

**Etude nationale
sur les manufactures d'art**
Synthèse



| | |
|---|-----------|
| 1. LA SYNTHÈSE | 4 |
| 2. LE PROFIL DES REpondANTS | 13 |
| 3. LA PRÉSENTATION DU SECTEUR ET DU CADRE DE L'ÉTUDE | 16 |
| 3.1 LE CADRE DE L'ÉTUDE | 17 |
| 3.2 LA MÉTHODOLOGIE EMPLOYÉE | 18 |
| 3.3 LES ACTEURS | 19 |

LA SYNTHÈSE

1

UN ANCRAGE TERRITORIAL IMPORTANT ET UN SAVOIR-FAIRE NON DELOCALISABLE

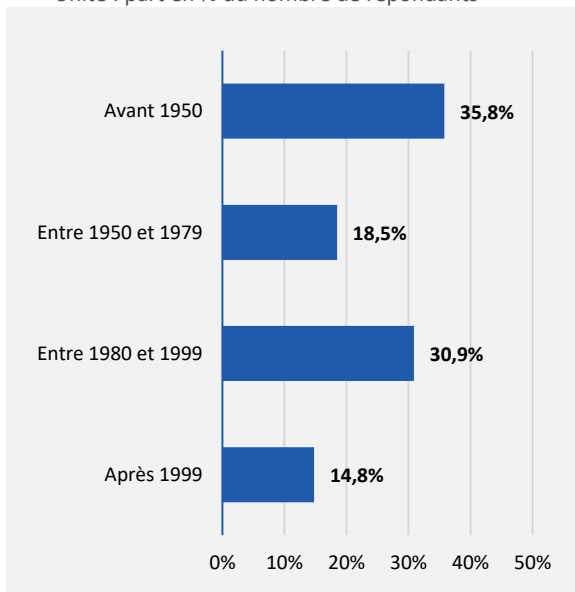
La France compte une grande variété de manufactures d'art, tant en termes de savoir-faire (ébénisterie, ferronnerie, tissage, coutellerie, menuiserie, etc.) que de taille (petites structures, PME familiales fortement ancrées localement, opérateurs à renommée internationale). Ces entreprises disposent de nombreuses années d'existence, plus d'un tiers d'entre elles ayant été créées avant 1950. Leur activité se caractérise par un réel attachement territorial et contribue à la valorisation des régions et au maintien de leurs traditions artistiques.

Les manufactures d'art créent des emplois stables (89,2% de salariés) et non délocalisables. Leur personnel s'inscrit dans la durée : 52,2% des dirigeants exercent dans les métiers d'art depuis au moins 20 ans et pour 46,3% des structures, les salariés ont 10 ans d'ancienneté minimum. Concernant leur structure actionnariale, les entreprises sont principalement détenues par des familles (41,8% des cas) ou des particuliers (37,3%).

De nombreuses manufactures d'art et leurs effectifs s'appuient sur des titres, des labels et/ou des prix (notamment le label Entreprise du Patrimoine Vivant dont disposent plus des deux tiers des entreprises), qui sont un gage de sérieux, d'excellence et de savoir-faire pour la clientèle (effet notoriété).

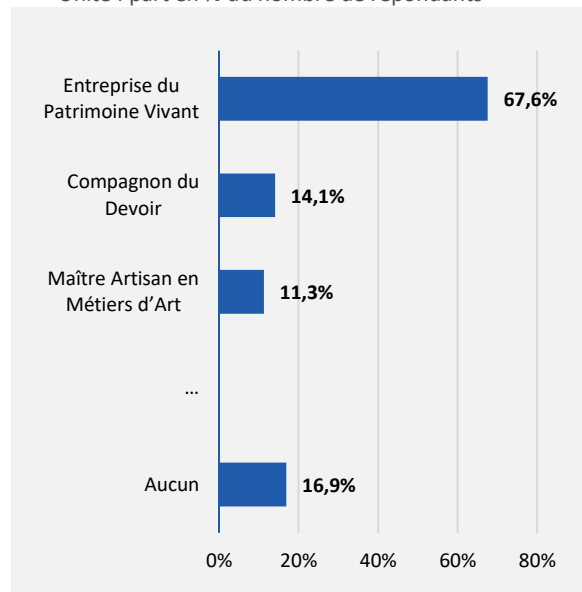
■ Année de création de l'entreprise

Unité : part en % du nombre de répondants



■ Principaux prix, labels et titres des employés ou de l'entreprise

Unité : part en % du nombre de répondants



NB : plusieurs réponses possibles

2

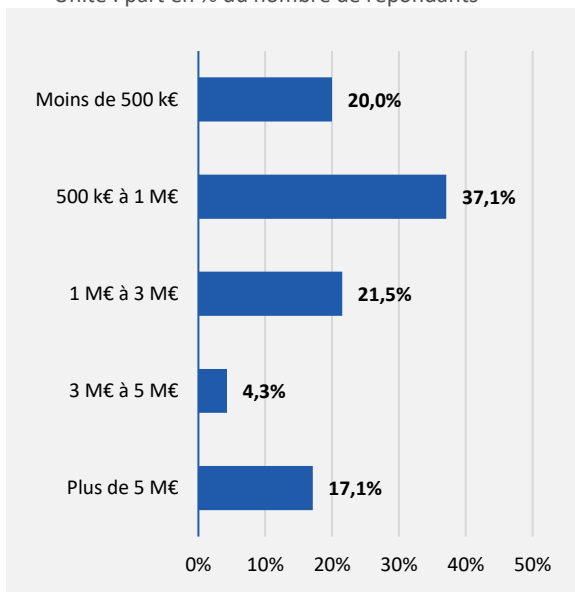
UN CERTAIN DYNAMISME DE L'ACTIVITE SUR MOYENNE PERIODE

Selon notre enquête, le chiffre d'affaires HT médian des manufactures d'art se situe dans une tranche comprise entre 500 k€ et 1 M€. Dans leur globalité, les entreprises ont fait preuve d'un certain dynamisme au cours de la période 2010-2016. Plus d'un tiers d'entre elles ont en effet enregistré une croissance de leur activité, grâce à leurs efforts en termes de diversification des compétences, de communication (pour accroître la visibilité des métiers d'art et créer des opportunités d'affaires) et d'internationalisation de l'activité.

Néanmoins, sur moyenne période, une minorité d'acteurs ont accusé une contraction de leurs revenus (15,7% des répondants). Cette situation s'explique en grande partie par la vive concurrence des biens copiés par les industriels, notamment les produits « bas de gamme » importés des pays à faibles coûts de fabrication. Par ailleurs, la baisse des marchés publics (diminution des dépenses des pouvoirs publics, politique du moins-disant au détriment de la qualité, complexité administrative des appels d'offres) a également pesé négativement sur l'activité de certaines manufactures d'art.

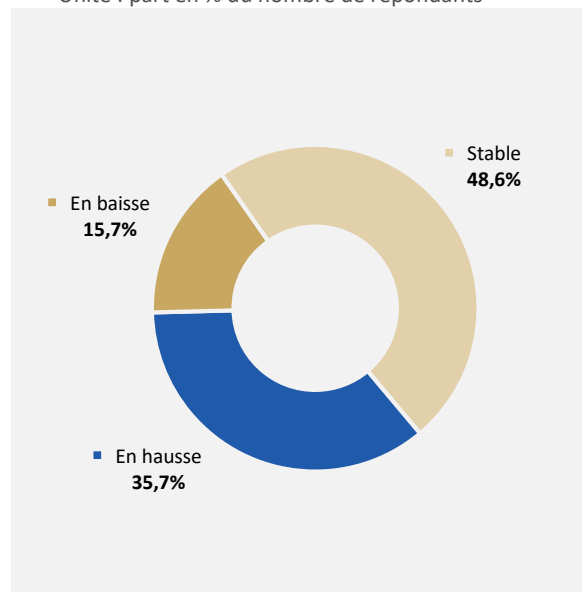
■ Chiffre d'affaires HT réalisé en 2016

Unité : part en % du nombre de répondants



■ Evolution du chiffre d'affaires HT entre 2010 et 2016

Unité : part en % du nombre de répondants



3

UNE VOLONTE D'EXPANSION GEOGRAPHIQUE QUI NECESSITE UN ACCOMPAGNEMENT

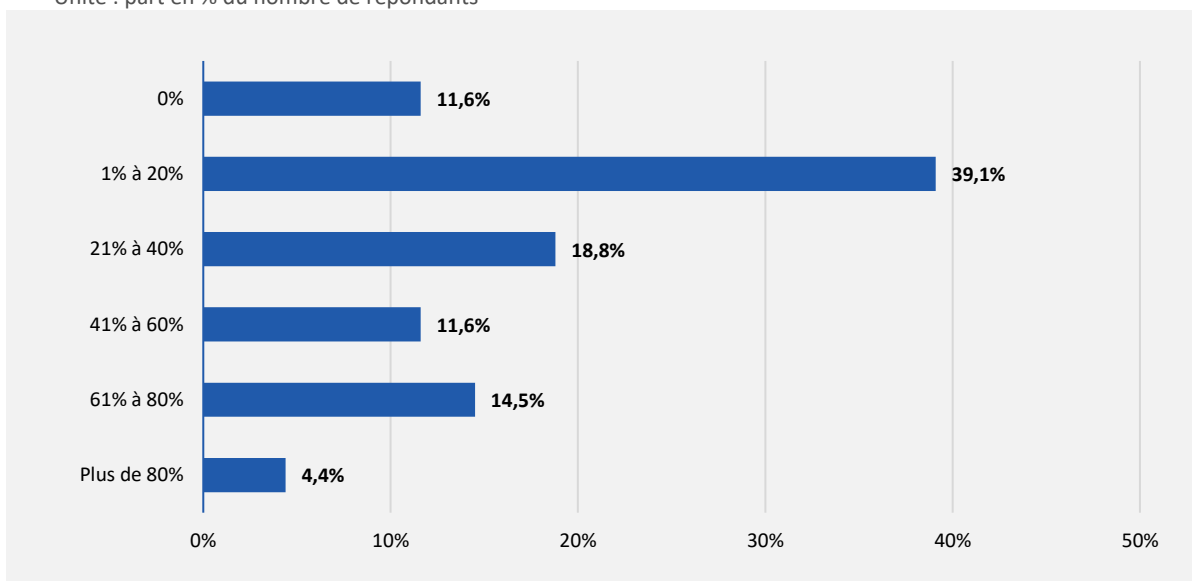
Les marchés étrangers constituent de réelles opportunités pour les manufactures d'art, eu égard à la reconnaissance du savoir-faire français dans le monde. Face à ces perspectives prometteuses, de nombreuses entreprises expriment leur volonté d'étendre leurs ventes à de nouveaux pays (actuellement, 39,1% des répondants réalisent entre 1% et 20% de leur chiffre d'affaires à l'international).

Pour ce faire, elles s'appuient sur des salons professionnels et grand public d'envergure en France, tels que le Salon International du Patrimoine Culturel et Révélation (biennale des métiers d'art et de la création), afin de créer des liens et d'échanger avec les visiteurs sur leur métier. Toutefois, rares sont les opérateurs qui sont présents sur des salons à l'étranger. La participation à ces événements s'avère en effet relativement coûteuse, de même que l'ouverture de bureaux commerciaux en dehors de l'Hexagone.

Dans ce contexte, de nombreuses manufactures d'art sollicitent une réévaluation des aides financières pour participer à des salons, mais aussi un accompagnement et des conseils face à leur manque de vision sur la demande au-delà des pays frontaliers.

■ Part du chiffre d'affaires HT réalisée à l'étranger en 2016

Unité : part en % du nombre de répondants



4

DES INTENTIONS D'EMBAUCHE FAVORABLES

Selon notre enquête, 53,7% des manufactures d'art ont l'intention de recruter du personnel dédié aux métiers d'art dans les 12 prochains mois. Ce taux est nettement supérieur aux perspectives d'embauche sur le marché du patrimoine (14% en 2015) et pour l'ensemble des ateliers d'art installés en France (2% en 2016).

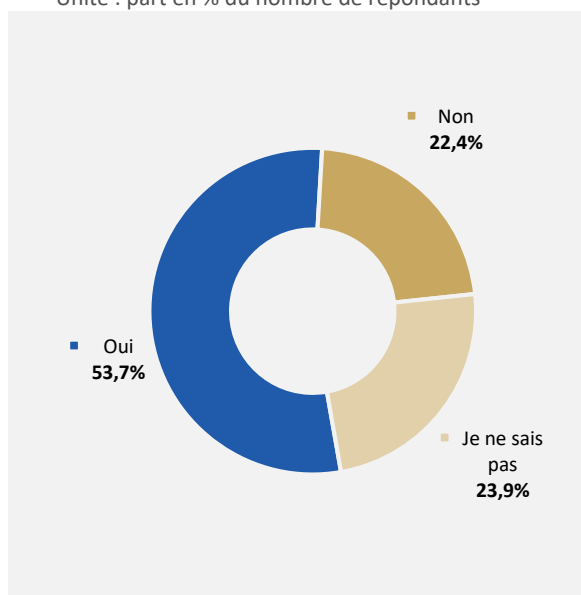
Parmi les manufactures d'art ayant l'intention de recruter, 83,3% envisagent de proposer des contrats à durée indéterminée et un tiers des contrats d'apprentissage. Elles recherchent prioritairement des personnes disposant d'un CAP ou BEP (55,6% des répondants) ou d'un Bac Pro, BMA, BT, BP, BM ou BTM (38,9%).

Trois principaux motifs sont mis en avant pour justifier ces projets d'embauche :

- des perspectives de croissance de l'activité favorables (80,6% des répondants) ;
- la volonté de transmettre le savoir-faire (50,0%). Pour certains métiers, il existe en effet un risque de perte irréversible de compétences si le savoir-faire n'est pas transmis aux jeunes générations ;
- le renouvellement d'un contrat (36,1%).

■ Intention de recruter du personnel sous 12 mois

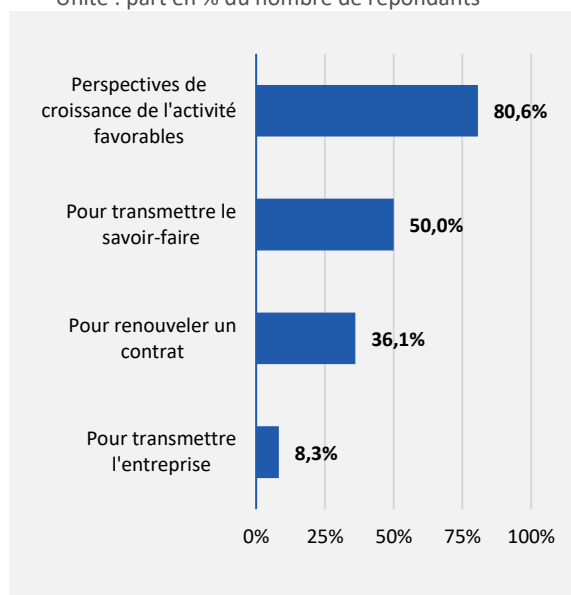
Unité : part en % du nombre de répondants



NB : données portant sur le recrutement de personnel dédié aux métiers d'art

■ Motifs conduisant à vouloir recruter du personnel

Unité : part en % du nombre de répondants



NB 1 : données sur la base des entreprises ayant l'intention de recruter du personnel
NB 2 : plusieurs réponses possibles

5

PERSISTANCE DES DIFFICULTES A RECRUTER

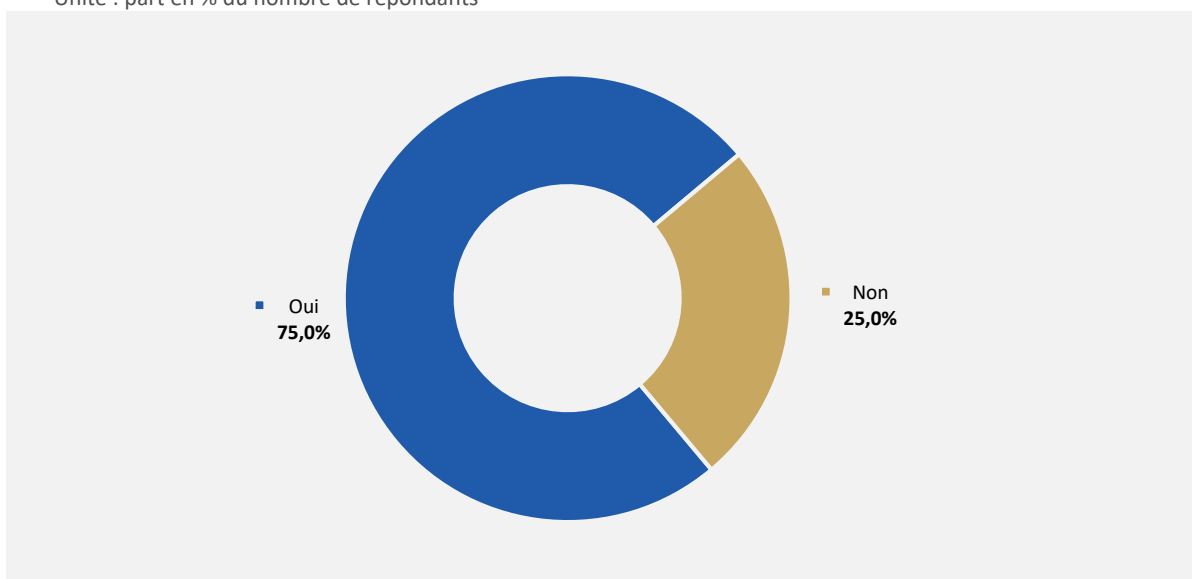
Si les perspectives en termes d'emploi sont positives pour la plupart des manufactures d'art, les trois quarts d'entre elles sont toutefois exposées à des difficultés de recrutement. D'ailleurs, un tiers des entreprises n'envisage pas d'embauche en raison des difficultés à trouver un profil adapté. Cette situation s'explique par plusieurs facteurs :

- certains métiers ne sont plus enseignés en raison de débouchés limités ou les formations sont trop généralistes ;
- le bassin d'emploi est réduit pour de nombreuses structures excentrées géographiquement ;
- les jeunes générations ne sont pas toujours disposées à s'engager au sein d'une entreprise. A titre d'illustration, de plus en plus de personnes proposent leurs services sous le statut de micro-entrepreneur et ne recherchent pas de contrat en tant que salarié.

De surcroît, les nouvelles recrues nécessitent un suivi pendant de longs mois avant d'être opérationnelles, tant en termes de maîtrise des gestes techniques que de compréhension du métier d'un point de vue artistique. Outre un accompagnement en interne, certaines entreprises proposent même le financement de formations diplômantes au sein d'écoles. Dans ce contexte, de nombreuses manufactures d'art privilégient le recours à d'anciens stagiaires ou apprentis pour couvrir leurs besoins en matière de recrutement.

■ Difficultés à trouver le profil adapté aux besoins

Unité : part en % du nombre de répondants



NB : données sur la base des entreprises ayant l'intention de recruter du personnel dédié aux métiers d'art

6

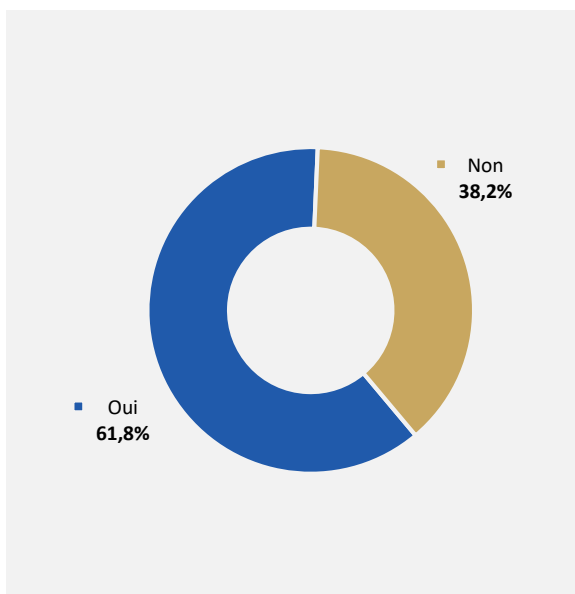
UN SOUTIEN NECESSAIRE ET INDISPENSABLE POUR LES MANUFACTURES D'ART

De manière générale, les manufactures d'art expriment un sentiment de délaissement de la part des pouvoirs publics, notamment par rapport aux petits ateliers et aux professionnels des métiers d'art travaillant seuls. Elles souhaitent être davantage accompagnées, notamment sur le plan financier pour leur permettre « de prendre plus de risques et/ou d'avancer plus vite sur un projet de développement ». Selon notre enquête, 61,8% des répondants déclarent avoir des besoins de financement, essentiellement pour l'achat de matériel, la trésorerie et la rénovation ou l'agrandissement des locaux, mais aussi pour investir dans la recherche et développement. Dans le cadre du financement de ces projets, les manufactures d'art doivent faire face à trois principaux freins :

- un refus fréquent de la part des organismes de crédit, qui ne connaissent ni leur singularité ni leurs besoins ;
- des démarches administratives trop complexes pour bénéficier d'aides ou de subventions. A titre d'illustration, 70% des entreprises artisanales qui développent leur activité à l'international le font sans aide (soit par méconnaissance, soit en raison de critères d'éligibilité trop restrictifs) ;
- un niveau limité des aides (lorsqu'elles remplissent toutes les conditions pour en bénéficier).

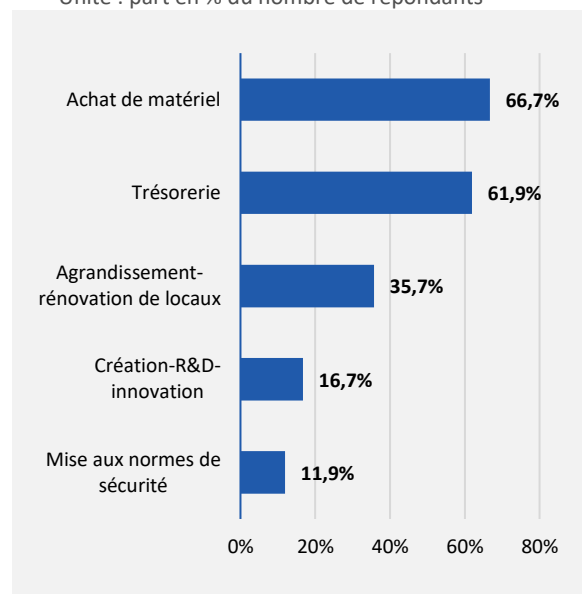
Besoins de financement

Unité : part en % du nombre de répondants



Principaux besoins de financement

Unité : part en % du nombre de répondants



NB 1 : données sur la base des répondants ayant des besoins de financement / NB 2 : plusieurs réponses possibles.

7

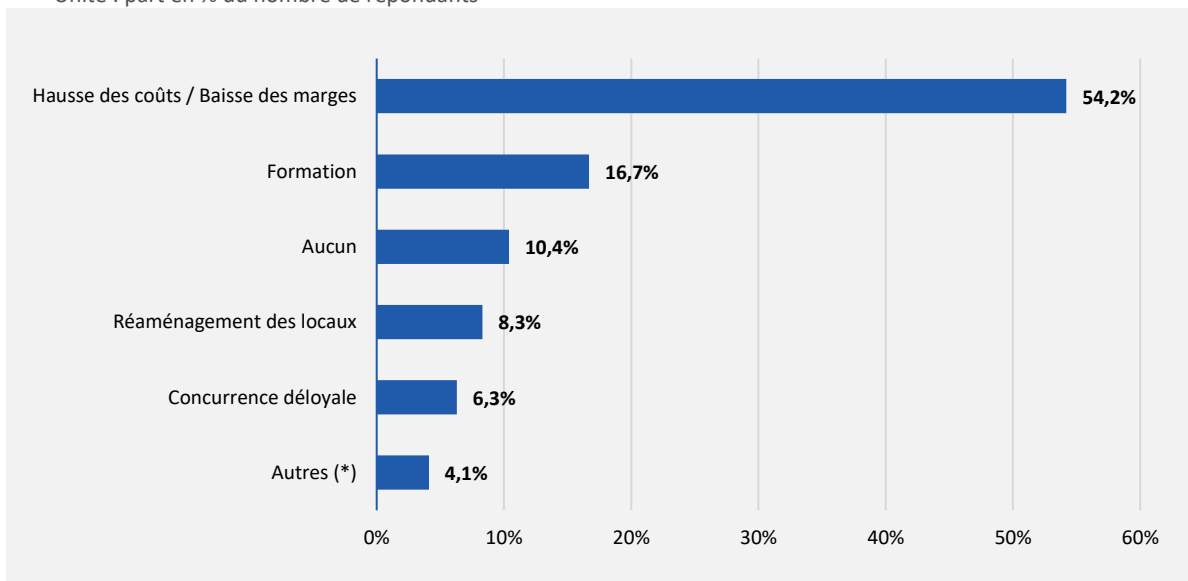
UNE REGLEMENTATION CONTRAIGNANTE ET INADAPTEE

Selon notre enquête, 11,9% des manufactures d'art ont des besoins de financement concernant la mise aux normes de sécurité de leur établissement, de leur matériel et de leurs effectifs. Et pour 54,2% des répondants, le respect de ces normes de sécurité pèse sur leurs performances économiques, puisqu'il se traduit principalement par une hausse des coûts / baisse des marges. Il constitue ainsi un frein au développement de leur activité.

De manière générale, les entreprises considèrent souvent la réglementation comme inadaptée à leur activité et davantage appropriée aux industries. Elles revendiquent ainsi un assouplissement des normes afin qu'elles soient plus en adéquation avec leur métier (techniques de fabrication, matériaux utilisés, caractère unique ou sur-mesure des œuvres, ouvrages et objets réalisés, etc.).

■ Principal impact du respect des normes de sécurité

Unité : part en % du nombre de répondants



(*) Charges administratives, perte de production, etc.

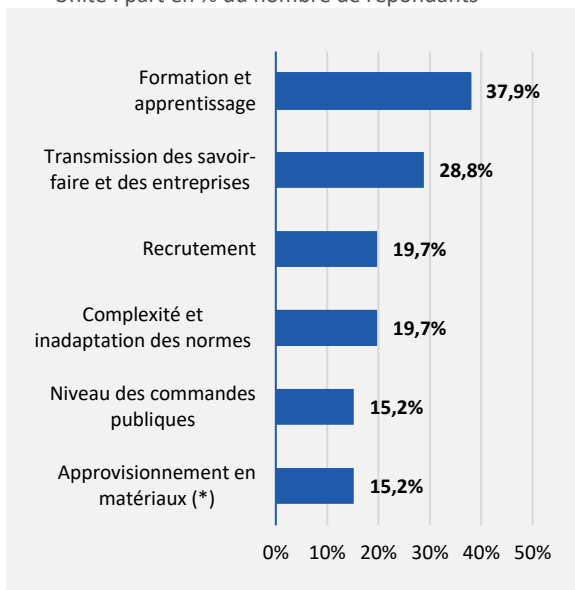
DES ATTENTES AUTOUR DE LA FORMATION, DE LA TRANSMISSION ET DU RECRUTEMENT

Selon notre enquête, les principaux enjeux et défis pour l'avenir des manufactures d'art se recoupent partiellement :

- la formation et l'apprentissage (37,9% des répondants) constituent des éléments clefs, malgré un coût élevé pour les entreprises et un manque de temps pour le suivi et l'accompagnement des jeunes générations. D'autant plus que 83,6% des manufactures d'art considèrent l'apprentissage comme étant un dispositif adapté pour recruter dans les métiers d'art ;
- la transmission des savoir-faire et des entreprises (28,8% des répondants) a pour objectif de préserver des compétences et des équipements spécifiques sans rupture. D'ailleurs, les manufactures d'art, au même titre que l'ensemble des professionnels des métiers d'art, s'accordent à dire que la voie de l'apprentissage est un maillon essentiel du processus de transmission du savoir-faire ;
- le recrutement (19,7% des répondants) reste problématique pour les manufactures d'art, notamment en raison du manque de mise en valeur des métiers d'art auprès des jeunes et de l'absence de centres de formation dédiés à certaines activités.

■ Principaux enjeux et défis pour l'avenir des manufactures d'art

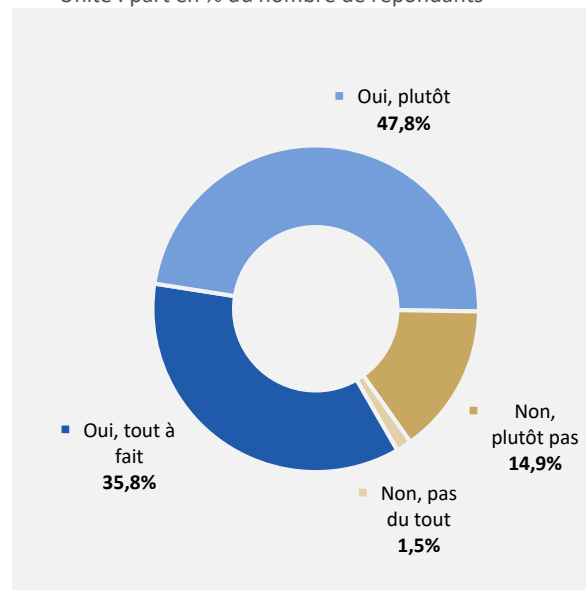
Unité : part en % du nombre de répondants



(*) Disparition de certains matériaux, qualité des ressources / NB : plusieurs réponses possibles

■ Dispositif d'apprentissage adapté pour recruter dans le secteur

Unité : part en % du nombre de répondants



LE PROFIL DES REpondANTS



LES PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DES REpondANTS

L'enquête a permis de relever plusieurs caractéristiques sur le profil et la structure économique des manufactures d'art en France :

- l'ébénisterie, la ferronnerie, le tissage, la coutellerie, la menuiserie et la taille de pierre sont les six principaux métiers d'art représentés ;
- 88,9% des répondants réalisent des œuvres, ouvrages ou objets à l'unité ou sur-mesure ;
- 35,8% des entreprises ont été créées avant 1950 ;
- 74,7% des entreprises ont principalement immatriculé leur activité auprès de la Chambre de Commerce et d'Industrie et 57,0% auprès de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat ;
- la structure actionariale des entreprises relève de l'actionnariat familial dans 41,8% des cas ;
- le secteur est composé à 77,7% de structures comptant moins de 20 employés ;
- 83,1% des répondants possèdent au moins un titre, label ou prix et 67,6% disposent du label Entreprise du Patrimoine Vivant ;
- le chiffre d'affaires médian des entreprises s'établit entre 500 k€ et 1 M€ ;
- 88,4% des répondants réalisent tout ou partie de leur chiffre d'affaires à l'étranger ;
- les entreprises réalisent en moyenne 53,6% de leur chiffre d'affaires auprès de professionnels ;
- 77,9% des répondants sont des hommes ;
- 33,8% des répondants ont au moins 60 ans ;
- 52,2% des répondants exercent dans les métiers d'art depuis au moins 20 ans ;
- pour 46,3% des entreprises, les salariés ont au moins 10 ans d'ancienneté.

■ Profil type des répondants et des manufactures d'art

Unité : part en % des répondants

| Critère analysé | Principale réponse | Part des réponses |
|--|---------------------------------------|-------------------|
| Domaine d'activité | Ameublement et décoration | 27,9% |
| Année de création | Avant 1900 | 18,5% |
| Organisme d'immatriculation de l'activité | Chambre de Commerce et d'Industrie | 74,7% |
| Forme juridique | Société à responsabilité limitée | 45,9% |
| Structure actionnariale | Actionnariat familial | 41,8% |
| Effectif | Entre 10 et 19 personnes | 44,4% |
| Prix, titre ou label | Entreprise du Patrimoine Vivant | 67,6% |
| Chiffre d'affaires annuel | Entre 500 k€ et 1 M€ | 37,1% |
| Part du chiffre d'affaires réalisée à l'étranger | Entre 1% et 10% | 27,5% |
| Part du chiffre d'affaires réalisée par débouché | Professionnels | 53,6% |
| Principal moyen de communication/promotion | Site internet ou plateforme numérique | 92,7% |
| Principal canal de vente | Prescripteurs | 66,2% |
| Âge | 50-59 ans | 38,2% |
| Sexe | Homme | 77,9% |
| Ancienneté dans les métiers d'art | Plus de 30 ans | 29,8% |

LA PRESENTATION DU SECTEUR ET DU CADRE DE L'ETUDE

L'objectif de l'étude

Ateliers d'Art de France a mis en place plusieurs commissions professionnelles permanentes, ayant pour but de constituer un espace d'échanges et de débats entre les professionnels et les institutions, afin d'œuvrer ensemble pour le secteur des métiers d'art.

Dans le cadre de la Commission Professionnelle Manufactures d'art, Ateliers d'Art de France a souhaité réaliser une étude sur les manufactures d'art installées en France. L'objectif principal de l'étude est de recenser les attentes et les besoins de ces structures, tant en termes de fiscalité, de financement, d'emploi que de transmission.

La construction de l'étude

La réalisation de l'étude sur les manufactures d'art s'est appuyée sur cinq phases distinctes :

- validation de la définition des manufactures d'art et définition des critères d'appartenance ;
- cartographie de la profession et élaboration d'une base de données complète ;
- élaboration et diffusion d'une enquête en ligne ;
- réalisation d'entretiens individuels ;
- analyse des résultats de l'enquête et livraison du rapport d'étude.

La confidentialité des données

Les données communiquées dans le cadre de l'enquête en ligne ont été traitées de manière strictement confidentielle et utilisées exclusivement à des fins statistiques. Par ailleurs, elles n'ont été transmises en aucune manière à Ateliers d'Art de France.

Les résultats de l'étude

Par le biais de cette étude, Ateliers d'Art de France entend représenter et défendre les manufactures d'art, qui, bien qu'elles disposent d'un modèle économique et d'un mode de fonctionnement singuliers, sont exposées comme le reste des spécialistes des métiers d'art à des problèmes de recrutement, d'accompagnement à l'export, etc. Ateliers d'Art de France ambitionne notamment de créer une filière un label « manufacture d'art » et revendique la création d'une filière de formation spécifique et d'une branche professionnelle des métiers d'art.

La validation de la définition des manufactures d'art

La définition des manufactures d'art a été établie dans le cadre de la Commission Professionnelle Manufactures d'art : « la manufacture d'art est une entreprise de métiers d'art, exerçant en personne morale et employant plus de 10 salariés, qui peut être inscrite à la chambre de commerce et d'industrie ou à la chambre de métiers et de l'artisanat. Elle intègre un ou plusieurs ateliers d'art en activité, dans lesquels le métier d'art est intégralement réalisé par un professionnel maîtrisant les gestes, les techniques et les savoir-faire qui y sont associés, et dont les œuvres, ouvrages ou objets réalisés à l'unité, en pièces uniques ou en petites séries, nécessitent un apport artistique et portent le caractère distinctif de l'atelier dont ils sont issus. L'activité de métier d'art y est prépondérante sur toute autre activité de la manufacture et l'intervention humaine ou manuelle prédomine l'utilisation de la machine ».

La cartographie de la profession

Xerfi a identifié une population d'acteurs répondant aux critères et à la définition des manufactures d'art. Pour ce faire, Xerfi s'est appuyé sur les contacts et les données d'Ateliers d'Art de France et de ses partenaires, ainsi que sur des recherches documentaires et des enquêtes (sous forme de mailing et d'entretiens téléphoniques). Une base de données complète (nom, coordonnées, activité, effectifs, etc.) sur les manufactures d'art a été réalisée.

L'élaboration du questionnaire

L'enquête, qui est composée de 40 questions^(*), a été élaborée conjointement par Xerfi, Ateliers d'Art de France et la Commission Professionnelle Manufactures d'art. D'une durée de complétion d'une dizaine de minutes, elle concerne les thèmes suivants :

- profil juridique et financier ;
- données économiques ;
- profil des répondants ;
- ressources humaines ;
- questions générales.

La diffusion du questionnaire

L'enquête en ligne a été diffusée par Xerfi du 14 novembre 2017 au 31 mai 2018. Xerfi et Ateliers d'Art de France ont mis en place des actions de communication en amont et des relances auprès des cibles. Plusieurs autres structures ont contribué à la cartographie de la profession et à la diffusion du questionnaire :

- Institut National des Métiers d'Art (INMA) ;
- Pôle Développement Economique et Environnemental de la région Nouvelle-Aquitaine ;
- Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat de la région Centre-Val de Loire ;
- Mission Métiers d'Art Pays de la Loire ;
- Bureau de l'Artisanat et de la Restauration de la Direction Générale des Entreprises.

Au total, 93 questionnaires ont été recueillis.

Les entretiens

Afin de qualifier les résultats de l'enquête, près d'une vingtaine d'entretiens individuels ont été réalisés auprès d'observateurs et experts du secteur des métiers d'art.

(*) Liste des questions disponible en annexes

Ateliers d'Art de France

Ateliers d'Art de France est le syndicat professionnel des métiers d'art. Il fédère plus de 6 000 artisans d'art, artistes de la matière et manufactures d'art sur le territoire national. Ses missions : représenter, défendre les professionnels des métiers d'art et contribuer au développement économique du secteur, en France et à l'international. Ateliers d'Art de France déploie des actions phares pour la structuration et le rayonnement du secteur des métiers d'art.

Ateliers d'Art de France s'est également forgé une expertise dans le domaine de l'organisation de salons. Copropriétaire du salon Maison&Objet (dédié à la décoration), il est également propriétaire et organisateur de deux autres salons d'envergure internationale : le Salon International du Patrimoine Culturel qui se tient chaque année au Carrousel du Louvre, et Révélation, la biennale des métiers d'art et de la création qui prend place au Grand Palais. Ateliers d'Art de France organise aussi des salons régionaux à destination du grand public (Ob'Art), ainsi que des événements destinés à révéler la réalité et la vitalité des métiers d'art, tel le Festival International du Film des Métiers d'Art. En outre, le syndicat dispose de sa propre maison d'édition, Les Editions Ateliers d'Art de France, qui publie divers ouvrages, essais, études, livres pratiques et deux magazines (Ateliers d'Art et La Revue de la céramique et du verre).

Xerfi

Le groupe Xerfi, leader français des études sur les secteurs et les entreprises, apporte aux décideurs les analyses indispensables pour surveiller l'évolution des marchés et de la concurrence, décrypter les stratégies et les performances des entreprises, en France comme à l'international. Xerfi a réalisé l'analyse des résultats du questionnaire sur l'étude nationale sur les manufactures d'art installées en France. Ce questionnaire a été élaboré en co-construction avec la Commission Professionnelle Manufactures d'art.