



GUIDE DE NÉGOCIATION DE LA SOCIÉTÉ DES AUTEURS DE JEUX

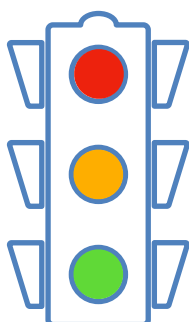
La négociation d'un contrat comprend habituellement 2 volets : la négociation sur les articles et leur formulation; et celle sur les éléments chiffrés du contrat. **Cet addendum au contrat-type de la SAJ** porte exclusivement sur les éléments chiffrés puisque si celui-ci est adopté, tous les articles y figurant répondent déjà aux problématiques des auteurs et autrices, notamment sur la récupération des droits, le nom sur la couverture, ou encore l'étendue de la cession. Si vous utilisez une autre base de contrat, provenant de l'éditeur, nous vous conseillons de vous référer au guide des contrats de la SAJ qui revient en détail sur toutes les clauses que vous pouvez retrouver dans les contrats d'éditeurs, pour éviter qu'une clause abusive ne se retrouve dans le contrat final.

Concernant les éléments chiffrés (qui correspondent aux différents articles du contrat où une valeur doit être inscrite), le présent document doit être pris pour ce qu'il est : un état des lieux à la fois subjectif (car issu de la réflexion au sein du CA de la SAJ) et daté (en fonction des avancées en terme de reconnaissance, et de l'état des équilibres entre auteurs et éditeurs). Il a donc vocation à évoluer et à être affiné au fil du temps. Pour chacun des éléments chiffrés sur lesquels il peut y avoir une négociation et une discussion, nous avons choisi l'approche suivante :

Un système de « feu tricolore » qui définit à la fois ce qui est inacceptable dans un contrat; ce qui est la « norme », la moyenne observée de manière empirique dans le milieu du jeu de société en France aujourd'hui; et ce qui apparaît comme des propositions au-dessus des attendus.

N'oubliez pas qu'une négociation réussie est une négociation où les deux parties sont satisfaites, et qu'il faut donc savoir lâcher sur certains points pour obtenir des avancées sur d'autres. La SAJ est également à votre disposition pour toute relecture de contrat et discussion afin de vous accompagner dans vos démarches.

SYSTÈME DE NÉGOCIATION

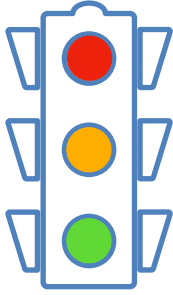


Ligne rouge. Ne pas accepter cette clause

Clause acceptable en l'état
(dans la moyenne observée dans le milieu)

Bonne clause
(au-delà de la moyenne observée dans le milieu)

Article 1 : Territoire



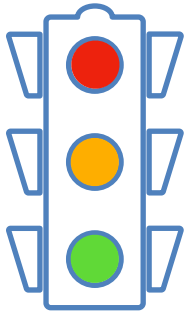
Monde entier si l'éditeur n'a pas d'accord de distribution export déjà en place

Monde si l'éditeur a des accords de distribution export
Accord pays par pays.

France & territoire francophone

Un éditeur a tout à gagner à obtenir les droits Monde du jeu car l'export représente une partie non négligeable du Chiffre d'Affaires (CA) d'un éditeur bien installé. L'auteur est donc bénéficiaire si l'export a lieu. Cependant, s'il s'agit d'un petit éditeur ou d'un éditeur n'ayant jamais eu de localisation pour leurs jeux précédents, signer les droits Monde peut empêcher l'auteur de donner une nouvelle vie à son jeu à l'international. La SAJ préconise l'adaptation de ce point en fonction de la nature de l'éditeur au moment de la signature (et non pas de ses ambitions futures...).

Article 3.1 : durée de cession



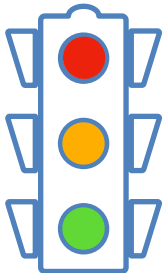
Durée légale (70 ans post mortem) sans possibilité de récupérer les droits (mévente, faillite, non sortie,...)

Durée légale (70 ans post mortem) avec possibilité de récupérer les droits facilement.

5 ans à 10 ans renouvelable

L'ambiguïté juridique dans laquelle se trouve le jeu de société peut être à notre avantage ou à notre désavantage. La norme dans l'édition est une cession de droits d'une durée de 70 ans post mortem (70 ans après la mort de l'auteur), ce qui peut être un peu longuet... mais qui est acceptable dans le livre car des articles spécifiques du CPI protègent ces auteurs en cas de litige. Ce qui n'est pas le cas pour nous. Il est donc fondamental de faire apparaître dans le contrat la possibilité de récupérer les droits en cas de problème (mévente, faillite, non sortie,...). Le plus simple étant une reconduction tacite tous les 5 ans, ce qui dépasse de beaucoup la durée de vie de plus de 95% des jeux qui sortent.

Article 4.1 : tirage initial



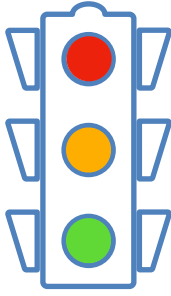
Moins de 1000 exemplaires / pas de quantité indiquée

3000 exemplaires

5000 exemplaires ou plus

Tirer un jeu à moins de 3000 exemplaires n'a quasiment aucun sens économique pour un éditeur, en dehors de projets très marginaux. Si ça n'a pas de sens pour eux, cela n'en a pas pour nous non plus. Les Droits d'Auteurs sur moins de 3000 exemplaires sont rarement suffisant pour justifier l'investissement en temps des auteurs/trices. 3000 exemplaires est un 1er tirage standard pour la France. 5000 ou plus signifie que l'éditeur - et son distributeur - commence à y croire sérieusement. NB : il est extrêmement rare qu'un éditeur puisse se positionner sur des tirages export à la signature du jeu mais la solidité des liens export peuvent aussi être un critère de négociation.

Article 4.1 : exemplaires auteur



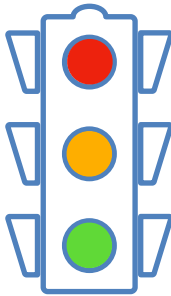
0 exemplaires / des exemplaires après la sortie du jeu

6 exemplaires

12+ exemplaires

Un des moments les plus agréables en tant qu'auteur/trice est de recevoir ses boîtes juste avant la sortie du jeu. Ne pas avoir d'exemplaires auteur ou ne pas les recevoir avant la sortie du jeu est inadmissible. 6 exemplaires est la norme (même si celle-ci dépend de la taille du jeu). Au-delà, c'est du bonus, mais toujours agréable. Sachez que cela ne coûte proportionnellement quasiment rien à l'éditeur qui offre souvent 10 à 20 fois plus d'exemplaires à la presse et à l'export. C'est une question de respect vis-à-vis de notre travail.

Article 4.1 : délai de mise en production



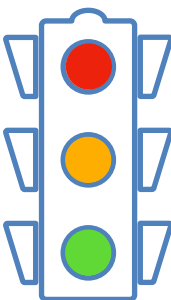
4 ans ou plus / pas de date

24 mois

12 mois

Editer un jeu peut prendre beaucoup plus de temps que l'on imagine. Il faut être prêt à patienter... mais pas éternellement. Il faut impérativement qu'il y ait une date fixée pour pouvoir récupérer les droits en cas d'abandon du projet par l'éditeur. Un délai raisonnable est autour de 24 mois pour passer de la signature à la sortie du jeu. Certains projets et certains éditeurs avec un catalogue moins fourni peuvent sortir en moins de temps. En dessous de 24 mois, c'est surtout un engagement sur la priorité donnée au projet par l'éditeur, qui peut tout à fait être un axe de négociation.

Article 7.1 : avance



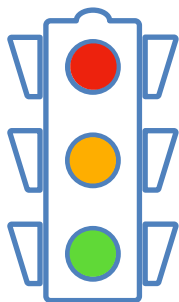
Moins de 500 euros / pas d'avance

1000 euros

Le montant des Droits d'Auteur du 1er tirage

L'avance est la concrétisation matérielle de l'engagement moral de l'éditeur à sortir le jeu signé. Ne pas donner d'avance, c'est symboliquement montrer qu'on ne croit pas au jeu, quels que soient les moyens que l'éditeur affirme avoir. Il faut exiger une avance. Moins de 1000 euros d'avance est insuffisant au vu des espérances économiques standard dans le monde du jeu. La SAJ conseille que l'avance soit équivalente au montant des DA du premier tirage (donc proportionnelle à la « taille » du jeu) puisque pour qu'un éditeur s'engage vraiment, il faut qu'il puisse considérer qu'il va écouler son stock initial, ou en tout cas, que cela soit son objectif.

Article 7.2 : Pourcentages et Droits d'Auteur



Chiffre d'Affaires (CA) Distributeur / CA Editeur amendé

Chiffre d'Affaires (CA) Editeur

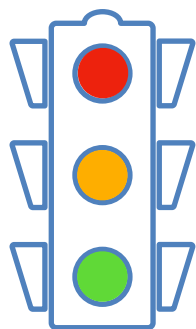
Prix Public Hors Taxe (PPHT)

Avant de pouvoir discuter pourcentages, il est indispensable de vérifier - et de négocier - sur quelle base se portent ces pourcentages. 10% du Chiffre d'affaires de l'éditeur n'a rien à voir avec 10% du Prix Public Hors Taxe. Aujourd'hui, la majorité des contrats est encore au CA Editeur, c'est-à-dire le prix de vente du jeu par l'éditeur à son distributeur, ce qui peut avoir une certaine cohérence puisqu'on travaille en partenariat avec un éditeur pour le succès du jeu et qu'on devrait gagner proportionnellement aux gains de l'éditeur.

Nous déconseillons fortement toute version du CA éditeur amendé, c'est à dire un CA éditeur qui ne prendrait pas en compte les frais de transport ou le coût de leur agent export. Le CA éditeur doit être TOUT l'argent récolté par l'éditeur grâce à votre jeu, et pas autre chose.

Nous déconseillons également les contrats basés sur le CA Distributeur (le prix de vente des distributeurs aux boutiques) parfois pratiqué par des éditeurs distribuant leurs propres jeux. Les pourcentages sont en général plus faibles pour compenser le CA plus élevé, ce qui est logique. Mais ce qui cache un risque important : votre contrat est signé avec un éditeur et non le distributeur. Si demain, l'éditeur décide de ne plus se distribuer lui-même, ou de passer par un autre distributeur à l'export, rien ne viendra compenser votre faible pourcentage.

Nous préconisons plutôt de choisir un pourcentage lié au PPHT (Prix Public Hors Taxe), le prix final moins la TVA. Les avantages sont multiples : le contrat en question se rapprocherait ainsi des contrats d'édition d'oeuvres de l'esprit, comme pour le livre ou la musique, légitimant alors notre travail. Le contrat est également plus transparent puisque l'on sait à l'avance ce que l'on va toucher et que nous ne dépendons pas des négociations de l'éditeur qui pourrait, par exemple, voir un intérêt à vendre le jeu à l'export à un faible tarif pour y faire rentrer le reste de son catalogue. Nous ne sommes pas la variable d'ajustement de l'éditeur. Comme il n'y a pas encore de prix fixe dans le monde du jeu, nous vous conseillons de faire figurer en plus un montant plancher en euros pour votre rémunération, basé sur le Prix Public Conseillé, ce qui clarifie encore plus vos futurs revenus.



Moins de
2% du PPHT

Moins de
4% du CA distributeur

Moins de
6% du CA éditeur

3% du PPHT

6% du CA distributeur

8% du CA éditeur

4% du PPHT
évolutif

8% du CA distributeur
Évolutif

10% du CA éditeur
Évolutif

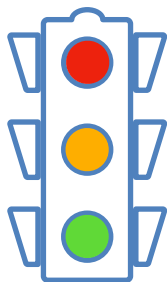
Le tableau ci-dessus résume - très succinctement - les équivalences entre les différents types de contrat. Comme vous n'avez, en tant qu'auteur, aucune maîtrise sur la marge de l'éditeur, du distributeur ou de la boutique, les équivalences sont à prendre avec des pincettes mais elles correspondent à une moyenne dans le secteur du jeu de société.

La norme aujourd'hui se situe autour de 3% du PPHT / 6% du CA distributeur / 8% du CA éditeur. Toute proposition inférieure doit être étudiée avec circonspection. Sachez qu'en dessous de 2.5% du PPHT, la jurisprudence (du livre) considère le contrat comme une fraude...

Nous vous conseillons, en plus de faire attention aux pourcentages, de demander des droits évolutifs, c'est à dire que le pourcentage augmente au fil du succès du jeu. Plus le jeu s'installe et se vend, plus l'éditeur peut faire des tirages plus importants auprès de son usine (avec donc une marge plus importante), tout en ayant compensé l'investissement initial. Les paliers des taux évolutifs sont également à négocier. Nous vous conseillons d'avoir des paliers avec des quantités réalistes dans le monde du jeu : 0 à 10k / 10k à 30k / 30k à 100k. Et aussi d'avoir un palier « de succès » au cas où votre jeu fonctionne au delà des espérances (un palier à 250k ou 500k), le succès étant toujours une possibilité.

Ne vous laissez pas non plus dire que seul l'éditeur prend un risque financier (d'ailleurs souvent modéré par une commande ferme de leur distributeur pour une partie de la production initiale) car votre risque financier en tant qu'auteur est tout le temps que vous avez investi dans le projet sans assurance de rémunération, temps que vous auriez pu passer à d'autres activités rémunératrices.

Article 7.3 : droits licence



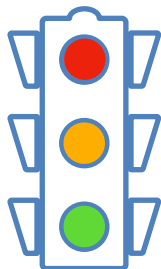
Moins de 25% du CA éditeur

33% du CA éditeur

50% du CA éditeur

Les licences (la production d'un jeu pour un éditeur étranger, par cet éditeur, contrairement à de l'export « classique ») sont en général plus facile à signer par les éditeurs et moins rentables pour eux et pour nous. Mais ils n'impliquent quasiment aucun travail de la part de l'éditeur. Il est donc normal que nos DA soient significativement plus élevés. 1/3 des revenus de l'éditeur est la norme pour une licence. 50% est l'objectif vers lequel on doit tendre. NB : même si on conseille très très fortement de ne pas donner les droits d'adaptation numérique dans le contrat initial, les % pour ce type d'adaptation doivent être basés sur le même système que la licence.

Article 7.4 : goodies



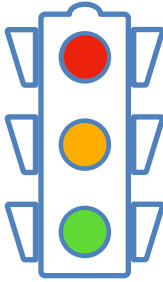
Pas de rémunération

33% du CA éditeur

50% du CA éditeur

Le principe fondamental de la rémunération des auteurs / autrices doit être que si l'éditeur gagne de l'argent grâce à votre jeu, vous aussi. Il en va ainsi de la rémunération des goodies / promo pack et autres objets promotionnels. L'éditeur capitalise sur la réputation du jeu (ou la vôtre) afin de commercialiser des accessoires. Il est normal que vous touchiez de l'argent dessus. Ne toucher aucune rémunération est inacceptable et la jurisprudence est de notre côté. 1/3 des revenus est standard. N'hésitez pas à demander davantage.

Article 7.6 : périodicité DA



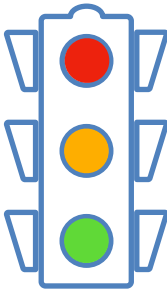
Chaque année

Chaque semestre

Chaque trimestre

La fréquence des versements de nos droits est un point crucial des négociations car elle conditionne souvent notre capacité à vivre de ceux-ci. Un versement annuel est inacceptable, tout autant que les excuses du type « notre logiciel / notre comptable ne sait pas faire ». Les éditeurs sont capables de payer tous leurs fournisseurs à 60 jours (c'est même la loi). Le secteur du Livre vient d'entériner le paiement par semestre. Exigez le paiement par semestre, voire par trimestre. Par ailleurs, veillez à ce que le délai de paiement de ces versements n'excède pas 30 jours (car si paiement semestriel mais avec 180 jours pour vous payer, ça revient à une année...)

Article 9 : ventes à auteur



Pas de ventes à l'auteur

Prix distributeur

Prix éditeur

C'est souvent un détail, mais pas pour tous les auteurs / autrices. L'auteur n'a généralement pas le droit de vendre le jeu lui-même, ce qui se comprend puisqu'on cède nos droits de reproduction. Mais les exemplaires d'auteur peuvent ne pas être suffisants et pouvoir en acheter directement auprès de l'éditeur paraît normal. Nous ne sommes pas un client comme un autre sur notre propre jeu. Le prix distributeur (c'est-à-dire celui que les boutiques paient au distributeur) semble logique puisque les commandes boutiques excèdent rarement la douzaine d'exemplaires à chaque fois et le distributeur est bien capable de leur fournir la commande. Un geste de la part de l'éditeur peut être de mettre le prix éditeur, c'est-à-dire celui auquel il vend le jeu à son distributeur.