

ÉTAT DES LIEUX FILIÈRE MÉTIERS D'ART



RESULTATS PRÉSENTÉS LORS DE L'AG
Lundi 20 avril 2015 – Besançon

Action réalisée grâce à la participation



du Conseil Régional de Franche Comté



N V CONSULT

Métiers d'Art en Franche-Comté & NV Consult

Méthodologie

- **Cet état des lieux est le second du genre (le premier réalisé en 2008) et permettra donc de pointer les principales évolutions**
- **Fichier de 397 entreprises établi par MAFC au cours des années**
 - une précieuse base de données que peu de régions possède et pour cause : la difficulté de recenser les entreprises des métiers d'art au regard de leur diversité tant de statut que d'activité

Relance à plus de 200 entreprises

101 questionnaires exploités (dont 61 adhérents)

Cette enquête a été complétée qualitativement par des rencontres d'entreprises et dirigeants au nombre de 7.

Rappelons ici, que le nombre de bénéficiaires des actions du groupement MAFC est de plus de 180 (soit plus de 45 % du fichier qui bénéficie du travail du groupement)

SOMMAIRE

3

Introduction :

Méthodologie – Contexte – Définitions

A / Les résultats de l'enquête et les évolutions

1. Les Hommes dirigeants d'une activité
Métier d'Art
2. Les structures : activités et résultats
3. La production
4. Le commercial
5. La rentabilité et les perspectives
 - Le réseau partenarial et la place de MAFC
 - l'avenir et les propositions des artisans pour MAFC

B / Les enjeux majeurs

C / Les scénarios pour l'avenir

Introduction : Contextes - définitions

LE TISSU ECONOMIQUE FRANC-COMTOIS

- **88 700 établissements**
- 1,6 % de l'ensemble des établissements implantés en France

20^e rang des régions françaises (=celui de la population régionale)

- Au 31/12/2010

L'artisanat franc-comtois

- **19 500 entreprises artisanales**
- soit 1,8 % du total national

38,4 % de ces entreprises sont localisées dans le Doubs

- Au 1^{er} janvier 2012

Le secteurs des métiers d'art en France

- 38 000 entreprises inscrites dans les chambres de métiers et de l'artisanat

- + 4 400 professionnels inscrits à la Maison des artistes

+ les grandes entreprises axées sur le très haut de gamme et le luxe relevant des CCI

- Selon l'INMA

Les métiers d'art en FC représenteraient environ 1% du total national

Selon les estimations de l'ARD, (Agence Régionale de Développement) **plus de 22 000 Francs-Comtois travaillent dans l'industrie du luxe et du haut de gamme** dont 15 000 en Suisse. Les 7 000 Francs-Comtois qui travaillent dans le luxe en Franche-Comté se répartissent dans plus de 200 entreprises (données 2012).

9 établissements francs-comtois sur 10 ont entre 0 et 9 salariés

Seuls 475 établissements comptent 100 salariés ou plus, soit 0,5 % des établissements francs-comtois (emploient 37,5 % des salariés)

Définition légale des « Métiers d'Art »

- L'article 22 de la loi n° 2014-626 du 18 juin 2014 – relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises – remplace l'article 20 de la loi du 5 juillet 1996

- Selon cet article, « relèvent des métiers d'art, [...]»
 - ▣ les personnes physiques ainsi que les dirigeants sociaux des personnes morales
 - ▣ qui exercent, à titre principal ou secondaire,
 - ▣ une activité indépendante
 - ▣ de production, de création, de transformation ou de reconstitution, de réparation et de restauration du patrimoine,
 - ▣ caractérisée par la maîtrise de gestes et de techniques en vue du travail de la matière
 - ▣ et nécessitant un apport artistique ».

Dans notre étude, nous avons appliqué la définition précédente,
avec sa nomenclature de 217 métiers et 19 branches

La liste des métiers devant paraître par décret ne l'est pas encore à ce jour

UN SECTEUR ACTIF DE L'ÉCONOMIE RÉELLE

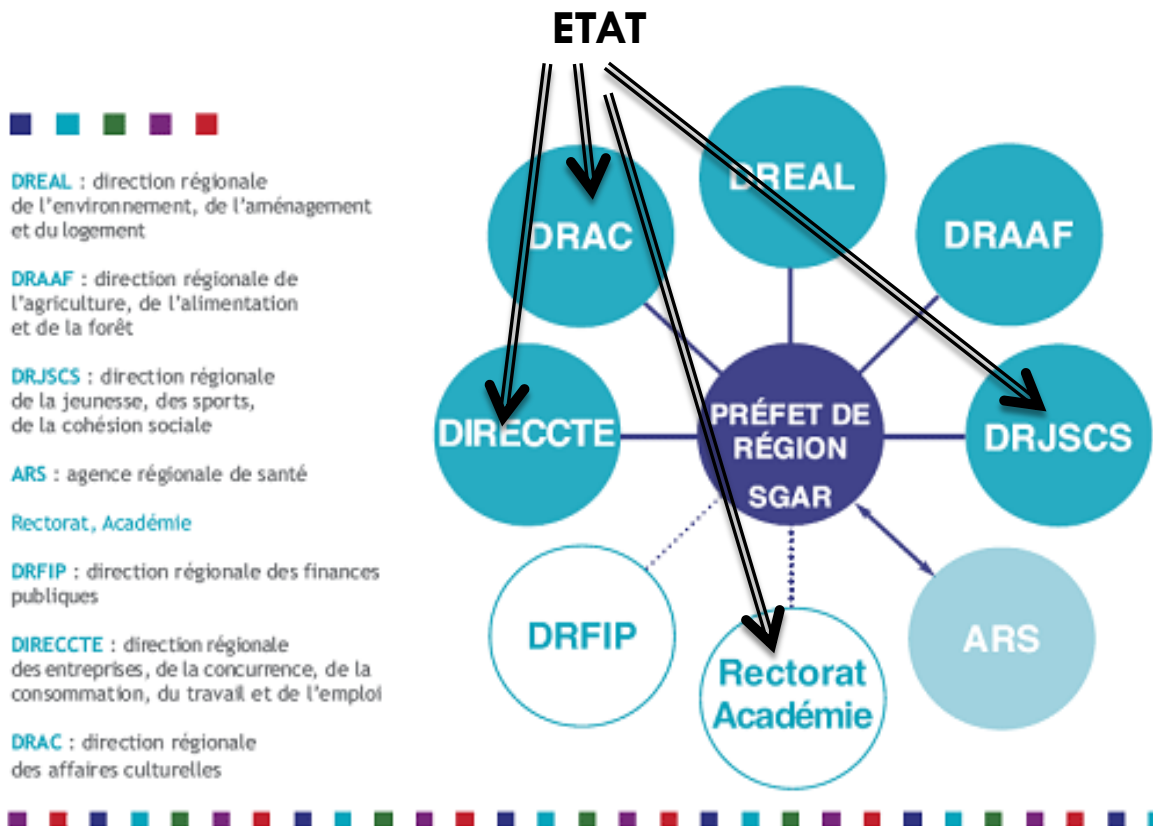
- Les entreprises de métiers d'art intègrent un écosystème riche et multiple
- Elles peuvent ainsi se rattacher
 - ▣ à l'économie du tourisme et des territoires
 - ▣ du patrimoine
 - ▣ à l'univers du luxe si présent à l'export
 - ▣ ou encore à la sphère dynamique des industries culturelles et créatives

Source INMA

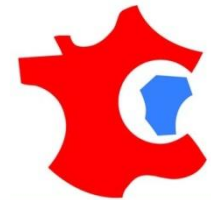
- **L'Institut National des Métiers d'Art (INMA)** est une association reconnue d'utilité publique et d'intérêt général. Il est placé sous la triple tutelle :
 - ▣ du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche
 - ▣ du Ministère de la Culture et de la Communication,
 - ▣ du secrétariat d'État au Commerce, à l'Artisanat, à la Consommation, et à l'Économie sociale et solidaire.

Le secteur Métier d'Art à l'échelle institutionnelle régionale

MAFC en liens Pluri - disciplinaires



Conseil Régional



Franche-Comté
Conseil régional

Economie
Tourisme
Culturel
Développement des territoires
Développement durable

A/ LES RESULTATS DE L'ENQUETE

Partie 1 : Les Hommes

SYNTHESE

- ◆ A 51.5% une femme
- ◆ De 48.5 ans
- ◆ Ayant 20 années d'expérience dans le métier
- ◆ Installée depuis plus de 15 ans
- ◆ C'est la seule activité
- ◆ Majoritairement diplômée dans le supérieur à presque 60%
- ◆ D'abord une réorientation pour 56%
- ◆ Très satisfaite de leur choix à 75%
- ◆ Avec une difficulté à en vivre pour presque la moitié

EVOLUTION

- ◆ Augmentation formation initiale supérieure
- ◆ Davantage de reconversion
- ◆ De plus en plus expriment la difficulté de vivre de leur métier tout en étant très largement satisfaits de leur choix
- ◆ Développement d'une démarche ancrée sur la dimension passion personnelle avec des besoins d'accompagnement dans les fonctions de chef d'entreprise

Partie 2 : Les structures activités résultats

SYNTHESE

- ◆ Essentiellement une entreprise individuelle
- ◆ A + de 50% en régime fiscal micro-entreprise
- ◆ 40% d'auto-entrepreneurs
- ◆ D'abord sur les secteurs : bois – bijoux – terre
- ◆ Majoritairement pour 58% avec un CA inférieur à 27 000 €
- ◆ Au moins 1/3 ont des difficultés de rentabilité
- ◆ D'abord des créations avec peu d'investissements de départ (moins de 20ke)
- ◆ Des personnes qui se forment au métier avant de s'installer
- ◆ Avec peu de compétences de chefs d'entreprises (= les difficultés de départ : commercialisation, gestion)

EVOLUTION

- ◆ De – en – de sociétés
- ◆ Très peu de reprises
- ◆ De + en + d'auto entreprises
- ◆ Des entreprises avec des CA en baisse, des structures plus petites voire très petites
- ◆ Développement de la philosophie basée sur le créatif
- ◆ Tendance à l'apparition d'un groupe ayant un très faible CA et très peu de revenus

Partie 3 : La production et ses moyens

SYNTHESE

- ◆ Avec un savoir-faire rare et spécifique pour 1/3
- ◆ Travaillant seuls à 77%
- ◆ Possèdent un lieu de vente pour 1/2
- ◆ Très très impliqués et engagés dans le développement durable

EVOLUTION

- ◆ Baisse du modèle travail en couple avec conjoint
- ◆ Difficulté pour les entreprises employeuses de le rester et les nouvelles de le devenir
- ◆ Moins d'entreprises possèdent un lieu de vente mais + en collectif

Partie 4 : La commercialisation et le marketing

SYNTHESE

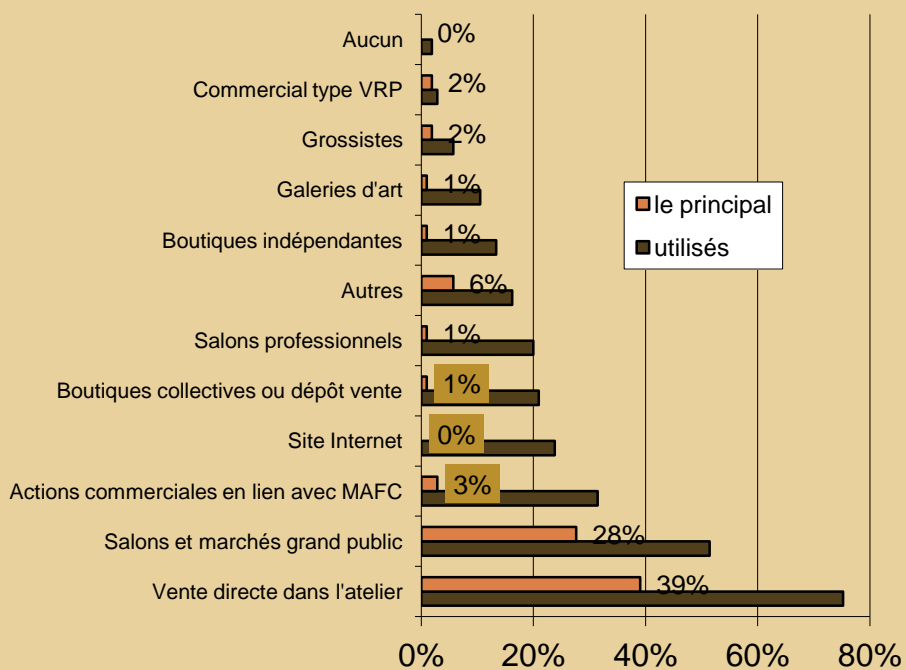
- ◆ Commercialisant à des clients particuliers
- ◆ Zone de chalandise locale
- ◆ Marché de proximité
- ◆ En vente directe à l'atelier puis sur les marchés en premier lieu ceux organisés par MAFC puis sur Internet
- ◆ Accueil et vente aux touristes
- ◆ Baisse des ventes dans les marchés traditionnels (Noël par ex. et donc pour + de 1/3 baisse du fichier client)

EVOLUTION

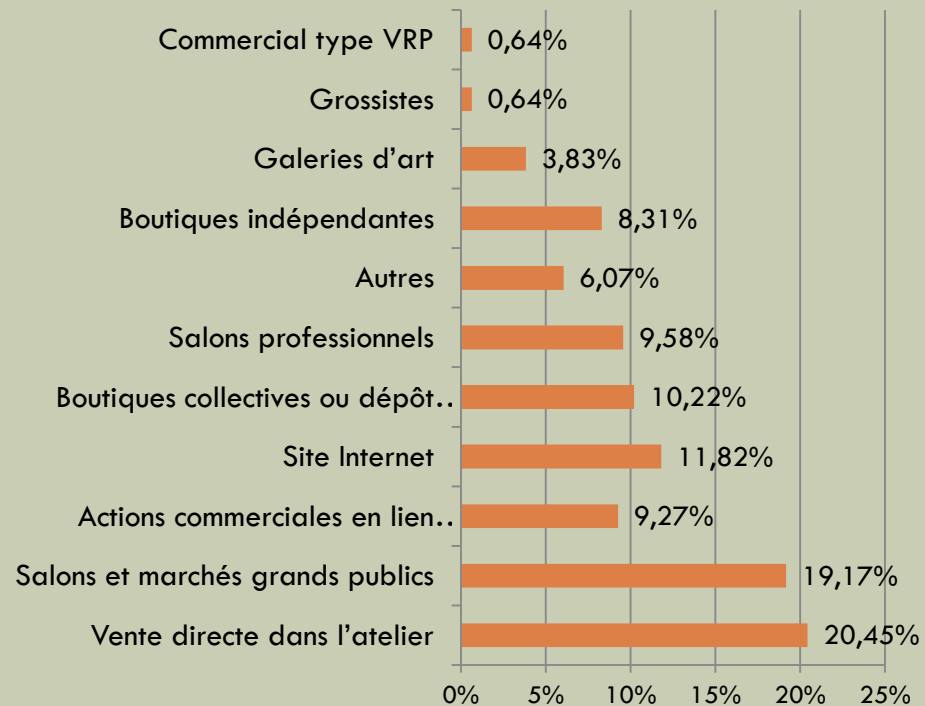
- ◆ Tendance vers le marché des particuliers (+)
- ◆ Beaucoup plus de e-commerce et de sites internet
- ◆ Bond en avant sur Sites + Amagalerie + actions MAFC
- ◆ + d'accueil de touristes
- ◆ CA à l'export – d'entreprises dans cette stratégie
- ◆ Nette amélioration des outils marketing et notamment sites

COMMERCIALISATION

Modes de commercialisation 2008



Principaux modes de commercialisation



Nette évolution depuis 2008 avec une grande diversification des modes de commercialisation
 Un grand bond de la vente en ligne, des boutiques collectives et des actions MAFC

LES BESOINS EXPRIMES

Besoins exprimés par 43 entreprises en matière de communication :

- ❑ **Le financement des actions**
- ❑ **Des conseils** : Avoir un regard professionnel d'un communicant comme conseil / Conseils sur la négociation avec galeries d'Art et magasins
- ❑ **De la communication** :
 - ❑ Besoins : mettre en place et communiquer sur un annuaire des manifestations (pour l'Est de la France) / médiatisation des métiers d'art / inciter les collectivités à appliquer les préconisations d'allotissement
 - ❑ Des moyens : développer leur site internet, blogs et améliorer son référencement / Catalogue
- ❑ **De l'appui à la recherche de clients** :
 - ❑ Besoins : cibler une clientèle haut de gamme, de nouveaux lieux d'exposition (galeries), trouver de nouveaux marchés à l'export
 - ❑ Moyens : mutualisation d'un Commercial, agent / Accéder à des salons prestigieux, exposer en galeries
- ❑ **Développer l'export**
- ❑ **Gestion de la relation client** : mise en valeur de ces produits et présentation de ces produits (photos)

Partie 5 : La rentabilité : les évolutions et les perspectives

1. La rentabilité

2. Le réseau partenarial et la place de Mafc

3. L'avenir et les propositions des artisans

La rentabilité les évolutions et les perspectives

En 2008

Une rentabilité qui « pêche »...

Une très grande disparité de revenus au sein des ménages

2015 : pour 85% (80% en 2009) il ne serait pas possible de faire vivre la famille avec l'unique source de revenus « Métiers d'Art »

2015 : presque autant en dessous de 1250 € (21,5% / 17% en 2009) qu'au dessus de 3000€ (23.5% / 19% en 2009)

2015 : 40% ont un revenu net du ménage inférieur à 1 900€ / en 2009 43%

En 2014

Dégradation de la rentabilité moyenne

Les écarts ont tendance à se creuser Avec 8.5% en dessous de 750€/mois pour le ménage et 21.5% en dessous de 1250€ (17% en 2008)

Environ 1 /3 voient son CA + bénéf + fichier client augmenter (+ que 2008) à peu près autant de baisses 30% et moins en stabilité (37%)

La part moyenne des revenus MA dans les revenus du ménage ont tendance à baisser (de 38% en 2008 à 31% en 2014)

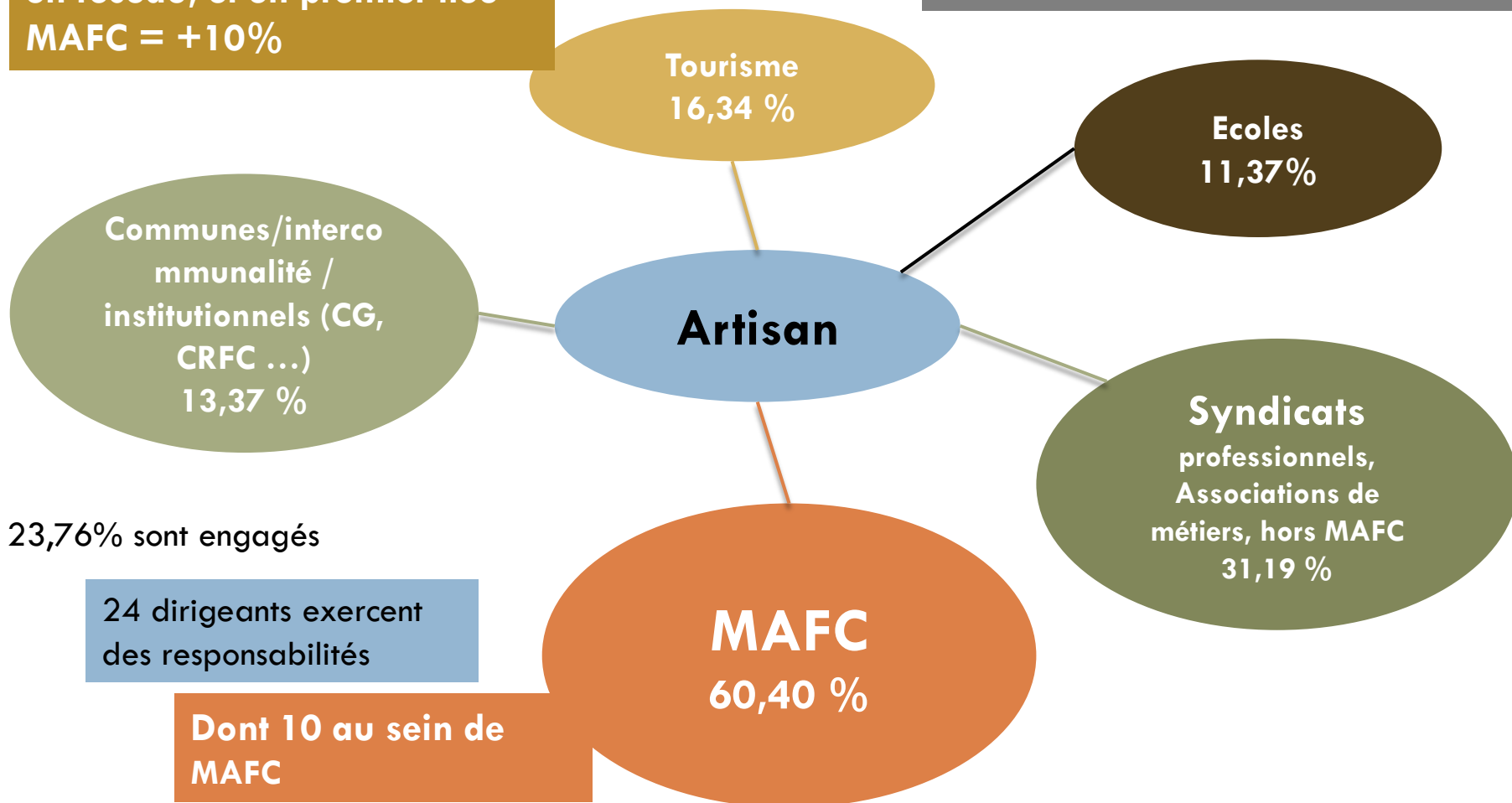
	Effectifs	% 2008		%2014
Moins de 750€	5	5%	8	8.5%
De 751 à 1250€	13	12%	12	13%
De 1251 à 1500€	11	10%	7	7.5%
De 1501 à 1900€	17	16%	11	11.8%
De 1901 à 2300€	14	13%	7	7.5%
De 2301 à 3000€	21	20%	15	16.3%
De 3001 à 5000€	19	18%	21	22.5%
Plus de 5001€	1	1%	1	1%
Ne se prononce pas	5	5%	11	11.9%
Total	106	100%	93	100

Réseau partenarial

Partenariat pour 83,33 %

Nette augmentation du travail en réseau, et en premier lieu MAFC = +10%

Une quarantaine de partenaires cités



23,76% sont engagés

24 dirigeants exercent des responsabilités

Dont 10 au sein de MAFC

Réseau d'entreprises : MAFC

72,97% des sondés pensent que Métiers d'Art en Franche-Comté est le principal représentant et défenseur du secteur des Métiers d'Art en Franche-Comté.

MAFC est connu par 92,08 % des sondés, et est identifié d'abord par ses actions de communication et de promotion, puis par sa charte.

Sur un total de 93 réponses		
Réalise des actions de communication et de promotion des Métiers d'Art	78	83,87 %
Rassemble des Entreprises répondant à une charte bien précise	74	79,57 %
A créé un site Internet pour les Artisans d'Art (amagalerie.com)	73	78,49 %
Défend nos intérêts auprès des pouvoirs publics, c'est le principal interlocuteur de Franche-Comté	67	74,19 %
Est le porte-parole des Métiers d'Art de Franche Comté à l'échelle nationale	67	72,04 %
Réalise des actions commerciales au profit des entreprises	66	70,97 %
Propose des actions de formation	42	45,16 %

**62,24 % connaissent la charte
87,10 % s'en sentent proches**

**Ils sont 50 % à souhaiter être plus
informés des activités de MAFC**

Avenir

Vision de l'activité dans les 5 ans

97 réponses	Nbr réponses	2008	%
Elle se développera progressivement	35	26%	36,08 %
Mon activité se maintiendra telle qu'elle est avec quelques adaptations	26	34%	26,80 %
Je me diversifierai dans d'autres activités que le métier d'art	8	7%	8,25 %
Elle sera en décroissance	7	10%	7,22 %
J'aurai fait valoir mes droits à la retraite	7	14%	7,22 %
J'aurai cessé mon activité	9	11%	9,28 %
Je ne peux pas me projeter aussi loin	26	31%	26,80 %

Plusieurs réponses données

**Plutôt optimistes :
maintien et
développement : 62,89%**

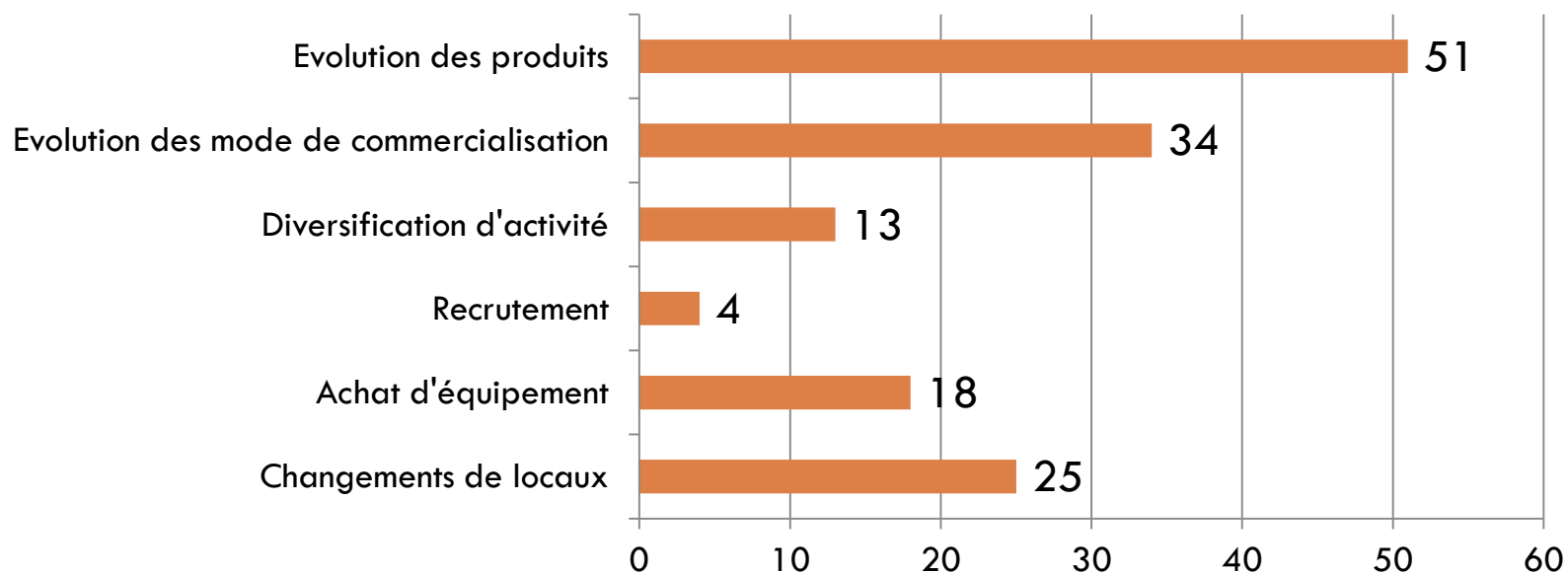
**Diversification ou
décroissance : 15,46%**

Cessation : 16,49%

Incertitude 26,80 %

Avenir

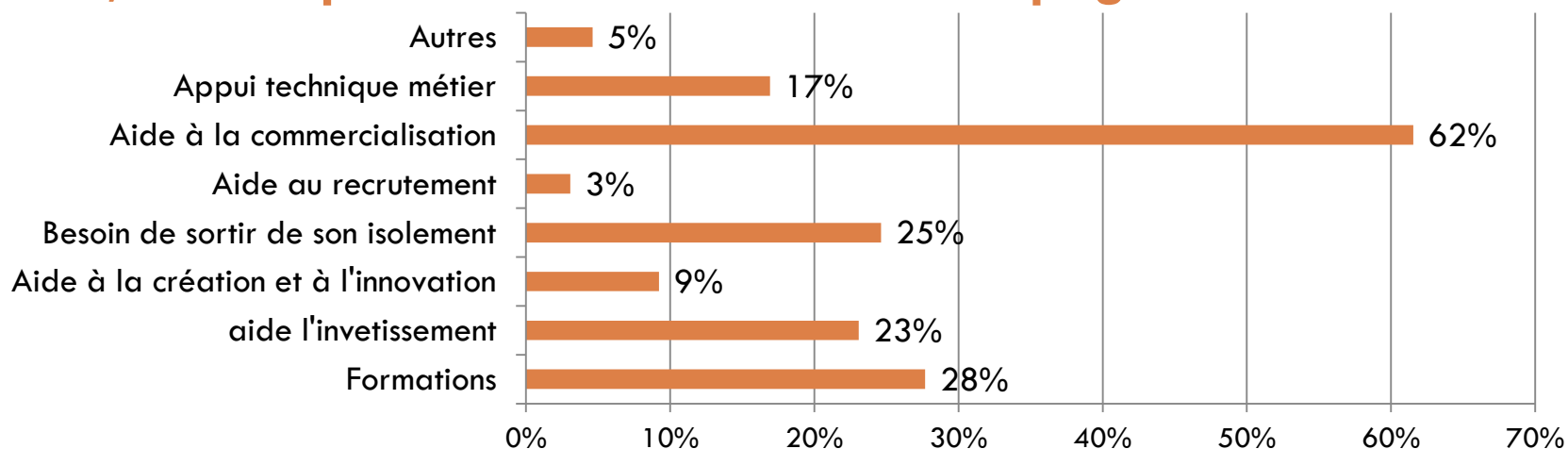
81% ont des projets pour l'avenir :



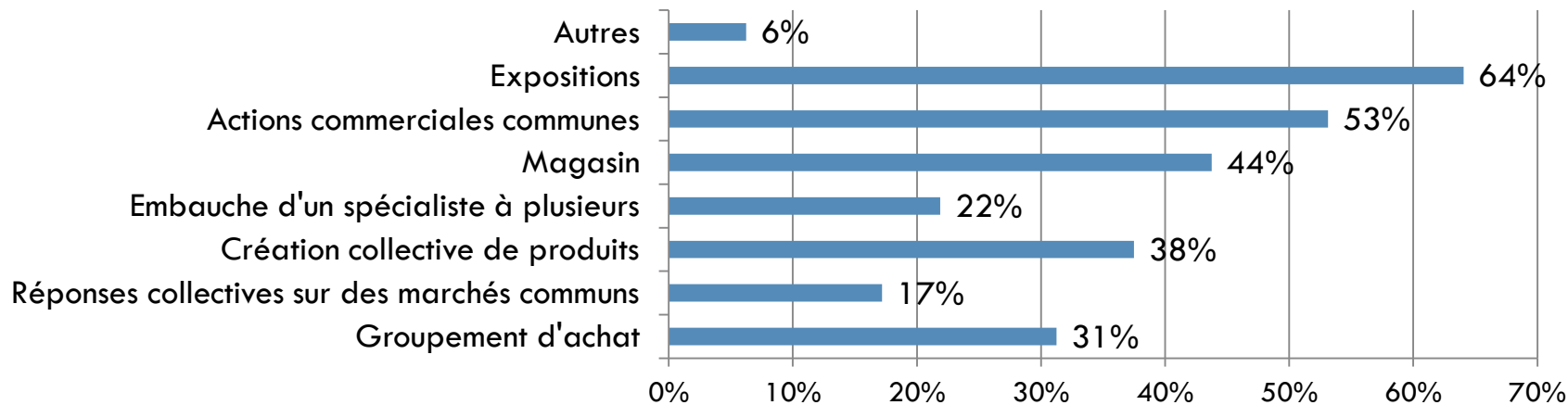
8 dirigeants ont le projet de transmettre leur entreprise dans les années à venir (entre 2015 et 2020)
Ils étaient 17 en 2008

Avenir - accompagnement

64,36% expriment leur besoin d'accompagnement dans :



75,28 % sont favorables à travailler en réseau, dans différent domaines :



Propositions pour pérenniser les entreprises

Contexte politique économique juridique et social

Adapter les réglementations juridiques fiscales et sociales

- Réduction significatives des charges
 - ▣ Arrêter de payer des charges sur 2 années en arrière
- Réduire les charges sur les salaires
- Réduire le taux de TVA de 20 à 5 %

Adapter les réglementations juridiques fiscales et sociales

- Limiter les immatriculations de la CMA qui ne sont pas toujours à la hauteur du savoir faire du créateur d'entreprise (classification et qualification professionnelle)

Adapter les politiques économiques

- Améliorer le pouvoir d'achat des clients

Propositions pour pérenniser les entreprises (Suite)

Pour une communication identitaire et meilleure visibilité commerciale par des sites marchands collectifs non virtuels

Créer des Pôles Métiers d'Art

- ❑ Des locaux communs pour :
- ❑ Travailler : cellules pour artisans
- ❑ Accueillir le public
- ❑ Communiquer
- ❑ Commercialiser

Créer une BOUTIQUE Métiers d'Art permanente et réelle

- ❑ bien située sur une route très touristique
- ❑ dans un endroit passant.
- ❑ Besançon ?

Réaliser des expositions temporaires hors Franche-Comté

- ❑ S'ouvrir sur l'extérieur, Milan, Bâle, Londres, St Etienne ...Lyon, Paris,
- ❑ Organiser une grosse expo dans un lieu prestigieux à Paris ou une grand ville européenne

Propositions pour pérenniser les entreprises (Suite)

Communiquer et promouvoir notre secteur, nos métiers et nos valeurs

- **Interventions dans les écoles pour mettre en valeur les métiers manuels**
- **Communiquer sur nos valeurs**
 - la culture, le patrimoine, la France
 - Le rapport au travail non fragmenté, contrairement aux autres secteurs de fabrication (industrie), rapport privilégié à la matière
 - Les rapports humains basé sur l'intimité et la sincérité.
- **Médiatiser nos savoir-faire**
 - les rendre plus visibles et mettre en avant leur qualité et leur importance en tant que patrimoine commun
 - expliquer le coût de notre travail, montrer les qualités de nos métiers, de nos créations...)
 - Communiquer plus sur les avantages d'engager un artisan local (service de A à Z, garanties, ...).
 - Mettre l'accent au niveau médiatique sur le luxe en Franche-Comté et ses savoir-faire

Propositions pour pérenniser les entreprises (Suite)

Commercialisation

Poursuivre les actions collectives de commercialisation

- Continuer l'organisation des marchés spécifiques par branche
- Encore plus d'expos, de salons, de portes ouvertes, etc...
- Favoriser le développement des ventes sur internet

Trouver de nouveaux débouchés

- Trouver de nouveaux débouchés pour nos produits
- Cas des marchés type marché de Noël où aujourd'hui ce type de manifestations fait place plutôt aux commerçants qui achètent des produits à bas prix, importés des pays à main d'œuvre bon marché

Proposer la mise à disposition de compétences commerciales manquantes

- Avoir des professionnels qui comblent nos lacunes et nous permettent de gagner du temps pour notre savoir faire. Dans mon cas, un commercial

Rôle d'information du Groupement

- Information sur les aides existantes ou à venir, les concours, les expos, etc.

Propositions pour pérenniser les entreprises (Suite)

PISTES POUR LE GROUPEMENT

- Poursuivre dans la démarche de mutualisation des moyens

- Se mettre en veille / évolutions

- design + web + fab labs

- Pérennisation

- Aider les nouvelles entreprises à vivre de leur savoir-faire pour surmonter la grosse vague de départs en retraite.

- Au niveau de notre organisation géographique

- Représentant Métiers d'Art par secteur : Belfort/Montbéliard, Vesoul, Besançon, Gray, Morteau/Pontarlier, Champagnole, Morey/st Claude, Dole, ...

- S'ouvrir en partenaires

- Organiser des échanges, expos avec des artisans ou groupements identiques d'autres pays européens
- Se rapprocher de structures qui défendent les mêmes valeurs de consommation locale et directe (artisanales)

PISTES POUR LE GROUPEMENT

- Initier des groupements d'achats
- Accompagner sur la démarche RSE

B /LES ENJEUX

LES ENJEUX

□ **Filière MA et typologie d'entreprises**

- ▣ Quelles orientations pour encourager le développement de quelles entreprises vers quel modèle?
- ▣ Quelle typologie souhaitée pour l'avenir ?

□ **Loi Pinel**

- ▣ Quelle définition de MA ? Quelles spécificités et caractéristiques défendues ? Comment ? Quelle place demain pour MAFC ? / CMA et autres partenaires

□ **Régionalisation**

- ▣ Aucune lisibilité financière pour l'avenir du groupement après décembre 2015
- ▣ Rappelons que le CR de FC soutient financièrement la filière
- ▣ Voir les scénarios

Filière MA : Quel types de modèles valoriser dans un environnement multi-acteurs ?

MAFC = un des rares Groupements de professionnels en France
Antériorité de + de 25 ans
Une **charte** MAFC

Le label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) est une marque de reconnaissance de l'Etat mise en place pour distinguer des entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence

Des associations locales ou inter – communales
Qui se développent

33 Entreprises label EPV en FRANCHE COMTE
Et un réseau

Vers quel modèle entrepreneurial

Un artisanat d'art qui se dessine avec la loi Pinel
Et un réseau CMA

Une filière du luxe en FRANCHE COMTE

Un pouvoir d'achat en baisse - Une croissance vers le haut de gamme - Des valeurs de proximité

Les enjeux REGIONALISATION

- La régionalisation = vers une grande Région Bourgogne Franche-Comté
- Qu'en sera-t-il des partenaires de MAFC ?
- Peu de lisibilité après le 31/12 /2015
- Quelles orientations pour MAFC ?
- Quelles anticipations ?
- Quel rôle demain ?
- Opportunités ou menaces ??

Une chose semble évidente = le caractère d'URGENCE de la situation qui conditionne la pérennité du groupement

les Régions Bourgogne et Franche-Comté fusionnent au 1er janvier 2016



Marie-Guite Dufay, présidente de la Région FC
François Patriat, président de la Région Bourgogne

2.8 millions d'habitants

Seules deux villes, Dijon et Besançon, dépassent les 100 000 habitants.

Avec en tête Dijon, 152 100 habitants. Besançon en affiche un peu plus de 116 000

Puis 23 communes entre 50 000 et 10 000 habitants et la première BELFORT 50 000hbt

Les premières élections régionales sont organisées en décembre 2015.

Le **mandat** des conseillers régionaux élus en mars 2010 prend fin en décembre 2015.

C / LES SCENARIOS

La problématique

1/ MAFC souhaite t-il ?

- ❑ Continuer à être le groupement de professionnels représentant des entreprises qui se développent, sont économiquement rentables, font vivre leur famille et créent des emplois (en démarche entrepreneuriale et projets de développement économiques), Groupement qui pourrait même dans cet esprit, associer les entreprises de la Bourgogne

ou bien

- ❑ une association locale d'artisans sur des marchés de proximité

2/ Quelle anticipation au regard de la fin de la convention avec le Conseil Régional fin décembre

Les scénarios envisageables

1 / Scénario d'anticipation : MAFC est l'acteur initiateur d'une organisation grande Région

Se positionne comme future tête de réseau des MA de la grande Région

Il est reconnu comme l'expert des MA pour structurer la filière à l'échelle de la grande Région avec des critères clairs de typologie d'entreprises valorisées (charte complétée)

=> Vers la conception d'une nouvelle structure, de nouveaux partenariats, une organisation à inventer et de moyens supplémentaires

2 / Scénario d'attente : MAFC subit la situation, verra et s'adaptera en acceptant les risques

MORT ANNONCEE

Souhaite rester au niveau régional FC et faire perdurer le groupement actuel en acceptant la baisse de moyens et donc d'actions

3 / Scénario mixte : MAFC se positionne comme partenaire potentiel d'autres

MAFC souhaite trouver sa place parmi d'autres en acceptant de prendre le risque de ne plus « avoir la main » et donc un partenaire parmi d'autres

4 / Scénario MAFC disparaît au profit d'AMAGALERIE avec de réelles ambitions nationales

A prendre en compte **AMAGALERIE** comme UN CONCEPT A VALEUR AJOUTEE
une force marketing à l'échelle nationale

A étudier la pertinence de la laisser dans MAFC ou une structure à part...

SCENARIO CHOISI PAR MAFC

Présenté maintenant
par Jeanne-Antide Sulter
présidente de *Métiers d'Art* en Franche-Comté

MAFC comme TETE de RESEAU de la filière Métiers d'Art d'excellence en Région FCB

- Demain la filière MA organisée en Bourgogne Franche-Comté
- Dirigée par des professionnels
- Pilotant politiquement et stratégiquement
- Une structure fédératrice à créer (à inventer)
- Dotée de moyens conséquents
- Comprenant des compétences salariées
- Dans une logique partenariale à construire
- Cela à l'initiative du groupement MAFC

Remerciements

Vous remerciant pour votre attention

Remerciant tous ceux qui ont contribué et permis que ce travail soit réalisé,
en particulier MAFC, ses équipes dirigeantes, ses salariés et ses partenaires
et en premier lieu les professionnels ayant accepté d'apporter leur
contribution en répondant au questionnaire

ou encore en rencontrant NV

Sans eux rien n'aurait été possible

Souhaitant que l'état des lieux présenté ici

Vous soit une réelle aide à la décision

Grace à vos réflexions et échanges en équipes

Pour construire l'avenir de votre groupement de professionnels MAFC

Bien à Vous

Nathalie VALENTIN

N V CONSULT

- Document terminé le 30 mars 2015
- Réalisé par N.V CONSULT

N V CONSULT



Accompagner le Développement Stratégique
Des Entreprises
Des Organisations
Des Territoires
Des Hommes

INGENIERIE – FORMATION – CONSEIL -COACHING

3190 Rue des Féches 88200 Dommartin les Remiremont

& Tel : 03.29.61.83.04

Email : nathalie.valentin88@gmail.com

Entreprise individuelle

Siret : 481 556 710 00020

Code APE 741G

ÉTAT DES LIEUX FILIÈRE MÉTIERS D'ART



RESULTATS PRÉSENTÉS LORS DE L'AG
Lundi 20 avril 2015 – Besançon

Action réalisée grâce à la participation



du Conseil Régional de Franche Comté



N V CONSULT

Métiers d'Art en Franche-Comté & NV Consult