



Les Journées des Métiers d'Art du 16 au 19 octobre 2008

Créées en 2002 à l'initiative du Ministre de tutelle, les Journées des Métiers d'Art sont dédiées à la promotion des métiers d'art et à leur développement économique.

Elles permettent de :

- découvrir** l'excellence et la diversité de ces 217 métiers classés en 19 secteurs,
- rencontrer** les professionnels dans leurs ateliers et partager les valeurs propres aux métiers d'art : passion, savoir-faire, authenticité et innovation,
- sensibiliser** les plus jeunes aux métiers d'art et leur montrer d'autres voies professionnelles possibles.

1. Le principe

Une opération coordonnée au plan national et mise en œuvre sur l'ensemble du territoire tous les 2 ans en octobre. La prochaine édition aura lieu du 16 au 19 octobre 2008.

Elle permet de :

- mieux faire connaître au grand public et aux jeunes les métiers d'art, en montrer la richesse et la diversité,
- présenter les filières de formation, les conditions d'accès à l'apprentissage, voire susciter des vocations. Ces journées sont l'occasion pour ces jeunes de s'informer de manière vivante, de rencontrer des professionnels dans leur atelier, de découvrir les matières sur lesquelles ils travaillent,
- créer des échanges économiques : cette manifestation est également l'occasion pour les artisans d'art de se faire connaître auprès de futurs collaborateurs.

Elle repose sur 3 volets dans toute la France

- l'ouverture d'ateliers des professionnels des métiers d'art au grand public,
- l'ouverture d'écoles et de centres de formation aux jeunes,
- l'organisation d'événements autour des métiers d'art.

2. Les JMA en chiffres

En 2006 : 1 million de visiteurs

En 2004 : 800 000 visiteurs

21 régions françaises organisatrices (ainsi que la Réunion et la Martinique)
363 expositions
2 996 ouvertures d'ateliers
148 centres de formation et écoles ouverts
2 525 artisans participent à cet événement

Une image très positive aux yeux du public - Selon une enquête Louis Harris réalisée en 2006

- 41 % des français ont entendu parler des JMA
- 98 % des personnes interrogées souhaitent la reconduction des JMA
- 82 % trouvent qu'elles sont bien organisées
- 96 % pensent qu'elles sont utiles pour l'image des métiers d'art
- 98 % les ont jugées intéressantes

3. La visibilité dans les médias

- Les retombées dans la presse nationale

La presse écrite nationale

101 coupures de presse au total (réparties en articles, dossiers, etc.)

27 % dans la presse économique, 14 % dans la presse d'actualité, 18 % dans la presse art /culture.

La presse audiovisuelle nationale

Télévision : 22 passages, 10 dans les JT et 12 émissions

- Les retombées dans la presse régionale

La presse écrite régionale 1 769 articles ont été recensés

La télévision régionale 24 passages ont été comptabilisés

4. L'organisation des Journées des Métiers d'Art

Une opération nationale basée sur une solide organisation régionale.

- **Le Comité de pilotage national**, force de proposition et organe de validation pour l'organisation des JMA est présidé par Pierre Chevalier, Président de la SEMA. Il est composé :

- du Directeur Général de la SEMA, Marie-Françoise Brulé,
- du chef du projet de la SEMA, Florence Guyard,
- du directeur de la DCASPL, la Direction du Commerce, de l'Artisanat, des Services et des Professions Libérales, ou de son représentant,
- du Directeur du Fonds National de Promotion et de Communication de l'Artisanat (FNPCA) ou de son représentant,
- du Président de l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers (APCM) ou de son représentant.

- Les relais régionaux

Dans chaque région, la structure porteuse du projet nomme un coordonnateur qui sera **relais** de la SEMA et de l'agence de communication. Il met en place un comité de pilotage régional qui sera lui-même décliné en comités d'organisation départementaux ou locaux. Il est responsable du contenu des Journées des Métiers d'Art dans sa région, de l'impression du programme, de la diffusion de l'information. Il recueille les besoins de sa région en matière d'affiches et autres documents de communication, il liste les points de routage qui serviront à la diffusion de ces documents de communication. Il s'implique dans la gestion des relations presse, en s'appuyant sur les conseils de l'agence de communication. Il a un rôle central au niveau de sa région en ce qui concerne la circulation de l'information.

Chaque région gère son contenu et son programme de façon autonome mais veille à respecter les principes et la charte graphique de la manifestation.

- L'agence de communication, recrutée pour l'événement,

- assiste la SEMA pour la communication et l'organisation des JMA
- sensibilise les médias nationaux afin d'améliorer la visibilité des JMA
- organise, réalise et diffuse l'ensemble des supports de communication
- est « une ressource » auprès des relais régionaux

5. Les acteurs de l'événement

Les Journées des Métiers d'Art sont soutenues par de nombreux partenaires institutionnels et privés et de multiples réseaux sont impliqués dans son organisation.

- Les professionnels des métiers d'art

C'est sur leur participation et leur engagement que repose le succès de la manifestation. Les professionnels des métiers d'art sont en général très sollicités tout au long de l'année. Et les actions « portes ouvertes » avec la présence de visiteurs sont évidemment des contraintes fortes sur leur lieu de travail et pour leur temps de travail. Il est donc nécessaire de leur faciliter au maximum la tâche afin que ces Journées ne soient pas pour eux synonymes de contraintes exagérées.

- Les organismes représentatifs des différents corps de métiers, les associations métiers d'art

Fédérations, syndicats, groupements et associations de professionnels : une sensibilisation en amont de ces organismes permet à chacun d'entre eux de relayer l'information et d'inciter leurs adhérents à se mobiliser. Ils sont également à même, pour certains, d'organiser des événements locaux s'appuyant sur leur propre organisation (Ex : les Compagnons du Devoir, les Meilleurs Ouvriers de France, etc.)

- Les services déconcentrés de l'Etat

Les Délégations Régionales au Commerce et à l'Artisanat (DRCA) aident le relais régional à mobiliser les acteurs de la manifestation et à mettre en place le comité de pilotage.

Les Rectorats s'impliquent dans la partie « formation » des JMA.

Les Délégations Régionales au Tourisme apportent leur appui en matière de diffusion de l'information.

Les Directions Régionales des Affaires Culturelles participent aux comités de pilotage dans certaines régions et peuvent mettre en valeur les chantiers du Patrimoine.

- Le réseau des Chambres de Métiers et de l'Artisanat (CMA)

Il joue un rôle majeur dans l'organisation des JMA : en 2006, les Chambres régionales de métiers et de l'artisanat (CRMA) et les Chambres départementales de métiers et de l'artisanat (CMA) ont été les organisateurs régionaux de la manifestation. Près d'une vingtaine de CMA et CRMA ont participé aux comités de pilotage, diffusé l'information auprès des professionnels et recueilli leurs inscriptions.

- Les délégués régionaux et départementaux de la SEMA

Professionnels bénévoles, représentants de la SEMA dans leur région ou leur département, ils actionnent leur réseau pour l'organisation des JMA.

- Les collectivités territoriales : l'ARF (Association des Régions de France), l'AMF (Association des Maires de France), les Conseils Régionaux, les Conseils Généraux et les Villes

- L'ARF, L'ADF (Association des Départements de France) et l'AMF sont contactées par la SEMA.

- Un grand nombre de collectivités sont déjà impliquées dans des actions de valorisation des métiers d'art. C'est notamment le cas des Conseils Régionaux qui peuvent jouer un rôle prépondérant dans la mise en place de la manifestation.

- Les Conseils Généraux peuvent mettre à disposition leur réseau d'affichage et soutenir l'organisation d'expositions.

- Les villes labellisées « Ville et métiers d'art » et « Villes d'Art et d'Histoire » peuvent être particulièrement impliquées dans l'opération. Toutes les communes ayant des artisans participant aux JMA sur leur territoire peuvent être sollicitées pour diffuser l'information (réseau d'affichage municipal, bulletin, site Internet), mettre une salle à disposition, organiser un évènement spécifique...

- Les écoles et les centres de formation

Les écoles supérieures d'arts appliqués, les centres de formation, les lycées professionnels sont invités à mettre en place des actions de sensibilisation en direction du public scolaire (et des parents) lors de la manifestation. Types d'opérations possibles : portes ouvertes, diffusion de documents d'information sur les filières, rencontres avec des professeurs et des élèves, démonstrations ou rassemblement sur un Salon des formations métiers d'art de la région.

Rectorats, inspections d'académie, proviseurs, enseignants sont sensibilisés par la SEMA grâce à un partenariat avec l'ONISEP.

6. Le bilan

	29, 30 novembre, 1^{er} décembre 2002	Du 15 au 17 octobre 2004	du 19 au 22 octobre 2006
Régions participantes	21	22 + la Martinique et la Réunion	21 régions participantes + La Réunion et la Martinique
Ouvertures d'ateliers	2 200	3 212 (+46 %)	Près de 3 000 ouvertures d'ateliers
Expositions, événements	350	225	363 (+ 61 %)
Ouvertures de lycées, écoles	135	143 (ce chiffre n'inclut pas les établissements présents sur des expositions ou des salons)	148 établissements