié (en lettres moulées)
Signé par : _____ Date : _____ À : _____
Licencié ou représentant autorisé

FORMULAIRES ET CONTRATS

Incluant :

- DEMANDE D'ADHÉSION – MEMBRE PRINCIPAL
- FORMULAIRE POUR DEMANDE DE RÉVISION
- DEMANDE D'ADHÉSION – MEMBRE COLLABORATEUR
- DEMANDE D'ADHÉSION – MEMBRE ASSOCIÉ
- FACTURE
- ENTENTE AVEC LES MODÈLES
- CONTRAT DE PRODUCTION ET DE LICENCE
- ENTENTE DE PROPRIÉTÉ
- DEVIS
- LETTRE DE PARRAINAGE
- DEMANDE D'ADHÉSION – MEMBRE ÉTUDIANT