



Laurène Wittlin  
Directrice artistique



Soley  
[www.soley-studio.fr](http://www.soley-studio.fr)

# Comprendre les tarifs d'un graphiste

La boîte à outils   
Les tarifs 

Année  
2025



# Pourquoi ? 🤔

---

Vous est-il déjà arrivé de discuter de tarifs journaliers avec un prestataire ?  
Est-ce que vous vous êtes déjà dit "400 € ? Mais c'est beaucoup trop !".  
Est-ce que vous avez déjà souhaité que votre projet soit réalisé à la fois vite, de bonne qualité, est pas cher ?

Si c'est le cas, ce document est fait pour vous ! Vous y trouverez toutes les étapes clés d'un travail de graphiste, les frais associés à une société, et les raisons pour lesquelles faire appel à un graphiste est un choix judicieux.

L'objectif est de clarifier les aspects tarifaires de notre métier et de nos prestations, pour que nous puissions en discuter plus sereinement !



# Un planning chargé



On sous-estime souvent le temps nécessaire pour un projet avec un graphiste. Voici un aperçu des étapes clés qui demandent du temps et de l'attention.

- **La phase préparatoire** : Le travail commence avant même la première rencontre. Cela inclut l'élaboration d'un brief client, des recherches sur le sujet, une étude du marché, des besoins et des envies, ainsi qu'une veille graphique pour être prêt pour un rendez-vous efficace.
- **Le ou les rendez-vous** : Avant de commencer, un premier contact est essentiel, que ce soit en personne ou par téléphone, pour cerner vos attentes et bien comprendre votre projet.
- **Création d'un devis** : Avant de débiter, un devis personnalisé doit être établi. Chaque projet étant unique, ce travail de préparation demande un certain temps.
- **La phase de recherche** : Après le devis, le graphiste (ou DA) entame des recherches pour définir la direction du projet. Cette étape inclut des explorations créatives pour tester et organiser les idées, vérifier la cohérence graphique et évaluer chaque proposition. C'est l'une des étapes les plus longues, similaire à un cuisinier ajustant sa recette. Une fois le travail validé, vous recevez les propositions.
- **Le développement** : Les propositions initiales permettent d'affiner le projet et de choisir une direction artistique. Vient ensuite la phase de réalisation. Le temps nécessaire pour un logo ou un site dépend du projet. Cette étape prend généralement du temps, car il est mieux de bien faire dès le début que de revenir en arrière.



# Un planning chargé



- **Les échanges** : La communication est clé tout au long du projet. Beaucoup de temps est dédié aux échanges avec le client (mails, appels, visios, rendez-vous), essentiels pour la compréhension et le suivi du projet. Cette étape est parfois incluse dans le devis sous « gestion de projet ».
- **Les retours et retouches** : La création progresse, mais des retours et ajustements sont nécessaires. Selon les modifications, cette phase peut être rapide ou longue. Par exemple, corriger une coquille prend quelques minutes, tandis qu'un changement majeur peut doubler le temps de travail. D'où l'importance d'une préparation soignée.
- **Les livrables** : Une fois les retouches terminées et le projet validé, il faut le rendre exploitable. Cette étape peut être longue si le projet comporte de nombreux supports ou des contraintes techniques spécifiques.
- **La facturation** : Enfin, une fois le projet terminé, la facturation doit être effectuée. Bien que simple en termes de calcul, elle nécessite organisation et rigueur. Parfois, plusieurs phases de facturation sont nécessaires, chacune demandant du temps et de l'attention.
- **Et après ?** Le projet terminé, le travail du graphiste continue avec des tâches comme la prospection, la gestion des réseaux sociaux, la mise à jour du portfolio, et les déclarations à l'URSSAF. En autoentreprise, il est à la fois créatif, commercial, comptable et communicant, un rôle multitâche qui exige une organisation rigoureuse.



# Les frais



Un autoentrepreneur a également des frais de société ! Voici un aperçu des principales dépenses qu'un freelance doit couvrir :

- **Charges :** En tant qu'autoentrepreneur, les cotisations sociales versées à l'**URSSAF** représentent 24,6 % du chiffre d'affaires en 2025. En 2026, le taux passera à 26,1 %. À cela s'ajoute la **CFP** de 0,2 %, pour accéder à la formation professionnelle, ainsi que la **CFE**, impôt local calculé sur la valeur locative des biens utilisés pour l'activité professionnelle. Son montant varie selon le chiffre d'affaires et le taux de la commune.
- **Les frais professionnels :** Ces frais varient selon chaque autoentrepreneur, mais pour les graphistes freelances, on trouve des dépenses comme le forfait téléphone / internet, la mutuelle, la RC Pro, le compte bancaire, les abonnements logiciels, le loyer...
- **Le matériel :** C'est un investissement indispensable. Un graphiste a besoin d'un ordinateur performant au minimum. Mais selon il peut avoir besoin d'une tablette, d'un appareil photo, d'une imprimante spéciale...
- **Le temps non facturable :** Une part importante du travail, comme la prospection, la comptabilité, et la communication, n'est pas facturée. Ces tâches font partie du quotidien de l'entrepreneur, qui ne bénéficie pas d'une rémunération sur l'ensemble de son temps, contrairement à un salarié.
- **Les congés et aléas :** Les freelances ne bénéficient pas de congés payés (Un salarié dispose en moyenne de 5 semaines de congés annuels). Un freelance doit anticiper ses vacances, mais aussi tous les aléas car il n'a pas d'assurance chômage, d'indemnités de licenciement ou d'arrêts maladie.



# La valeur ajoutée ✨

---

- **Le conseil** : Un bon graphiste vous accompagne, vous conseille et vous guide pour répondre au mieux à vos besoins. Ces conseils, qui font partie intégrante de votre projet, ont de la valeur et donc un coût : ils reflètent l'expertise d'un professionnel compétent. L'objectif de ces recommandations est de vous aider à créer un projet qui optimisera votre retour sur investissement.
- **Le sur-mesure** : Pour vous démarquer de vos concurrents, choisissez un graphiste qui privilégie le sur-mesure. Évitez les identités visuelles à moins de 1000 € et les sites à 900 €. Les logos pré faits et les services générés en ligne sont des solutions génériques, et peuvent vous coûter plus cher à long terme si vous devez refaire le travail plus tard. Pire encore, vous risquez de manquer le lancement de votre marque si vos supports de communication ne sont ni reconnaissables, ni originaux, ni mémorables.
- **Les compétences** : Un graphiste expérimenté apporte une réelle valeur ajoutée grâce à son expertise, ses années d'expérience et son investissement professionnel. Il saura créer une identité visuelle en phase avec vos valeurs et vous démarquer de la concurrence.
- **L'expérience** : L'expérience influence directement les tarifs. Un graphiste expérimenté peut justifier un prix plus élevé grâce à sa capacité à identifier rapidement vos besoins et à répondre de manière plus efficace. Parfois, investir dans un professionnel plus expérimenté peut vous faire économiser sur le long terme.

# Merci ! À bientôt. 🙌

Merci d'avoir lu ce document.  
En espérant que le métier de graphiste est moins obscur !



Laurène Wittlin  
Directrice artistique



Soley  
[www.soley-studio.fr](http://www.soley-studio.fr)

06.85.46.88.87  
[laurene@wittlin.com](mailto:laurene@wittlin.com)