

les rencontres nationales des métiers d'Art

« Les Rencontres Nationales des Métiers d'Art »

Actes du 11 décembre 2006

Palais du Luxembourg



« Les Rencontres Nationales des Métiers d'Art »

11 décembre 2006

Palais du Luxembourg

Les Actes des Rencontres



Ouverture de la journée

p 4



Ouverture des Rencontres par Renaud DUTREIL, Ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions Libérales

p 5

1^{re} table ronde « Développement économique et communication : améliorer la visibilité des métiers d'art »

p 7



2^e table ronde « Créer et innover dans les métiers d'art pour s'adapter au marché »

p 13

3^e table ronde « Garantir la transmission des savoir-faire et des entreprises »

p 16



Conclusion des rencontres

p 19

Les Acteurs des Métiers d'Art

Professionnels des métiers d'art :

- 217 métiers
- 38 100 entreprises
- 102 700 emplois

Organismes professionnels :

- Organismes professionnels transversaux
- CFMA – Confédération Française des Métiers d'Art
- AAF – Ateliers d'Art de France
- FNAA – Fédération Nationale des Ateliers d'Art
- SPMA Syndicat Professionnel des Métiers d'Art
- Organismes professionnels sectoriels : unions, chambres syndicales et fédérations, nationales et territoriales

Associations de professionnels :

- Meilleurs Ouvriers de France
- Grands Ateliers de France
- Comité Colbert

Ministères et institutions :

- Ministère des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales
- Ministère de la Culture et de la Communication (Conseil et Mission des Métiers d'Art)
- Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche
- Ministère de l'Emploi, de la Cohésion sociale et du Logement
- La Société d'Encouragement aux Métiers d'Art (SEMA), association reconnue d'utilité publique

Organismes consulaires :

- APCM – Assemblée Permanente des Chambres de Métiers fédère les 106 chambres de métiers départementales regroupées en 22 chambres régionales
- ACFCI – Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie rassemble 155 chambres locales, 20 chambres régionales et 110 à l'international

Acteurs en région :

- Services de l'État en région : préfectures, DRCA, DRAC...
- Délégués SEMA
- Conseils régionaux
- Missions et pôles régionaux métiers d'art
- Conseils généraux
- Communes et groupements
- Réseau « Ville et Métiers d'Art »

Pôles d'innovation métiers d'art :

- CERFAV – Centre Européen de Recherches et de Formation aux Arts Verriers
- IFRAM – Institut de Formation et de Recherche pour les Artisanats des Métaux
- ISFRMP – Institut Supérieur de Recherche et de Formation aux Métiers de la Pierre
- ITEM - Institut Technologique Européen des Métiers de la Musique

Les Rencontres Nationales des Métiers d'Art

Actes du 11 décembre 2006

Ouverture de la journée

Nicole DUTRUC, déléguée générale de l'association « Ville et Métiers d'Art » fait part du regret du sénateur VINÇON, Président de la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées du Sénat, et président de « Ville et Métiers d'Art », de ne pouvoir accueillir personnellement les Rencontres Nationales des Métiers d'Art organisées par la SEMA, mais leur souhaite un plein succès. Serge VINÇON est convaincu que la France a le privilège de regrouper une vaste palette de métiers d'art qui allient à la fois savoir-faire, talent et créativité. Le réseau « Ville et Métiers d'Art » participe à la valorisation de cette force économique, avec les professionnels de la Confédération française des Métiers d'Art et de la SEMA. Serge VINÇON se félicite de l'organisation de cette journée de partage et de réflexion, et remercie le ministre, M. Renaud DUTREIL, d'avoir demandé à la SEMA d'organiser cette importante manifestation dans la continuité des précédentes rencontres. Cette journée devra contribuer à insister sur le rôle économique non négligeable, mais fragile de ces métiers et également sur l'impérieuse nécessité d'être créatif et excellent. Elles devront d'autre part concourir à mobiliser nos jeunes publics vers des professions gratifiantes, aux savoir-faire de qualité et vers des entreprises où un jeune peut connaître, comme disait Pablo Neruda, « la joie du boulanger après le pain ». Serge VINÇON suggère enfin qu'elles puissent favoriser une meilleure connaissance au niveau européen du secteur d'activité des Métiers d'Art, afin qu'ils soient pris en compte dans le cadre de politiques européennes.

Pierre CHEVALIER, Président de la SEMA, ouvre ces rencontres nationales des métiers d'art en exposant les motivations d'une telle manifestation au centre desquelles figure l'ambition de *faire des métiers d'art des métiers d'avenir*. Il explique en effet que les métiers d'art constituent un secteur formé par une multitude de professions, de savoir-faire et d'entreprises. Loin de déplorer cette diversité qui représente une richesse unique, Pierre CHEVALIER n'en considère pas moins que le contexte actuel de concurrence globalisée contraint la profession à mener un certain nombre de réflexions. Les différents exposés montrent que la profession souffre d'un certain déficit d'image auprès du grand public, dont la perception de la profession est positive, certes, mais floue et parfois erronée. Cette reconquête communicationnelle passera par l'affirmation de la modernité des métiers d'art qui requièrent l'exigence du savoir-faire, mais aussi la démarche permanente vers l'innovation.

Marie-Françoise BRULÉ, Directeur général de la SEMA, souligne que les thèmes des tables rondes ont été choisis en étroite relation avec les acteurs représentatifs du secteur. Elle ajoute que l'une des originalités de ces Rencontres consiste dans la prise d'engagements concrets en faveur des métiers d'art de la part des intervenants. A cet égard, il est prévu que l'évaluation de la mise en œuvre de ces engagements soit présentée lors des prochaines Rencontres Nationales des Métiers d'Art en 2008.

Ouverture des Rencontres par Renaud DUTREIL, Ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions Libérales

Renaud DUTREIL se félicite de l'organisation de ces rencontres et remercie la SEMA et son président, Pierre CHEVALIER et son directeur général Marie-Françoise BRULÉ que les partenaires pour le soutien qu'ils apportent à cette partie de l'économie qui, à ses yeux, revêt une importance qui ne se mesure pas uniquement en termes de chiffre d'affaires, de nombre d'entreprises ou de capacité d'exportation. Néanmoins, les chiffres ne sont pas à négliger et, compte tenu de la capacité qu'a la « griffe France » à séduire les consommateurs du monde entier, l'exportation devait être l'un des maîtres mots du développement des métiers d'art.

Partenaire essentiel du ministre de l'Artisanat et des PME, la SEMA doit poursuivre sa démarche, et en particulier les *cahiers des métiers d'art* qui permettent à tous ceux qui s'intéressent aux métiers d'art d'avoir une information exhaustive sur chacun des métiers. En 2003, le caractère particulier des métiers d'art a été officiellement reconnu ; ainsi, 217 métiers d'art ont été identifiés. Il apparaît indispensable aujourd'hui de constituer un annuaire officiel des métiers d'art qui soit accessible sur Internet, tâche que Renaud DUTREIL souhaite confier à la SEMA. Par ailleurs, il n'est pas possible de laisser les métiers d'art à l'écart du mouvement du « e-commerce » qui représente une incroyable ouverture sur le monde, c'est pourquoi il préconise la création d'une plateforme Internet permettant aux artisans d'art de commercialiser leurs productions sous label d'État garantissant leur authenticité.

Renaud DUTREIL évoque les manifestations organisées en 2006 autour des métiers d'art dont le bilan s'avère tout à fait positif, et notamment les *Journées des Métiers d'Art* et les *Rencontres Européennes des Métiers d'Art* qui ont eu lieu à Reims. Convaincu de l'importance de la dimension européenne des métiers d'art, il souhaite un renforcement des échanges entre les pays européens sur les thèmes de l'apprentissage et du compagnonnage, voire la création d'un apprentissage européen.

Il en vient ensuite aux mesures destinées à aider les entreprises du secteur pour surmonter les trois difficultés majeures qu'elles rencontrent : survivre, se développer, transmettre l'entreprise ou le savoir-faire de l'entreprise. Pour aller au-delà des réformes déjà engagées en matière de fiscalité pour faciliter la transmission, la mise en place prochaine d'une prime d'accompagnement permettra d'organiser en douceur la transition.

Par ailleurs, Renaud DUTREIL invite les acteurs du secteur à réfléchir en amont aux actions à mener pour créer le marché. Pour permettre aux petites entreprises de survivre dans une compétition qui est rude et de dégager de la ressource pour innover, le gouvernement a décidé la suppression à partir du 1^{er} juillet 2007 des cotisations patronales sur le SMIC pour les entreprises de moins de 20 salariés, avec un lissage de la mesure sur les salaires jusqu'à 1,6 SMIC. Pour les travailleurs indépendants, qui sont nombreux chez les artisans d'art, des simplifications ont déjà été opérées en matière de charge administrative ; pour les charges sociales attachées à l'artisan entrepreneur, il est désormais prévu la création d'un bouclier fiscal avec un taux unique de cotisations sur le chiffre d'affaires. Une autre réforme importante est celle des FAF (fonds d'assurance formation). La formation est un élément essentiel de la réussite de l'artisanat français, la réforme facilitera l'accession des artisans d'art à des financements pour leur propre formation, qu'il s'agisse de formation métier ou axée sur la gestion d'entreprise.

Certaines entreprises des métiers d'art ont une double nature ; elles sont à la fois le socle du patrimoine économique et les héritières d'une partie de l'identité française. Renaud DUTREIL a souhaité qu'elles soient reconnues et rassemblées sur le concept d'« *entreprises du patrimoine vivant* ».

Ces entreprises présentent un intérêt incontestable, il est donc important que l'État leur apporte son soutien à travers des avantages fiscaux attachés à ce label et une importante communication, avec notamment l'organisation, au cours du premier trimestre 2007, de la « nuit du patrimoine vivant », manifestation dont il faut espérer qu'elle aura un retentissement international. Enfin, Renaud DUTREIL insiste sur le lien entre le design et les métiers d'art et encourage à davantage de collaboration entre les deux domaines.

Pour conclure, Renaud DUTREIL remercie la SEMA et les partenaires qui ont contribué à la modification de l'environnement de ces entreprises. C'est un secteur extrêmement prometteur, non seulement en France, mais également à l'international. Il compte sur la SEMA pour tirer les enseignements des évolutions et appelle à la contribution de tous les acteurs pour que les métiers d'art français soient la plus belle vitrine de notre savoir-faire et que l'ambition de croissance soit aussi une ambition de ce secteur. Certaines entreprises peuvent grandir et devenir les fleurons de cette industrie d'innovation, sujet de passion et d'enthousiasme qui, après avoir été trop souvent oubliée, est aujourd'hui aimée des Français et soutenue par les pouvoirs publics.

1^{re} table ronde
**« Développement économique et communication :
améliorer la visibilité des métiers d'art »**

La première table ronde porte sur l'image et la communication des métiers d'art. Un micro-trottoir diffusé au public souligne la diversité des réactions que suscitent les métiers d'art, néanmoins centrées sur les notions de créativité, de savoir-faire, de patrimoine, de partage et « d'amour des belles choses ».

L'image des métiers d'art auprès du grand public et des professionnels – Une étude quantitative commandée à IPSOS par SEMA et Banque Populaire et présentée par **Christophe CHIROL**, directeur du pôle Corporate d'IPSOS Public Affairs, montre que pour le grand public, le terme « métier d'Art » évoque immédiatement savoir-faire, culture, beauté et liberté d'expression. Cependant, la définition de « métier d'Art » reste floue, le grand public ayant tendance à confondre les métiers d'art et les métiers artistiques. Néanmoins, s'ils sont synonymes de savoir-faire ancestral et de patrimoine, les métiers d'art sont considérés par la plupart des personnes sondées comme des métiers d'avenir avec un fort potentiel de développement pour les jeunes. Dans l'ensemble, les professionnels interrogés se disent plutôt satisfaits de leur situation et l'image qu'ils ont des métiers d'art est assez proche de celle qu'en a le grand public. En revanche, comme les professionnels de la plupart des secteurs, ils estiment le poids des charges et des taxes trop important. Par ailleurs, la concurrence étrangère, le recrutement et la transmission de l'entreprise, l'absence de rentabilité, le développement de l'entreprise et la conjoncture économique sont les préoccupations les plus fréquemment citées.

Le poids économique des métiers d'art – **Serge BOSCHER**, Sous-directeur de la Direction du Commerce, de l'Artisanat, des Services et des Professions libérales au ministère des PME, explique que le manque de lisibilité quant au poids économique réel du secteur des métiers d'art a conduit le ministère des PME à réaliser une étude diagnostique sur cinq ans dans le cadre d'un comité de pilotage réunissant l'ensemble des acteurs nationaux concernés par le sujet. Partant de l'arrêté du 12 décembre 2003 pour identifier les métiers et mesurer leur poids économique, il s'est rapidement avéré nécessaire de définir un périmètre des activités économiques. Parmi les activités recensées par la NAFA qui est la nomenclature de référence en la matière, il a été identifié cinquante-six codes d'activité pouvant présenter un caractère artistique ou rare, et au sein desquels des métiers d'art pouvaient être exercés, qui ont permis d'agréger seize domaines.

Le poids économique réel de ce secteur d'activité est assez surprenant, avec 38 100 entreprises et 102 700 personnes employées. Par ailleurs, les PME et les TPE représentent 99 % du secteur des métiers d'art et, si les grandes entreprises sont très minoritaires en nombre, elles jouent un rôle conséquent à l'export. Malgré une érosion du nombre des entreprises depuis 2003, un tassement de l'emploi salarié, alors que l'emploi non salarié a plutôt tendance à se maintenir, une légère baisse du chiffre d'affaires, mais une stabilisation de la valeur ajoutée et de la profitabilité, le secteur des métiers d'art a un poids économique certain avec des perspectives encourageantes tournées essentiellement vers l'export et l'innovation.

Au cours d'un bref échange avec la salle, trois pistes principales sont mises en exergue pour améliorer la visibilité des métiers d'art : travailler sur une image floue, remettre le souci de transmission au centre de la réflexion et faire face à la question des coûts de production. Il est par ailleurs suggéré de faire une étude comparative sur la situation des métiers d'art dans les différents pays européens. Enfin, les limites des données statistiques sont illustrées par un témoignage sur les trop nombreux artisans qui, pour subsister, se voient contraints d'abandonner l'artisanat d'art pour exercer une activité ne relevant pas des métiers d'art, mais qui restent référencées dans la nomenclature NAFA.

Les expériences de développement économique par les acteurs régionaux – Les métiers d'art contribuent à l'attractivité et à la compétitivité des territoires ; secteur d'activité dynamique, il reste néanmoins fragile, aussi, afin de promouvoir leur développement, divers programmes régionaux ont été mis en œuvre.

Le Président de la chambre des métiers et de l'artisanat de la région Rhône-Alpes, **Alain AUDOUARD**, explique que le programme régional développé dans la région Rhône-Alpes n'aurait pas pu être défini sans une mobilisation des professionnels autour d'un projet partagé. En 2003, à l'initiative de la DRCA, les associations métiers d'art se sont regroupées au sein d'une Union des métiers d'art. Un état des lieux de ce secteur en région Rhône-Alpes a constitué la base de travail indispensable à la définition du PRDMA (Programme régional de développement des métiers d'art). À la fin de l'année 2004, la chambre des métiers et de l'artisanat est apparue comme l'instance fédératrice adéquate pour accorder les acteurs et les partenaires autour d'un projet commun. Dès 2005, une phase de réflexion et de concertation a permis de définir les cinq axes d'intervention autour desquels s'articule le PRDMA : la diffusion d'une charte, le renforcement des formations, le soutien au développement économique et commercial des ateliers métiers d'art, la communication et la promotion auprès du grand public, l'ouverture vers des actions locales. Renforcer l'identification des activités des métiers d'art en un ensemble cohérent et adhérent à des valeurs communes, permettant ainsi une meilleure reconnaissance du secteur par le grand public, favoriser l'essor économique des ateliers d'Art et renforcer l'attractivité des territoires, notamment en matière d'image et de développement touristique, sont les objectifs poursuivis par le Programme régional de développement des métiers d'art.

Le PRDMA porte plusieurs innovations, notamment en termes de gouvernance du dispositif ou d'intégration de techniques de design et d'innovation, mais également en matière de sauvegarde des métiers d'art rares ou de promotion à l'international dans le cadre d'une opération « grand export ». La volonté de l'État et de la Région d'engager un processus partenarial fondé sur une concertation permanente de l'ensemble des acteurs explique la mise en œuvre tardive des premières actions du PRDMA, puisque les premières actions seront engagées début de l'année 2007 sur la base de contrats triennaux. Les facteurs clés de la réussite de ce projet sont un engagement partenarial significatif des acteurs institutionnels et une mobilisation des associations professionnelles.

Ninon DERIENZO, Chargée de mission à la Fédération Régionale des Métiers d'Art d'Alsace, évoque les expériences menées par la FREMAA depuis sa création en 1996, parmi lesquelles une étude de filière cofinancée par la Région. Plus récemment, dans le cadre d'une mission d'intérêt général, la FREMAA a engagé une réflexion stratégique pour le développement des métiers d'art s'articulant autour de quatre axes : le développement économique, le développement culturel, la formation et l'éducation, l'animation et l'aménagement des territoires. Le programme régional de développement des métiers d'art de la région Alsace présente la particularité d'être piloté par des professionnels.

L'expérience réalisée en 2004, portant sur la dynamisation économique et culturelle des entreprises, a montré la nécessité et l'intérêt d'un accompagnement individuel et personnalisé des artisans d'art en leur apportant notamment les outils adaptés à leurs problématiques d'entreprise. Cette étude pilote, conduite sur dix entreprises volontaires, était basée sur un principe de formation par alternance en trois phases (audit, formation didactique et accompagnement en entreprise), la dernière phase s'étalant sur une période d'un an, avec pour objectifs principaux le développement d'une communication marketing plus efficace et mieux ordonnée, avec notamment la création d'un site Internet, et une meilleure maîtrise de la gestion à moyen terme. La mise en œuvre des actions engagées s'est soldée par une hausse spectaculaire des chiffres d'affaires des entreprises ayant participé à la mission et une intensification de leur communication.

Dans son programme 2007 et toujours dans le cadre des quatre axes stratégiques qu'elle a définis, la FREMAA propose un certain nombre d'actions : la publication d'un ouvrage intitulé « *Regard sur les métiers d'art en Alsace* » ; l'animation et l'aménagement des territoires pour la mise en œuvre de projets de développement local autour des métiers d'art ; la réalisation d'un dispositif de transmission des savoir-faire rares ou d'excellence ; l'accompagnement d'un plan de formation sectorielle avec l'identification des besoins du secteur ; organiser une aide à l'accompagnement d'apprentis pour les métiers d'art à faible effectif. Par ailleurs, la FREMAA poursuit ses différentes missions de conseil et d'expertise auprès des collectivités, mais aussi d'éducation et de formation auprès des scolaires. Elle envisage également de renouveler l'expérience d'accompagnement au redéploiement économique des entreprises, initiée en 2004. Enfin, elle organisera deux manifestations : le Forum des arts bâtis de l'espace Rhénan, exposition qui rassemble les professionnels des métiers d'art en patrimoine et tradition, ainsi que les associations de sauvegarde du patrimoine ; le pôle Alsace au salon du patrimoine culturel de Paris.

Au cours d'un bref échange avec la salle, il est souligné la difficulté de mettre en œuvre des dispositifs de transmission des savoir-faire rares.

Le développement économique par la commercialisation au plan national est illustré par deux initiatives particulièrement intéressantes.

Serge NICOLE, Président des Ateliers d'Art de France, livre l'expérience des boutiques initiées à la suite du constat de désaffection des marchés professionnels par les artisans d'art. Le projet s'inscrivait dans une stratégie de reconquête des marchés nationaux avec une volonté de contribuer à la promotion globale de l'ensemble des métiers d'art à travers une action directe d'aide à la commercialisation : la création de boutiques dédiées donnant aux métiers d'art une image de qualité des produits et d'excellente des savoir-faire, mais également de modernité et de dynamisme. Ouvertes en 2001 et réparties sur trois espaces avec chacun une destination commerciale spécifique : la pièce unique, les objets de décoration, les objets cadeaux et, depuis 2006, le mobilier et le sur mesure, les boutiques sont localisées dans un quartier de Paris à très fort pouvoir d'achat, mais situées en dehors des circuits commerciaux et touristiques, et fonctionnent sur le principe du dépôt-vente. Aujourd'hui, 400 artisans d'art y sont présentés et 200 artisans sont physiquement en permanence sur le site.

En proposant des productions de très grande qualité avec une attention indéfectible à la provenance, les boutiques répondent au double objectif de promotion et de commercialisation. Par ce concept nouveau et unique, les boutiques favorisent une fidélisation progressive de la clientèle et offrent aux artisans d'art des perspectives de croissance et de rentabilité.

Devant le succès incontestable de cette expérience qu'ils souhaitent étendre à l'ensemble des grandes villes françaises, les Ateliers d'Art de France réaffirment leur volonté de reconquête des marchés nationaux avec l'ouverture, en 2007, d'un nouvel espace de vente de produits haute qualité métiers d'art à Paris, dans une zone commerciale indiscutable, permettant ainsi de toucher une clientèle à la fois française et touristique, mais aussi d'assurer l'objectif de promotion de l'ensemble du secteur par l'image prestigieuse qui est transmise dans les boutiques en relation avec les objets présentés.

Danielle Le GOFF, Présidente de la Fédération Nationale des Ateliers d'Art, explique que si le réseau « Boutiques Métiers d'Art » lancé par la FNAA permet de répondre aux problématiques rencontrées par les structures consacrées à la vente des produits métiers d'art en termes d'identité, la question de leur rentabilité reste un objectif difficile à atteindre. Les structures consacrées à la vente de produits métiers d'art qui, pour la plupart, sont des boutiques privées ou gérées par des structures collectives, souffrent d'un manque de moyens et de compétences pour transformer le visiteur en client, et surtout pour être identifiées au milieu de boutiques qui, dans un secteur commercial, ont su créer un univers particulier.

Dans le cadre d'un projet européen, la FNAA a réalisé une étude-action avec d'abord un état des lieux, puis une enquête qualitative de la clientèle. Il s'est avéré indispensable d'améliorer l'accueil du public et de susciter son intérêt par une information sur le savoir-faire et les matériaux. La participation à des événements est également apparue comme indispensable pour attirer le public et la presse. Enfin, pour répondre à leurs différentes missions : vendre, valoriser les savoir-faire et promouvoir les métiers d'art, les espaces de vente ont une gestion spécifique avec des marges restreintes et, pour les faire vivre, ils doivent évoluer et pouvoir être reconnus au niveau national.

La phase opérationnelle du projet a donc été marquée par la rédaction d'une charte et la mise en place d'une stratégie pour la constitution d'un réseau avec un logo spécifique. La phase expérimentale a consisté en la mise en place d'une première boutique située à proximité d'un pôle métiers d'art et de cycles de formations dédiées pour les responsables des boutiques.

Le réseau est aujourd'hui constitué et compte cinq boutiques homologuées et un site Internet, le tout accompagné par des actions de communication qui passent non seulement par la présentation des valeurs du réseau, mais aussi par un étiquetage plus explicite des produits quant aux techniques et aux matériaux utilisés. La dynamique du réseau « boutiques métiers d'art » permet ainsi de répondre à l'objectif initial de développement économique et de promotion des métiers d'art. Il ressort du débat avec la salle que le concept des écomusées nord-américains, qui intègrent un pôle formation et des espaces distincts de commercialisation et d'exposition, pourrait apporter une réponse complémentaire aux problématiques posées aux métiers d'art. Par ailleurs, il est souligné que le développement économique et la reconnaissance des artisans d'art passent également par leur participation à des salons.

Les questions de rentabilité des boutiques métiers d'art sont largement évoquées, mettant en exergue la divergence des points de vue qui s'explique par la nature différente des expériences. Enfin, la question de l'image des métiers d'art revient dans le débat avec la notion fondamentale de culture artistique sans laquelle il ne peut y avoir de création digne de ce nom, et la nécessité que l'évolution de cette image passe d'abord par les professionnels pour ensuite pouvoir toucher le grand public.

Le développement des métiers d'art à l'international est l'une des missions d'UBIFRANCE, représentée par son directeur général délégué, **Éric ELGHOZI** pour qui structurer un réseau d'envie et de compétence est l'élément clé du développement. UBIFRANCE permet aux artisans français qui le souhaitent de s'engager dans des initiatives d'exportation à des coûts adaptés à la typologie et à la stratégie de leur entreprise.

Par le biais de la convention signée avec le Comité de liaison des industries de main-d'œuvre (CLIMO) et au travers de nombreuses et diverses actions à l'international, mises en place tant sur les territoires étrangers qu'en France, UBIFRANCE participe au développement économique et au rayonnement des entreprises métiers d'art français. Favoriser l'exportation des produits métiers d'art passe également par la multiplication d'initiatives communes, par exemple la réalisation d'un site Internet fédérateur et la participation à des salons internationaux, car le partage et l'échange sont générateurs de plus-value, d'emploi et d'accroissement du chiffre d'affaires. C'est dans cet esprit qu'a été signée la convention de partenariat entre UBIFRANCE et la SEMA qui scelle l'engagement sur le long terme des deux institutions pour travailler de concert à l'élaboration d'une démarche volontariste et structurée, avec la création d'outils collectifs et individuels pour promouvoir les métiers d'art auprès d'un public plus large, et notamment auprès des jeunes qui, demain, seront les acheteurs des produits métiers d'art, l'objectif étant pour ces entreprises, non plus de survivre, mais de grandir.

Dans le cadre de ce partenariat, précise **Marie-Françoise BRULÉ**, la SEMA jouera principalement un rôle de décodeur des propositions d'UBIFRANCE concernant l'export pour les professionnels des métiers d'art, afin de faciliter pour ceux-ci l'accès à l'information pour leur développement à l'international. C'est dans ce contexte que la SEMA lancera en 2007 une commission sur le thème du « Développement international » dans la continuité de celle sur la qualité dans les métiers d'art.

Bernard BOUVEROT, Président de Haviland USA et des Cristalleries royales de Champagne, apporte son expérience en matière de stratégie de développement et de conquête de nouveaux marchés à l'export sur un secteur traditionnel, celui des arts de la table. Le groupe Haviland, dont la production est intégralement française avec la porcelaine de Limoges (Haviland), l'orfèvrerie toulousaine (Félix) et la cristallerie (Cristalleries royales de Champagne), doit aujourd'hui sa survie à l'export, activité grâce à laquelle il réalise les trois quarts de son chiffre d'affaires.

Avant de parvenir à ce résultat, il était indispensable pour Haviland d'avoir une parfaite connaissance des exigences du marché nord-américain. C'est un continent où la qualité française est reconnue à sa juste valeur, avec une multitude de boutiques et d'espaces de ventes de produits de haut de gamme. Cependant si les Américains apprécient les produits traditionnels, ils privilégient la nouveauté. Pour répondre à ces exigences, Haviland a conclu des partenariats avec des artistes américains pour mêler savoir-faire français et création artistique américaine et a constitué un réseau d'agents ayant une parfaite connaissance de la vente de produits haut de gamme français.

D'autres contraintes complexifient la démarche, notamment une contrainte économique forte : la parité euro/dollar qui oblige à se positionner sur le très haut de gamme, ce qui restreint le champ des cibles économiques à New York et à Los Angeles. Également les procédures export et les questions de normes qui rendent le franchissement douanier ardu et qui impactent les processus de production. Enfin, sur le continent américain, le marché français de la porcelaine est fortement concurrencé par la Chine qui, malgré des prix bas, propose une production de très bonne facture et très innovante.

La volonté d'Haviland d'orienter les marchés à l'export a également eu quelques incidences sur son organisation en France, essentiellement en raison du choc civilisationnel avec les problèmes de langue et la culture de la communication et du marketing qui est beaucoup plus forte aux États-Unis qu'en France, mais également la taille des produits qui nécessite d'adapter les presses – ce qui n'est pas toujours possible – et, pour les artisans, de faire ce qu'ils considèrent comme des entorses à la tradition qu'ils n'acceptent pas toujours de bon gré.

Haviland envisage de reproduire l'expérience sur d'autres continents, et notamment en Asie (Japon) et au Moyen-Orient (Liban), bien sûr en adaptant les productions aux marchés locaux, tout en respectant le savoir-faire français qui, avec l'innovation, est la clé de la réussite. Les professionnels des métiers d'art français ne doivent pas être concurrents entre eux à l'étranger, au contraire, ils doivent s'unir, c'est dans cet esprit qu'Haviland souhaite collaborer avec des artisans individuels, ce qui lui permettra de compléter sa gamme en leur fournissant un outil industriel et un réseau de distribution.

Il est souligné dans la salle que pour être concurrentiels à l'export, les professionnels des métiers d'art français doivent être aidés au-delà de ce qui se fait actuellement, en bénéficiant de subventions d'un niveau équivalent à ce que reçoivent leurs confrères européens dans des pays qui ont une vision du commerce international plus large et mieux structurée que la France.

Robert ROCHEFORT, Directeur du CREDOC (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie) estime que les enquêtes portant sur l'image des métiers d'art sont plutôt critiques. Il observe une perception des métiers du secteur assez floue, empreinte de sympathie, mais peu propice à l'achat. Néanmoins, dans un contexte de modes de consommation massifs et fonctionnels, caractérisé par l'émergence des hard discounters, les métiers d'art doivent rester fidèles à leur positionnement, tout en articulant la logique du consommateur avec celle de leur production. L'excellence des productions, correspondant à des désirs particuliers de partage et de beauté, représente l'exception nécessaire à l'hyperconsommation contemporaine, et c'est sur ce créneau de très haute valeur ajoutée et de créativité que les métiers d'art doivent se concentrer.

2^e table ronde

« Créer et innover dans les métiers d'art pour s'adapter au marché »

Il est apparu, lors des diagnostics portant sur les métiers d'art et ses perspectives économiques, que l'innovation est un facteur essentiel de succès.

L'observatoire des tendances de la création dans l'ameublement - Le VIA (Valorisation de l'innovation dans l'ameublement), dont **Gérard LAIZÉ** est le directeur a pour vocation de promouvoir la création dans le domaine des arts décoratifs en France et à l'étranger. G.LAIZÉ estime que les métiers des arts décoratifs sont trop souvent considérés comme passésistes, la majeure partie du marché étant encore très patrimoniale et le restera probablement encore longtemps. Le designer qui doit cohabiter avec cette tendance rencontre encore de nombreuses résistances, à la fois culturelles et politiques, alors que chaque courant de création nourrit l'histoire de demain.

L'innovation et la création sont inscrites dans l'économie de l'immatériel ; en rendant obsolètes les produits existants, l'innovation crée de nouveaux besoins et génère de la valeur ajoutée. Les entreprises qui misent sur l'innovation et la création exportent plus que les autres et ont une croissance souvent à deux chiffres. Après avoir dressé l'inventaire des courants de création dans lesquels la France occupe une place très enviée au plan international en raison de la qualité de ses créateurs, G. LAIZÉ souligne l'intérêt pour les métiers d'art d'intégrer le design qui permet d'ouvrir de nouveaux champs en matière d'innovation et estime que le temps est désormais révolu d'une partition designer concepteur et artisan exécutant : la cosignature serait en effet la juste représentation d'une coréalisation. Enfin, il réaffirme la qualité des créations françaises reconnues à l'étranger, mais encore insuffisamment présentes.

La démarche de création par un pôle d'innovation du secteur du verre est illustrée par l'expérience du CERFAV (Centre européen de recherche et de formation aux arts verriers) représenté par son directeur, **Denis GARCIA**. Les missions essentielles du CERFAV recouvrent la veille et le transfert de technologie, la recherche appliquée et la réalisation de prototypes, et la formation.

Dans le cadre de cette dernière mission, le CERFAV a été à l'initiative d'un projet à financement européen visant à coordonner le travail de cinq centres de formation européens afin de mutualiser les savoir-faire verriers pour ensuite en assurer la transmission. La formation s'est par ailleurs fortement orientée vers la créativité et l'innovation, de manière à permettre aux jeunes qui ont acquis des savoir-faire de créer leur propre atelier et surtout de pérenniser leur activité. Pour répondre aux attentes de la région Lorraine, la méthode mise en œuvre pour travailler à la fois sur les savoir-faire et la créativité a été étendue à d'autres professions du secteur. C'est ainsi qu'a été développée une action formation portant sur deux dimensions : création et conception, réalisation et savoir-faire, destinée non seulement à des verriers, mais également à des jeunes détenant un haut savoir technique et une bonne maîtrise professionnelle de leur activité dans d'autres métiers d'art et suivis par des artisans d'art.

Aujourd'hui, trois professionnels métiers d'art (bijoutier, ébéniste et faïencier) se sont inscrits dans la démarche avec la volonté de s'investir aux côtés de trois jeunes pour échanger les savoir-faire et leur permettre de développer leurs créations au sein de l'entreprise.

La réussite d'une telle démarche passe par l'implication d'artisans d'art, une volonté politique assortie de mesures d'accompagnement pour valoriser l'initiative, une expérience et une méthodologie associées à des moyens techniques et organisationnels importants.

Le rapprochement designers et artisans d'art est illustré par l'expérience rapportée par **Nicolas PRIOUX**, Directeur de l'Association Design Métiers d'Art. Créée dans un contexte de désindustrialisation, l'association avait pour objectif la constitution d'un réseau national de professionnels du design et des métiers d'art, afin de développer des programmes de collaboration entre les deux secteurs. Cette ambition passe aujourd'hui par la mutualisation des ressources et des informations, mais aussi par la nécessité de développer une identité de marque et un réseau de distribution.

Soucieux de promouvoir et de soutenir les productions communes, Design Métiers d'Art a mis en place les outils permettant au réseau d'être concurrentiel. Dans un premier temps, il s'est agi de créer les conditions permettant d'identifier un produit Design Métiers d'Art. Après une campagne de communication en direction des futurs partenaires (distributeurs, entreprises métiers d'art et designers), un premier programme de production a été mis en œuvre. Le projet « design Villedieu » est né de la rencontre avec des partenaires publics qui, suite à une étude d'opportunité dans l'objectif de réaliser un pôle d'excellence des métiers d'art, ont sollicité l'association pour définir une stratégie avec à la clé la réalisation d'une collection de produits en cuivre de Villedieu-les-Poêles (Basse-Normandie), inspirés du savoir-faire traditionnel avec l'apport de designers en termes d'imagination et d'innovation pour répondre aux nouvelles exigences des marchés.

Le réseau, aujourd'hui encore très européen, tend à se développer à l'international, et plus particulièrement en Asie et aux États-Unis. Aujourd'hui, divers projets sont en cours d'élaboration : la réalisation d'une base de données permettant la transversalité entre savoir-faire et matériaux nouveaux ; la création d'un bureau d'études dédié aux projets Design Métiers d'Art ; une collection de produits de vannerie en partenariat avec le pôle enfant de Cholet et deux collections thématiques, l'une tournant autour du recyclage d'un déchet dans une production artisanale, l'autre portant sur la valorisation de nouveaux matériaux.

Le design comme outil de valorisation des savoir-faire traditionnels – **Anne-Marie BOUTIN**, Présidente de l'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle (APCI) présente diverses expériences françaises de rapprochement du design et des savoir-faire traditionnels.

Aujourd'hui, les industries créatives tiennent une place prépondérante au regard du développement économique, et plus particulièrement, la capacité du design à créer de la richesse et de l'emploi est de plus en plus reconnue à l'échelon international. En outre, comme en témoigne une étude britannique, il y a un lien puissant entre design et innovation. De leur côté, les consommateurs sont de plus en plus sensibles à la valeur ajoutée et veulent un bénéfice d'usage qui aille au-delà de l'aspect fonctionnel du produit. Il est regrettable que le grand public ait à la fois une image floue des métiers d'art et une méconnaissance quasi totale de ce qu'est le design qu'il assimile à un phénomène de mode, alors que comme les artisans d'art, les designers sont sensibles aux qualités formelles et esthétiques des produits et ont un grand respect pour la qualité et le matériau. De plus, les designers peuvent apporter beaucoup aux métiers d'art en participant à la conception des projets avec une meilleure connaissance des besoins du public et par leur capacité de transmutation des procédés et des matériaux.

La pluridisciplinarité est incontestablement un gage d'évolution pour l'avenir, et les designers représentent un atout important pour les entreprises traditionnelles du secteur qui veulent se moderniser et conquérir de nouveaux marchés, y compris à l'étranger. Par ailleurs, en organisant le rapprochement des designers et des artisans d'art, les acteurs locaux comme les collectivités territoriales se dotent d'une opportunité de redynamiser leur tissu artisanal.

Il ressort du débat que l'articulation designer concepteur et artisan exécutant reste ancrée dans les mentalités, d'où l'importance de cosigner les réalisations pour une double reconnaissance. Les exemples de collaborations entre les designers et les artisans d'art qui ont été présentés portent uniquement sur des filières aidées ou des grandes entreprises ; il est souligné que la réalité sur le terrain est très différente, notamment lorsqu'il s'agit de très petites structures qui ne peuvent pas financièrement s'adjoindre les services d'un designer.

3^e table ronde

« Garantir la transmission des savoir-faire et des entreprises »

La question de la transmission des savoir-faire et des entreprises dans les métiers d'art est particulièrement cruciale à l'heure où de nombreux artisans approchent de la retraite. L'embauche est un enjeu essentiel pour l'artisan, mais source pour lui d'inquiétude et de difficultés qu'il est impératif de lever en s'appuyant sur des dispositifs cohérents et efficaces.

Le rôle de l'État dans la formation : vers une réflexion interministérielle – Françoise CŒUR, Inspecteur général des Arts appliqués du design et des métiers d'art au ministère de l'Éducation nationale, introduit cette troisième table ronde en posant d'emblée trois questions : Pourquoi créer des programmes compliqués, coûteux et concernant un nombre limité d'étudiants ? Comment élargir l'audience des métiers d'art ? Comment s'ouvrir à l'international ?

Les formations aux métiers d'art requièrent de l'Éducation nationale un effort particulier, car elles doivent répondre à une double exigence, à la fois pragmatique par le poids économique que représente le secteur, et culturelle par le rôle conservatoire de ces métiers qui doivent être à la pointe de l'innovation pour ancrer les pratiques patrimoniales dans la modernité. Créativité et maîtrise technique constituent une valeur ajoutée qui assure la pérennité et l'évolution du secteur, c'est pourquoi, en étroite connivence avec les professionnels, l'Éducation nationale s'est fixé l'objectif d'améliorer le niveau de qualification en structurant les filières et en facilitant les passerelles, mais aussi en renforçant l'exigence de culture générale et artistique par le développement des démarches créatives qui structurent les formations au design et qui conditionnent les poursuites d'études, car il est évident qu'une insertion professionnelle réussie passe par une solide formation.

Si leurs apports sont patents, les échanges internationaux ne sont pas aujourd'hui satisfaisants, car non généralisables ni reproductibles. Pour rendre les parcours modulables et faire reconnaître les cursus, une réflexion porte sur le découpage des diplômes métiers d'art en ECTS (crédits européens d'enseignement) pour les inscrire dans le cadre de l'architecture européenne des études fondée sur les trois grades LMD (licence, master et doctorat), et plus particulièrement la licence pour ce qui concerne les métiers d'art. Renouveler sans cesse les représentations obsolètes des métiers d'art, communiquer de façon volontariste et ambitieuse sur les réalisations les plus prestigieuses, les plus audacieuses et les plus novatrices, mais aussi promouvoir les projets à moyen et à long terme sont les gages de réussite pour l'avenir du secteur.

Un outil pour faciliter la transmission des entreprises : le rapprochement de l'offre et de la demande en Île-de-France – C'est le défi que s'est lancé la Direction régionale de l'ANPE Ile-de-France, représentée par son responsable du pôle services aux actifs, Patrick BREDIN, dans le cadre du programme européen RARETE financé par le Fonds social européen, en collaboration avec divers partenaires nationaux et institutionnels.

Compte tenu du contexte des métiers d'art en Ile-de-France, les partenaires du projet ont souhaité mettre en œuvre les moyens d'élaborer un parcours d'insertion innovant visant à favoriser le retour à l'emploi dans les métiers d'art pour des demandeurs d'emploi et accompagner la transmission d'entreprise et des savoir-faire en sensibilisant les acteurs directement impliqués.

L'ANPE Ile-de-France intervient sur la création d'une base de données des offres et des demandes d'emploi à partir d'un croisement des données du Répertoire opérationnel des métiers et des emplois (ROME) et de la Nomenclature d'activités française pour l'artisanat (NAFA), et sur le repérage des opportunités de recrutement au travers d'un questionnaire adressé aux 3 000 entreprises du secteur identifiées en Ile-de-France. Elle joue également un rôle d'intermédiation pour le placement des demandeurs d'emploi en y associant le montage d'actions de formation continue de courte durée, en collaboration avec l'Assedic et le conseil régional.

L'action de la direction régionale de l'ANPE se poursuit par la création d'un réseau de référents avec neuf agences en Ile-de-France, au sein desquelles les conseillers vont développer leur connaissance du secteur des métiers d'art pour être en capacité de mieux répondre à la fois aux entreprises et aux demandeurs d'emploi.

Bien que cette branche d'activité ne représente pas un enjeu stratégique pour l'ANPE, celle-ci affirme néanmoins sa volonté d'étendre à l'ensemble du territoire national ce dispositif riche de promesses pour la pérennité du secteur des métiers d'art.

Les dispositifs de transmission des entreprises à l'échelle territoriale – Geneviève RAVAUX, Chef de la Mission métiers d'art et Secrétaire général du Conseil des métiers d'art évoque l'action du ministère de la Culture en faveur des métiers rares.

Original et personnalisé, le dispositif se décline sous la forme de plusieurs initiatives et vise des artistes et des artisans pour qui les maîtres mots sont excellence et rareté du savoir-faire appartenant à dix domaines professionnels dans le secteur patrimonial, la recherche, l'innovation et la création.

Dans le cadre d'un programme national financé par l'État, chaque maître d'art a pour mission de transmettre à un élève de très bon niveau et pendant trois années, l'ensemble de leurs connaissances et de leur savoir-faire au sein de leur atelier.

Au niveau régional, une étroite collaboration entre collectivités territoriales et organismes de formation permet d'établir un inventaire des grands savoir-faire en fonction des critères d'excellence définis par le ministère, qui tient compte des particularités culturelles régionales, mais aussi parfois des projets économiques des petits bassins d'emplois. Ces formations sont organisées sur une période allant d'un à trois ans selon les secteurs, avec des montages budgétaires intégrant l'ensemble des autorités locales et l'État.

Ces deux initiatives affichent un taux de réussite extrêmement satisfaisant, puisque tous les jeunes ainsi formés ont à ce jour trouvé un emploi ou créé leur entreprise. En outre, le succès des formations régionales s'explique également par une ferme volonté locale de soutenir les métiers d'art.

À l'international, une exposition organisée à Pékin a bénéficié d'une excellente couverture médiatique, mais, commercialement parlant, elle s'est révélée totalement inefficace pour les maîtres d'Art qui sont allés présenter leurs œuvres. Cette expérience met en avant la nécessité d'une meilleure connaissance du terrain dans la préparation de la présence à l'international, ce qui implique un travail à la fois en amont et en aval, et sans doute d'imaginer des représentations de la France à l'étranger pour les métiers d'art.

Parmi les actions engagées par le ministère de la Culture, il faut citer l'ouverture en 2007 de la première exposition permanente des métiers d'art à la galerie des Gobelins à Paris, la mise en place du droit de mention (cosignature) évoqué lors d'une précédente intervention, et une campagne nationale en direction des jeunes en faveur des métiers d'art.

Les dispositifs de transmission à l'échelle territoriale – **Éric de LANNNOY**, Directeur des Études et actions économiques de l'APCM présente le site Internet BNOA (Bourse nationale des opportunités artisanales), outil développé par le réseau des chambres de métiers et de l'artisanat, auquel il est prévu d'intégrer une entrée spécifique métiers d'art.

La transmission d'entreprise, sujet dont l'importance va continuer de s'amplifier en raison notamment de l'effet démographique, bénéficie depuis 2002, de mesures gouvernementales d'accompagnement, notamment dans le secteur des métiers d'art qui se trouve confronté au risque de perte des savoir-faire. La transmission s'avère moins risquée que la création avec une masse salariale déjà formée, une zone de chalandise connue et du matériel déjà constitué, et les statistiques montrent que la survie des entreprises reprises est meilleure que celle des entreprises créées. Toutefois, malgré un secteur et un environnement plutôt favorables, la transmission n'est pas évidente en raison des caractéristiques propres à l'entreprise artisanale.

Dans ce domaine, le rôle du réseau des chambres de métiers et de l'artisanat est essentiel. Il consiste d'abord à sensibiliser et à accompagner les cédants, ensuite à informer les repreneurs potentiels des opportunités qui se présentent, puis à les accompagner. Dans ce cadre, différents outils sont développés par le réseau, au premier rang desquels se situe la Bourse nationale d'opportunités artisanales. La BNOA effectue un recensement des entreprises transmissibles, préalablement expertisées par la chambre de métiers et de l'artisanat, en concertation avec le cédant, garantissant ainsi au repreneur la fiabilité de l'opération.

L'encouragement à la création et à la reprise d'entreprise dans les métiers d'art est illustré par l'action entreprise au sein de l'université de Marne-la-Vallée et présentée par **Hugues LECLERCQ**, Chef du département GEA. Celui-ci rappelle la nécessité de bien former les gens à la création d'entreprise et de sécuriser le parcours de création ou de reprise en même temps que le parcours des étudiants, le tout dans une volonté globale de fiabiliser la transmission des savoirs dont sont dépositaires les maîtres d'art qui partiront prochainement à la retraite.

La création d'une licence professionnelle création – reprise d'entreprise est une première en France et en Europe, elle est une innovation très intéressante pour le secteur des métiers d'art. Cette formation répond aux impératifs d'une bonne gestion d'entreprise à l'heure où 51 % des entreprises cessent leur activité cinq ans après leur création. Axé sur les fondamentaux de la gestion en termes de droit et de comptabilité, le programme inclut la communication, la gestion d'image de marque, la stratégie et le marketing, y compris le design, la pratique du projet entrepreneurial, l'apprentissage de l'anglais dans la pratique du langage des affaires. Enfin, les étudiants auront à développer un projet entrepreneurial avec réalisation d'un business plan.

Les objectifs de la formation visent à assurer la compétence dans la gestion au quotidien, savoir identifier les intervenants et leur tenir le langage approprié, être adaptable aux évolutions futures, savoir se déjouer des pièges juridiques et financiers d'une gestion d'entreprise.

Aujourd'hui, le diplôme est en cours d'habilitation auprès du ministère et certaines contraintes spécifiques restent à lever, notamment d'ordre financier, car il s'avère en effet difficile de financer cette formation dans le cadre des contrats d'apprentissage. Enfin, des évolutions sont possibles dans l'avenir ; ce cadre donne lieu à des chapitres précis, néanmoins modulables, notamment en fonction des résultats des expérimentations par rapport aux contraintes spécifiques des métiers d'art.

Conclusion des rencontres

Au cours des débats très riches, plusieurs engagements d'actions en faveur des métiers d'art ont été pris par les intervenants pour 2007. **Marie-Françoise BRULÉ** les récapitule en trois axes :

- *Afin de favoriser le développement économique et la communication*

Ateliers d'Art de France ouvrira en 2007 une nouvelle boutique dans une zone de chalandise parisienne ;

La **Fédération Nationale des Ateliers d'Art** poursuivra le développement de son réseau de boutiques métiers d'art ;

La **Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la région Rhône-Alpes** mettra en oeuvre la convention régionale visant à développer un plan régional en faveur des métiers d'art incluant des actions à l'export ;

La **Fédération Régionale des Métiers d'Art d'Alsace** poursuivra ses actions en faveur du développement économique et du développement local des métiers d'Art, mais aussi en matière de formation-transmission ;

UBIFRANCE et la **SEMA** s'engagent sur la mise en oeuvre des actions inscrites dans la convention qui les lie, à savoir sensibiliser les professionnels métiers d'art à l'exportation par la formation, l'accompagnement, le financement de petits projets porteurs à l'international ;

Pour ce qui concerne la **SEMA** : la création d'une plateforme métiers d'art avec un point d'entrée unique ; l'élaboration d'un annuaire officiel des métiers d'art ; le repérage et la valorisation des savoir-faire rares au travers de la rédaction d'un document aisément transmissible ; la poursuite de la constitution des cahiers des métiers d'art.

- *Dans le cadre de la création et de l'innovation des métiers d'art*

Le **CERFAV** valorisera son initiative en 2007, lors d'un symposium à Vannes-le-Châtel et Nancy et par le lancement de nouveaux produits ;

L'**APCI** poursuivra sa modélisation d'études de cas ;

L'**association DMA** engagera de nouveaux programmes en partenariat avec les régions et continuera la commercialisation de collections.

- *Afin de garantir la transmission des savoir-faire et des entreprises*

L'**ANPE** approfondira la mise en place d'un point d'accès direct à l'emploi dans les métiers d'art en Ile-de-France, avant de décliner le dispositif sur l'ensemble du territoire national.

L'**APCM** intégrera un critère spécifique métiers d'art à la Bourse nationale d'opportunités artisanales ;

L'**université de Marne-la-Vallée** mettra en œuvre, dès l'habilitation du diplôme, le dispositif de formation permettant l'obtention d'une licence professionnelle création – reprise d'entreprise.

Enfin, le **Ministère de la Culture** ouvrira un espace permanent dédié aux métiers d'art dans la galerie des Gobelins.

Pierre CHEVALIER conclut ces rencontres en adressant ses remerciements à l'ensemble des participants, des intervenants, des partenaires ainsi qu'aux équipes de la SEMA sans qui ces rencontres n'auraient pu avoir lieu. Il remercie chaleureusement le sénateur Serge VINÇON et le ministre des PME, du Commerce et de l'Artisanat et des Professions libérales, Renaud DUTREIL pour l'intérêt qu'ils ont porté à cette manifestation et donne rendez-vous l'année prochaine pour l'édition 2007 des Rencontres nationales des métiers d'art.