



L'artisanat D'art *en* Limousin

UN DOCUMENT DE La chambre régionale de métiers et de L'artisanat du Limousin



au sommaire

Les artisans d'art en Limousin

Qu'est-ce qu'un métier d'art ?

Le rôle des métiers d'art dans l'économie française et limousine.

Les métiers d'art et leur image.

Les différents marchés de l'artisanat d'art.

Les métiers d'art fortement ancrés dans les territoires, participent au développement local.

SOURCES

Qu'est-ce qu'un métier d'art ?

Il s'agit d'un métier au sens d'un ensemble de savoir-faire techniques, longs à acquérir, orientés vers la transformation de la matière. Ces savoir-faire s'exercent aussi bien pour la réalisation d'objets d'art de qualité selon des techniques traditionnelles (métiers de tradition), que dans la restauration du patrimoine mobilier ou immobilier (métiers de la restauration/conservation) mais aussi dans un but de création d'objets d'arts originaux associant la maîtrise de la technique et la création contemporaine (métiers de la création).

Les professionnels des métiers d'art produisent des pièces uniques ou de petites séries au caractère artistique. Le profil exigé du professionnel des métiers d'art se résume en quatre caractéristiques fondamentales : un niveau de technicité élevé, une sensibilité artistique évidente, un esprit créatif et ingénieux ainsi qu'une forte implication.

Depuis l'arrêt ministériel du 12 décembre 2003, il existe une liste officielle des métiers d'art qui recense 217 métiers regroupés en 19 grandes familles définies selon le matériau utilisé (bois, cuir, métal, pierre, textile, verre) ou l'activité exercée (art floral, arts du spectacle, arts et traditions populaires, arts graphiques, arts mécaniques, jeux, jouets, bijouterie-joaillerie-orfèvrerie-horlogerie, décoration, facture instrumentale, luminaire, métiers liés à l'architecture, mode, tableterie).

En Limousin, les métiers d'art sont héritiers de savoir-faire emblématiques de la région : les feuardiers, les émailleurs, les porcelainiers, les gantiers, les lissiers... Pour certains, ils puisent les matériaux travaillés dans les ressources locales. Tous contribuent à l'activité économique et au rayonnement culturel de la région.

Les dix familles de métiers les plus représentées en Limousin sont celles du bois, des arts graphiques, de la terre, de la bijouterie, des métiers liés à l'architecture, au métal, à la décoration, au cuir, à la pierre et au textile.

Les Métiers du Bois représentent 26 % des établissements recensés. Ils regroupent les activités principales de la fabrication et finissage de meubles divers, la réparation de meubles et d'équipements du foyer ainsi que la vannerie et le travail de la paille. Les métiers du bois apparaissent également comme une spécificité corrézienne

représentant 28 % de l'ensemble sur ce département. Le bois est une ressource régionale avec le châtaignier en Haute-Vienne et le douglas en Corrèze.

Les métiers des Arts Graphiques représentent 14 % des métiers d'art limousins. En Haute-Vienne, il s'agit notamment des métiers de la calligraphie, des relieurs, des doreurs sur cuir.

Les Métiers de la Terre, constituent 12 % de l'ensemble du secteur. C'est la spécificité de la Haute-Vienne. Les émailleurs, les peintres sur porcelaine, les céramistes, les porcelainiers y sont représentés.

8 % des artisans d'art limousins exercent **les métiers de la Bijouterie Joaillerie**, notamment en Corrèze : ils sont 10 % à être corréziens.

Les Métiers du Textile sont très représentés en Creuse (12 %) avec les lissiers d'Aubusson. Ils sont, au plan régional, représentés par les tapissiers d'ameublement, les brodeurs, les tisserands.¹

Hétérogénéité des situations juridiques

Aujourd'hui, le statut le plus répandu de l'entreprise des métiers d'art est le statut artisanal soit « *les personnes physiques et les personnes morales qui n'emploient pas plus de dix salariés et qui exercent à titre principal ou secondaire une activité professionnelle indépendante de production, de transformation, de réparation ou de prestation de service...* » (Loi n°96-603 du 5 juillet 1996).

Mais une vision du champ des métiers d'art couvrant uniquement l'artisanat d'art est réductrice. S'y ajoutent d'autres professionnels qui exercent sous d'autres statuts juridiques : les artistes ou ressortissants de la Maison des Artistes et les professions libérales.

D'après les données du baromètre 2008 de l'Observatoire des Métiers d'Art qui s'appuie sur les 1 350 membres des Ateliers d'Art de France, plus de la moitié (55,4 %) des professionnels d'art sont des artisans, 27,5 % sont inscrits à la Maison des Artistes, 12,7 % à l'Urssaf et 4,7 % auprès des CCI. Le choix du statut d'artisan s'accroît au fil des années.²

Répartition des établissements par famille métier d'art

	Corrèze		Creuse		Haute-Vienne		Limousin	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Arts et traditions populaires	3	1,2	-	0,0	3	0,8	6	0,8
Arts graphiques	36	14,5	10	9,7	54	14,9	100	14,0
Arts mécaniques / jeux - jouets	-	0,0	1	1,0	1	0,3	2	0,3
Bijouterie - joaillerie - orfèvrerie - horlogerie	25	10,1	5	4,9	29	8,0	59	8,3
Bois	70	28,2	28	27,2	87	24,0	185	25,9
Cuir	8	3,2	6	5,8	12	3,3	26	3,6
Décoration (tous matériaux)	10	4,0	13	12,6	22	6,1	45	6,3
Facture instrumentale	5	2,0	2	1,9	2	0,6	9	1,3
Luminaire	-	0,0	-	0,0	2	0,6	2	0,3
Métal	18	7,3	9	8,7	28	7,7	55	7,7
Métiers liés à l'architecture	29	11,7	6	5,8	23	6,4	58	8,1
Mode	9	3,6	1	1,0	9	2,5	19	2,7
Pierre	11	4,4	1	1,0	11	3,0	23	3,2
Tableterie	5	2,0	-	0,0	1	0,3	6	0,8
Terre	13	5,2	7	6,8	68	18,8	88	12,3
Textile	4	1,6	12	11,7	5	1,4	21	2,9
Verre	2	0,8	2	1,9	5	1,4	9	1,3
TOTAL	248	100	103	100	362	100	713	100

Le rôle des métiers d'art DANS L'ÉCONOMIE FRANÇAISE ET LIMOUSINE

Représentant plus de 38 000 entreprises, employant près de 100 000 personnes avec un chiffre d'affaires de 8 milliards d'euros en 2006 (en diminution depuis 2003) et un chiffre d'affaires total à l'export de 637 000 000 d'euros, les métiers d'art constituent un pôle important de l'économie française.³ Les secteurs pour lesquels l'activité est la plus importante sont la bijouterie, le travail du bois et de la pierre suivis du travail du textile... Ce secteur est constitué à 99 % de TPE (moins de 20 salariés).⁴

Du fait de leur diversité, les métiers d'art souffrent d'une absence de définition satisfaisante et rendant difficile toute approche statistique. Les données limousines sur les métiers d'art sont extraites de l'Observatoire Régional de l'artisanat limousin complétées par une enquête réalisée par la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat du Limousin (CRMA) en juin 2008 auprès d'un échantillon d'artisans d'art du Limousin.

Portrait de l'artisanat d'art en Limousin

En octobre 2009, la région comptait **713 entreprises artisanales** relevant des métiers d'art auxquelles il faut rajouter la centaine d'établissements ayant une activité artistique. 51 % d'entre elles sont basées en Haute-Vienne, 35 % en Corrèze et 14 % en Creuse.

Les **artisans d'art** sont davantage que l'ensemble de leurs confrères artisans **installés en zones urbaines** (60 % contre 55 % pour l'ensemble de l'artisanat régional). En Haute-Vienne, ils se situent à 74 % en zones urbaines alors que les artisans d'art creusois sont à 84 % situés en zone rurale. En Corrèze, les proportions sont plus équilibrées (45 % en zone rurale).¹

Au niveau national, c'est la tendance inverse qui est observée : plus de 60 % des professionnels du secteur travailleraient hors des grandes villes (communes de moins de 10 000 habitants). Cet isolement géographique serait compensé par un fort taux de connexion à internet (93,8 %).²

Répartition des établissements par localisation géographique (en %)

	Corrèze	Creuse	Haute-Vienne	Limousin
Zones rurales	44,8	83,5	26,2	41,0
Zones urbaines	55,2	16,5	73,8	59,0
Total	100	100	100	100

Source : Observatoire Régional de l'Artisanat – octobre 2009

L'artisanat d'art est plus féminin que l'artisanat en général avec 34 % pour les métiers d'art contre 21 % pour l'artisanat régional. D'après les statistiques d'Ateliers d'Art de France, il semblerait que la parité homme/femme soit de mise dans ce secteur au niveau national.

Autre spécificité de l'artisanat d'art : **64 % des entreprises artisanales des métiers d'art n'emploient aucun salarié** (contre 52 % pour l'artisanat limousin) et seulement 5 % en emploient plus de 5 (contre 11,3 % au niveau régional). Par ailleurs, dans l'ensemble de ces activités les effectifs auraient baissé de 14 % à 22 % sur cinq ans.

Seuls 6 % des artisans d'art limousins interrogés ont des projets d'embauche. Les principales raisons sont le manque de travail pour 44 % d'entre eux, les charges trop élevées (29,7 %) et la volonté de rester seul.⁵

Répartition des établissements par taille

	Corrèze		Creuse		Haute-Vienne		Limousin	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
0 salarié	165	66,5	70	68,0	219	60,5	454	63,7
1 ou 2 salarié(s)	45	18,1	16	15,5	72	19,9	133	18,7
3 à 5 salariés	30	12,1	11	10,7	49	13,5	90	12,6
6 à 9 salariés	4	1,6	4	3,9	17	4,7	25	3,5
10 à 19 salariés	3	1,2	2	1,9	5	1,4	10	1,4
20 salariés et +	1	0,4	-	0,0	-	0,0	1	0,1
TOTAL	248	100	103	100	362	100	713	100

Source : Observatoire Régional de l'Artisanat – INSEE Sirene - octobre 2009



L'Insee distingue :

- **Les espaces à dominante urbaine** comprennent les pôles urbains (unités comptant 5 000 emplois ou plus), les couronnes périurbaines puis les communes multi polarisées. Le Limousin compte 6 aires urbaines : Limoges, Brive, Tulle, Guéret, Ussel, Saint Junien.
- **Les espaces à dominante rurale** avec les pôles d'emploi de l'espace rural (unités regroupant 1 500 emplois ou plus), leurs couronnes puis les autres communes de l'espace à dominante rurale.

Le rôle des métiers d'art DANS L'ÉCONOMIE FRANÇAISE ET LIMOUSINE

La problématique de la pérennité des entreprises et de la transmission de savoir-faire

Le poids économique des métiers d'art est difficile à appréhender. Par approximation, on peut cependant avancer que le chiffre d'affaires de l'artisanat d'art régional avoisine 72 millions d'euros (2,8 % de l'ensemble de l'artisanat) soit environ 100 000 € par entreprise.

D'après l'enquête de 2008, 63 % des artisans d'art limousins ont vu leur chiffre d'affaires augmenter ou se maintenir au cours des trois années précédentes, alors que 20,8 % l'ont vu baisser.

À la dévalorisation des métiers manuels, s'ajoute le fait que même si par le passé 20 % des artisans d'art limousins interrogés ont déjà accueilli des apprentis, à ce jour aucun ne se forme chez les artisans d'art. L'impossibilité d'encadrer le jeune (1/3 des réponses) et la volonté de rester seul (31,7 %) sont les principales raisons évoquées. 20 % cependant refusent d'accueillir un apprenti estimant le coût trop élevé.⁵

Même si 56 % des établissements des métiers d'art ont moins de 10 ans, ils sont globalement plus anciens que l'ensemble des établissements artisanaux limousins : 39 % ont moins de 5 ans d'ancienneté

(43,5 % en moyenne régionale) et 40 % ont entre 10 et 30 ans d'ancienneté (33 % en moyenne régionale).

Les chefs d'entreprises sont également en moyenne plus âgés : 55 % des artisans d'art ont 50 ans ou plus contre 41 % pour l'ensemble de l'artisanat.

20,49 % des artisans d'art interrogés en 2008 songeaient arrêter leur activité dont 63 % dans les 5 ans. La retraite en est la raison principale (69 %), elle est à corréluer à l'âge des chefs d'entreprise. On note cependant que 22 % songent arrêter pour des difficultés professionnelles. Parmi les artisans qui songent à la retraite, seuls 24,1 % ont déjà réfléchi à la transmission de leur entreprise.

Ce secteur se trouve confronté à de réelles problématiques : un savoir-faire menacé par une production de masse mais de moindre qualité, un vieillissement des professionnels qui peinent à trouver un successeur, des débouchés économiques fragiles pour les professionnels des métiers d'art.

Répartition des établissements par ancienneté	Corrèze		Creuse		Haute-Vienne		Limousin	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
< 5 ans	89	35,9	44	42,7	145	40,1	278	39,0
5 à 9 ans	34	13,7	13	12,6	75	20,7	122	17,1
10 à 19 ans	72	29,0	27	26,2	87	24,0	186	26,1
20 à 29 ans	38	15,3	16	15,5	43	11,9	97	13,6
30 ans et +	15	6,0	3	2,9	12	3,3	30	4,2
TOTAL	248	100	103	100	362	100	713	100

Source : Observatoire Régional de l'Artisanat - octobre 2009

Répartition des établissements selon l'âge du chef d'entreprise	Corrèze		Creuse		Haute-Vienne		Limousin	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
< 29 ans	6	2,4	4	3,9	14	3,9	24	3,4
30 à 39 ans	33	13,3	15	14,6	51	14,1	99	13,9
40 à 49 ans	64	25,8	29	28,2	107	29,6	200	28,1
50 à 59 ans	101	40,7	39	37,9	138	38,1	278	39,0
60 à 69 ans	39	15,7	15	14,6	44	12,2	98	13,7
70 ans et +	5	2,0	1	1,0	8	2,2	14	2,0
TOTAL	248	100	103	100	362	100	713	100

Source : Observatoire Régional de l'Artisanat - octobre 2009

Les métiers d'art et Leur image

Les métiers d'art contribuent fortement à l'image de la France, pays de culture, d'excellence et de tradition. Ils sont la vitrine du luxe français. Les métiers d'art et du luxe constituent une locomotive pour d'autres industries qui bénéficient de la renommée de produits « made in France ».

Ce secteur contribue également au développement du tourisme : la France est, dans l'imaginaire de beaucoup, le pays de la mode et de la gastronomie, du savoir vivre et du savoir-faire.

Cependant le secteur souffre d'un problème d'image et de notoriété

Pour les consommateurs, les métiers d'art sont à la fois synonymes de produits haut de gamme, de talents, d'excellence, de pièce unique..., mais aussi de style ancien, de produits manquant de modernité. Ils sont aussi plus associés à la restauration qu'à la création.⁶

Les Métiers d'art pâtissent d'une mauvaise image parfois justifiée auprès des acheteurs : manque de moyens de communication et de conditions générales de ventes précises, difficulté pour produire en quantité suffisante, non respect des délais de fabrication, manque de connaissance des langues étrangères, difficultés logistiques à l'export.

Ce secteur souffre aussi d'un manque de notoriété : les métiers d'art ne font pas partie de l'univers de référence des consommateurs, la gamme de produits est méconnue.

Conscients du manque de reconnaissance d'une identité « métiers d'art », liée à l'hétérogénéité de ce secteur, et du manque de promotion de ces métiers, les professionnels du secteur voient d'un très bon œil la mise en place d'actions mettant en valeur l'excellence de leurs métiers à travers la labellisation, l'octroi d'une distinction...

Ce déficit d'image s'exprime aussi par la dévalorisation des métiers manuels en France, plus particulièrement chez les jeunes, posant le problème du renouvellement des métiers d'art et de la transmission des savoir-faire.



Le Label Entreprises du Patrimoine Vivant, créé en 2005 par le Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi a distingué, jusqu'en octobre 2009, 672 entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence. 70 % des entreprises ont sollicité ce label à des fins de promotion de l'entreprise et 88 % des labellisés le valorisent dans leur communication auprès de leurs clients et partenaires. Les retombées en terme de communication satisfont 75 % des entreprises distinguées.

Avec 36 « Entreprises du Patrimoine Vivant », le Limousin se classe parmi les régions les plus labellisées de France.⁷



Les différents marchés de l'artisanat d'art



La grande diversité des activités exercées au sein des métiers d'art, ainsi que les différentes structurations d'entreprises, les conduisent à cibler des marchés différents.

D'après l'enquête réalisée par la CRMA en juin 2008, les entreprises limousines des métiers d'art ciblent majoritairement le marché de l'habitat/décoration (55%). Le marché du luxe intéresse 30% des artisans d'art limousins et le marché du patrimoine 24% d'entre eux. Le marché du tourisme/loisir est la cible de près de 10% d'entreprises.

À noter parmi les autres marchés ciblés, celui des accessoires de mode et des lignes de vêtements haut de gamme...

Le marché de l'habitat / décoration

Depuis quelques années on assiste à un réel engouement pour l'aménagement et la décoration. L'attachement croissant des français à leur logement se traduit par une augmentation de la part de ces dépenses dans leur budget. La forte attractivité de ce marché se traduit par une progression spectaculaire du nombre d'acteurs intervenant sur ce marché (grandes surfaces de bricolage, distribution alimentaire, groupes de prêt-à-porter...). Le e-commerce joue un rôle important sur ce marché et pèse sur le commerce traditionnel.⁸

Le marché des arts de la table reste relativement épargné par la crise. Cet achat plaisir profite de la tendance cocooning, du succès de la préparation culinaire (cours de cuisine, produits fait-maison, émissions de TV...). Le budget moyen par ménage dédié à cet univers étant faible, il souffre également moins des arbitrages de consommation. Cependant le secteur connaît de réelles difficultés : il ne peut plus compter sur l'effet porteur des listes de mariage et est confronté à une descente en gamme du marché. Les attentes des consommateurs se sont modifiées : ils sont soit à la recherche du prix le plus bas pour des produits basiques soit prêts à mettre le prix pour un produit vraiment différencié (produits de qualité, produits design, concept innovant...). Les produits intermédiaires souffrent beaucoup de cette situation.⁹

Les produits artisanaux semblent être bien positionnés sur ce marché de par leurs qualités, leur aspect unique issu d'un savoir-faire particulier.

Pour en savoir plus : « Les activités artisanales du domaine habitat/décoration en Limousin » réalisé par la CRMA Limousin en 2007.



Le marché du luxe

Le marché mondial du luxe enregistré en 2008, un chiffre d'affaires compris entre 170 et 180 milliards d'euros. La France est le leader de ce marché et réalise un tiers de la production mondiale. Près de la moitié des grandes marques de luxe sont françaises principalement concurrencées par les italiennes, les américaines et les suisses.

Le marché français du luxe (66 milliards d'euros) est composé pour l'essentiel des vins et spiritueux (30%), des cosmétiques et des parfums (23%), de la couture (15%), de la maroquinerie, bagages et accessoires (9%), de l'horlogerie, joaillerie (4,5%) et de la gastronomie (4%).¹⁰⁻¹¹

Les métiers d'art sont primordiaux sur ce marché où le culte de l'excellente qualité, du fait-main et du sur-mesure existe plus que jamais.

La liste des métiers du luxe est assez difficile à établir. Bien que certains métiers soient emblématiques du secteur (émailleur, porcelainier, joaillier...) d'autres en font partie du fait des spécificités de l'activité et des produits réalisés par l'entreprise artisanale.

Les entreprises artisanales du luxe doivent prendre en compte la dimension internationale de ce marché et s'y adapter. Elles interviennent soit directement sur ce marché soit par le biais de la sous-traitance.

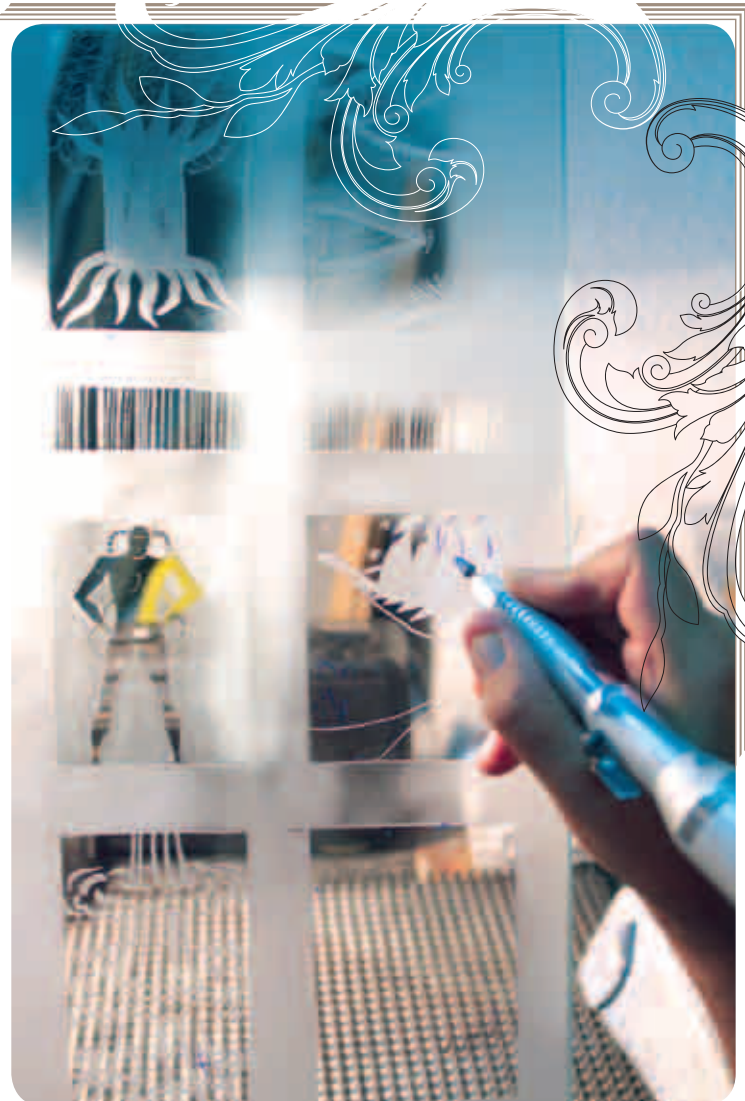
Le secteur du luxe est devenu un des secteurs stratégiques de l'économie française. Le cabinet A.T Kearney a évalué à 170 000 le nombre de personnes participant plus ou moins directement à ce secteur en France y compris dans les filières logistiques, distribution, marketing...¹²

Le luxe est lui aussi touché par la crise, il s'agirait de la première récession que connaîtrait le secteur depuis plusieurs décennies. Pour faire face à cette situation, certains acteurs du marché choisissent de privilégier le très haut de luxe (fait-main, sur-mesure, qualité exceptionnelle...) car ces articles synonymes de valeurs sûres ne connaissent pas la crise.

Les artisans d'art ont alors un rôle à jouer sur ce marché en privilégiant la qualité, le fait-main et le sur-mesure...

Les maisons du luxe reposent sur les artisans. La pérennité de la filière du luxe est conditionnée par le maintien du savoir-faire et donc de la qualification des professionnels qui y œuvrent. Ce marché a besoin d'artisans de qualité pour poursuivre et justifier sa singularité vis-à-vis de la concurrence étrangère.

Dans ces conditions, la formation (initiale et continue) représente un enjeu de taille.



MONOGRAPHIE SECTORIELLE

CHAMBRE RÉGIONALE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT DU LIMOUSIN

Les différents marchés

Le marché de la restauration / conservation du patrimoine



Il est tout aussi difficile de délimiter avec précision les contours du marché de la restauration du patrimoine et d'en mesurer l'importance que de définir les métiers d'art... Ce marché concerne aussi bien la conservation du patrimoine mobilier qu'immobilier. Aux métiers de la restauration de peinture, de vitraux, de céramiques, de mobiliers on peut associer les métiers qui relèvent de l'architecture.

Les artisans jouent un rôle fondamental en matière de conservation du patrimoine culturel mais qu'il est difficile de mesurer. Seuls ou en relation avec d'autres organisations (certains travaillent en indépendant au sein d'ateliers de restauration spécialisés), les professionnels du secteur répondent à la demande de l'État, des collectivités locales, des associations culturelles mais aussi de sociétés privées et de particuliers.

L'État est un donneur d'ordre important sur ce marché. Dans le cadre du plan de relance en faveur du patrimoine, lancé en 2009 et destiné à lancer ou accélérer un grand nombre de chantiers de restauration de monuments historiques, le Limousin a été doté de 5,41 millions d'euros, classant ainsi la région au 5^e rang national.¹³

Les artisans d'art ont aussi un rôle à jouer dans la conservation d'un patrimoine spécifique : leur savoir-faire !

Le marché du tourisme / loisir

Depuis quelques années, on assiste à un développement des routes, circuits et itinéraires métiers d'art, sous des formes variées avec l'objectif de tirer parti des atouts des métiers d'art et des atouts du tourisme.

En effet, les activités des métiers d'art peuvent servir d'appui à la valorisation et à la diversification de l'offre touristique d'un territoire. Elles témoignent de la richesse patrimoniale, ont valeur d'authenticité, de qualité et sont considérées comme une ressource économique en termes d'attractivité pour les territoires. Parallèlement, le tourisme peut en retour avoir un impact positif en terme économique et promotionnel des savoir-faire et des produits des métiers d'art.

Ces initiatives répondent également à l'engouement des français pour le patrimoine, au développement du temps libre, des loisirs et va de pair avec le développement du tourisme de découverte économique.

L'artisanat d'art avec ses savoir-faire et ses réalisations a donc toute sa place sur le marché du tourisme.

95 % des français sont attirés par la visite d'entreprises avec pour principale motivation la découverte de savoir-faire et de technologies (56 %) ainsi que par la compréhension des méthodes de travail des secteurs très différents de ceux qu'ils connaissent (56 %). Mais les français semblent plus attirés par les secteurs de pointe (62 %) et moins par la visite d'une petite entreprise (28 %).

La visite de locaux faisant partie du patrimoine est également un argument pour 26 % des sondés. Ces visites seraient également l'occasion pour 11 % des français d'acheter des produits.¹⁴

« Secrets de Métiers », opération initiée en 2003 par la CRMA Limousin visait à constituer une offre de découverte des savoir-faire des métiers d'art et des métiers de bouche limousins à travers la visite de leurs ateliers et la mise en place de stages d'initiation à leurs savoir-faire. En 2005, cette opération a été étendue au niveau européen avec « Tourisme & Artisanat » qui rassemblait 258 entreprises artisanales européennes des mêmes secteurs d'activité.



DE L'ARTISANAT D'ART

Le marché du cadeau culturel, des objets de musée et des produits dérivés

Bien que majoritairement composé d'acteurs industriels il offre pourtant des pistes pour les entreprises artisanales d'art.

Ce marché s'est fortement développé ces dernières années avec notamment la multiplication de sites touristiques autour des bijoux, de l'horlogerie, du textile, des accessoires de mode, de la décoration, des arts de la table, de la papeterie, des jouets, des livres, des jeux éducatifs ...

Une offre de produits artisanaux dédiée se développe attirée par les perspectives intéressantes de ce marché, à l'image des « Imagiers », groupements d'artisans d'art dans l'Aude, associés pour créer une ligne cohérente d'objets dérivés du patrimoine culturel de la région, particulièrement riche en art roman.¹⁵ Chacun dans sa spécialité (céramiste, bijoutier, créateur, designer...) a imaginé des objets inspirés des mêmes éléments du patrimoine. Ces créations sont à la fois exposées en permanence dans un espace professionnel mais circulent également dans le cadre d'une exposition itinérante dans la région.¹⁶

La création d'une ligne de produits dérivés inspirée d'une culture locale permet d'associer de nombreux métiers en utilisant les ressources et savoir-faire locaux et offre de nouveaux débouchés aux artisans d'art. D'autant plus que les circuits de distribution s'élargissent. Ces produits autrefois distribués uniquement dans les boutiques de musées intéressent maintenant l'ensemble des circuits de distribution (boutiques cadeaux, vente par correspondance, commerce en ligne...) à la recherche d'une diversification dans leurs offres de produits.

Pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et à ces nouveaux circuits de distribution, l'offre a besoin de renouveau avec des produits réunissant une référence historique avec une sensibilité artistique, en s'appuyant sur les tendances de la mode et de la décoration, en expérimentant de nouveaux supports (textile, arts de la table...), en développant des thèmes inédits (jardin, gastronomie...).



MONOGRAPHIE SECTORIELLE

CHAMBRE RÉGIONALE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT DU LIMOUSIN

Les métiers d'art sont fortement ancrés dans les territoires et participent au développement local

Outre le développement touristique, différentes initiatives autour des métiers d'art contribuent au développement local tout en tenant compte des besoins des professionnels. Ainsi des Pôles Métiers d'Art ont vu le jour dans de nombreuses villes comme Pézenas répondant à la fois aux préoccupations de promotion et de commercialisation des professionnels d'un secteur qui souffre d'isolement et d'un manque de visibilité de son offre, en leur permettant de se regrouper. Cette mutualisation permet la mise en place d'actions visant le développement économique des artisans d'art comme la commercialisation de produits (via des boutiques, des salons...), des aides au développement de nouveaux produits, des aides à l'installation... mais aussi des actions de formation pour les professionnels et de sensibilisation du grand public aux métiers d'art.¹⁷

Quelques exemples d'initiative autour des métiers d'art :

Label Ville et Métiers d'Art

Créé à l'initiative d'élus locaux en 1992 à l'occasion de rencontres avec des professionnels soucieux de promouvoir toute la richesse et la diversité des métiers d'art dans leur ville, le label Ville et métiers d'Art regroupe une sélection de communes qui ont l'excellence et l'authenticité en tête. En Limousin, Saint-Junien est labellisée Ville et Métiers d'Art.

www.vma-asso.fr



Les Pôles Métiers d'Art

Créé par la Communauté de communes du Lodévois, le Pôle des métiers d'art regroupe aujourd'hui près de 30 artisans d'art. Une politique d'aide à l'installation de ces métiers sur ce territoire est en place. Un positionnement fort autour de la décoration intérieure, incarné par une marque déposée, « Horizons intérieurs », fédère plus précisément ces artisans créateurs. La Galerie « Horizons intérieurs », située au cœur de la ville de Lodève permet la promotion des savoir-faire de ses artisans. De plus, le « Salon des artisans créateurs » est organisé chaque fin d'année.

www.horizons-interieurs.com

Le Pôle Expérimental Métiers d'Art de Nontron et du Périgord Vert

à pour objectif de favoriser et de participer au développement des métiers d'art à Nontron, sur les territoires du Pays nontronnais, du Périgord Vert et du Parc naturel régional Périgord-Limousin en organisant des expositions, des conférences, des rencontres, en initiant des actions de sensibilisation aux métiers d'art auprès de tous les publics, en mettant en place des résidences de designers, artistes et professionnels, en favorisant l'installation de professionnels métiers d'art; en accompagnant et facilitant le développement de l'activité de ces professionnels et la commercialisation de leurs produits; en établissant des partenariats entre les divers acteurs du secteur professionnel des métiers d'art et entre les communes du Périgord Vert ; en animant l'Espace Métiers d'art à Nontron afin de favoriser le développement culturel, économique et touristique en Périgord, en favorisant la réanimation des quartiers et des bourgs anciens...

www.metiersdartperigord.fr

Le Pôle d'Économie du Patrimoine (PEP) de la Porcelaine de Limoges-Arts du Feu

Lancé en 1999, il permet d'aider des projets publics et privés afin de favoriser l'émergence de pôles culturels touristiques et de développement économique local sur le département de la Haute-Vienne à l'exemple de Limoges, Saint-Léonard-de-Noblat et Saint-Yrieix-la-Perche.





Un Contrat de Progrès des Métiers d'Art en Limousin

Un diagnostic de la filière métiers d'art en Limousin a été réalisé afin de repérer les problématiques et de dégager des orientations d'actions. Ce travail qui a associé les professionnels des métiers d'art, le Conseil Régional, l'État et la CRMA a conduit à la mise en place d'un contrat de progrès métiers d'art à partir de 2010. Il a pour objectif d'exercer, au cours des cinq prochaines années, un effet de levier pour le développement économique de cette filière.

Ce programme s'articule autour de trois objectifs :

- agir sur le facteur humain : professionnaliser, favoriser le travail en réseau, assurer la pérennité (entreprises et savoir-faire),
- agir en faveur de l'innovation et de l'adaptation des produits aux tendances et aux contraintes des marchés,
- agir pour mieux accéder aux marchés (accompagnement de démarches individuelles ou collectives...).

Le contrat de progrès métiers d'art bénéficie du soutien financier du Conseil Régional, de l'État... et sera animé par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Haute-Vienne par délégation de la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat du Limousin.



SOURCES

- ¹ Observatoire Économique Régional de l'Artisanat Limousin – Données 2009.
- ² Baromètre 2008 d'Atelier d'Art de France – Observatoire des Métiers d'Art.
- ³ Site de la SEMA- <http://www.metiersdart-artisanat.com> - 2009.
- ⁴ Panorama des Entreprises des Métiers d'Art – DCASPL - 2008.
- ⁵ Diagnostic des Métiers d'Art en Limousin – CRMA Limousin – septembre 2008.
- ⁶ Les métiers d'art : quelles attentes de la part des consommateurs ? – Étude SEMA- CREDOC - 2007.
- ⁷ Les entreprises du Patrimoine Vivant – enquête 2009 – ISM – Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi.
- ⁸ La distribution d'articles de décoration, nouveaux concepts et stratégies multicanal à l'horizon 2010 – PRECEPTA - 2008.
- ⁹ Les arts de la table et de la cuisine à l'horizon 2011 – PRECEPTA - novembre 2009.
- ¹⁰ Le Luxe : acteurs et marchés – ARIST Paris - janvier 2009.
- ¹¹ Le Luxe : production et services – Conseil Économique et Social - 2008.
- ¹² Les métiers d'art, d'excellence et du luxe et les savoir-faire traditionnels : l'avenir entre nos mains – Rapport de Catherine Dumas, sénatrice de Paris - septembre 2009.
- ¹³ DRAC Limousin.
- ¹⁴ Les Français, l'image des entreprises et les journées portes ouvertes – CAS – ACFCI - septembre 2008.
- ¹⁵ Les Imagiers - www.les-imagiers.org
- ¹⁶ Museum Expressions – Métiers d'Art n°226 - mars/avril 2006.
- ¹⁷ Métiers d'art : quels atouts pour nos territoires ? – La Lettre de l'Intercommunalité n°119 - juin/juillet 2009.
Les Métiers d'Art – PME/TPE en bref n°33 - mai 2008 – DCASPL.



Conseil Régional du Limousin

27 bd de la Corderie
87038 LIMOGES Cedex
Tél. : 05 55 45 19 00 - Fax : 05 55 45 18 25
Courriel : documentation@cr-limousin.fr
Web : www.cr-limousin.fr

Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat

14, rue de Belfort - CS 71300 - 87060 Limoges Cedex
Tél. : 05 55 79 45 02 - fax : 05 55 79 30 29
Courriel : contact@crma-limousin.fr
Web : www.crma-limousin.fr

MONOGRAPHIE sectorielle

CHAMBRE RÉGIONALE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT DU LIMOUSIN