

# Sommaire

Avant-propos	6
Bien utiliser ce livre	8
Introduction	10

## Chapitre 1 L'illustrateur, un artiste 14

L'illustration, une discipline	16
La nouvelle vague d'illustrateurs	18
L'école d'art	22
Un travail accaparant	23
Étude de cas : John Clementson	24
À vous de jouer...	26
Questions de synthèse	27

## Chapitre 4 Communiquer ses idées 94

Des idées, pour quoi faire ?	96
Le cahier des charges	100
Explorer le sujet	102
Trouver l'inspiration	106
Le brainstorming	110
Expliquer le <i>rough</i>	118
Étude de cas : Damian Gascoigne	120
À vous de jouer...	122
Questions de synthèse	123

## Chapitre 5 Comment y arriver ? 124

Le marketing personnel :	
savoir se vendre	126
Le book	132
Le site Internet	137
Se faire connaître	140
Les agents d'illustrateurs	142
Techniques de présentation	144
Étude de cas : Ben Kelly	146
À vous de jouer...	148
Questions de synthèse	149

## Chapitre 2

### Le médium est le message

28

Le pouvoir du crayon	30
Le monde de la matière	34
Des médiums insolites	38
L'utilisation de la photographie	40
Le mélange des techniques	42
L'utilisation de l'ordinateur	44
Étude de cas : Tim Vyner	48
À vous de jouer...	52
Questions de synthèse	53

## Chapitre 3

### De la production aux débouchés

54

Panorama	56
L'illustration de presse	58
L'illustration de livre	64
L'illustration de mode	68
L'illustration publicitaire	72
L'illustration dans le secteur de la musique	78
La collaboration avec les studios de création graphique	82
Les projets personnels	86
Étude de cas : Olivier Kugler	90
À vous de jouer...	92
Questions de synthèse	93

## Chapitre 6

### La réalisation

150

Le matériel de base	152
L'atelier	156
Ressources et documentation	158
Conseils et suggestions	160
Statut juridique et régime fiscal	162
Étude de cas : Howard Read	164
À vous de jouer...	166
Questions de synthèse	167

Contacts	168
Bibliographie	170
Liens utiles	171
Glossaire	172
Index	174
Remerciements	176
Une approche éthique	177