

SYNTHESE

EVALUATION DES CONSEQUENCES DE LA SITUATION LIEE AU COVID-19 SUR L'ECONOMIE DES ATELIERS D'ART

- *Seconde enquête Juillet 2020* -

Suite aux résultats d'une première enquête lancée au début du confinement, Ateliers d'Art de France a souhaité dresser un **nouvel état de lieux de la situation actuelle vécue par les entreprises métiers d'art** très impactées par la situation sanitaire liée au Covid 19. Au-delà de l'analyse des difficultés rencontrées par les professionnels durant la période, cette seconde enquête a pour finalité de **tester un ensemble de propositions d'accompagnement de la reprise pour le secteur** afin d'agir, de porter des **propositions de mesures adaptées et de les présenter aux pouvoirs publics** et aux différents acteurs associatifs ou institutionnels du réseau des métiers d'art.

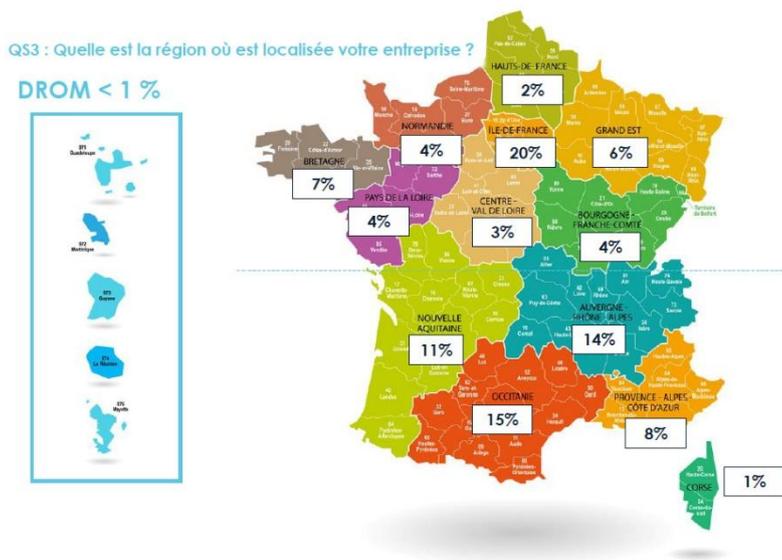
Cette enquête a été lancée via une approche quantitative online, du 1er au 15 juillet inclus, auprès d'un échantillon global de **1 119 personnes** (*), composé de 582 professionnels adhérents Ateliers d'Art de France et de 537 professionnels non adhérents appartenant aux réseaux des associations et acteurs institutionnels partenaires.

Des milliers d'ateliers d'art en France ont été lourdement pénalisés, en dépit des mesures d'aides gouvernementales qui leur ont permis de survivre

Près de deux mois après la date de déconfinement, les professionnels des métiers d'art restent **toujours dans l'expectative malgré l'accès facile et rapide aux aides gouvernementales**, (pour les 81% en ayant bénéficié), qui leur a été d'un grand secours.

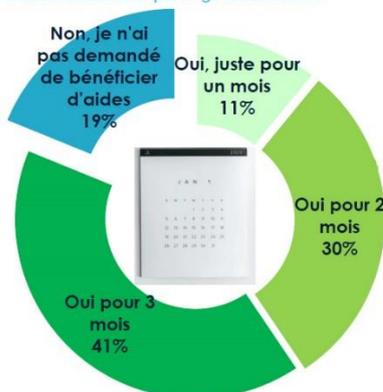
La quasi-totalité des entreprises répondantes (plus de 9 sur 10) sont des entreprises individuelles. Elles représentent une grande diversité de domaines d'activités parmi la profession des métiers d'art.

Il apparaît que la localisation des répondants sur le territoire est hétérogène et **scindée en deux** : **le sud de la France comprend davantage d'entreprises que le nord de la France, à l'exception de l'Île-de-France** qui reste la principale région d'implantation des entreprises des métiers d'art. Cette diversité de la répartition des entreprises dans les 13 régions métropolitaines (les DROM ne représentant qu'un faible pourcentage de notre échantillon interrogé) met en évidence l'importance de l'action des acteurs régionaux pour préserver les ateliers et la disparité dans leur accompagnement selon la région concernée.



Si la période semble avoir été mieux vécue qu'elle n'était annoncée en mars (où 10% pensaient devoir arrêter leur activité contre 2% en juillet), le secteur reste toujours en grande difficulté, en dépit des aides gouvernementales. **Les répondants sont, d'ailleurs, 91% à projeter une baisse de leur chiffre d'affaires à la fin de l'année.**

Q1 : Depuis le début de la crise, avez-vous demandé à bénéficier des mesures d'aides annoncées par le gouvernement ?

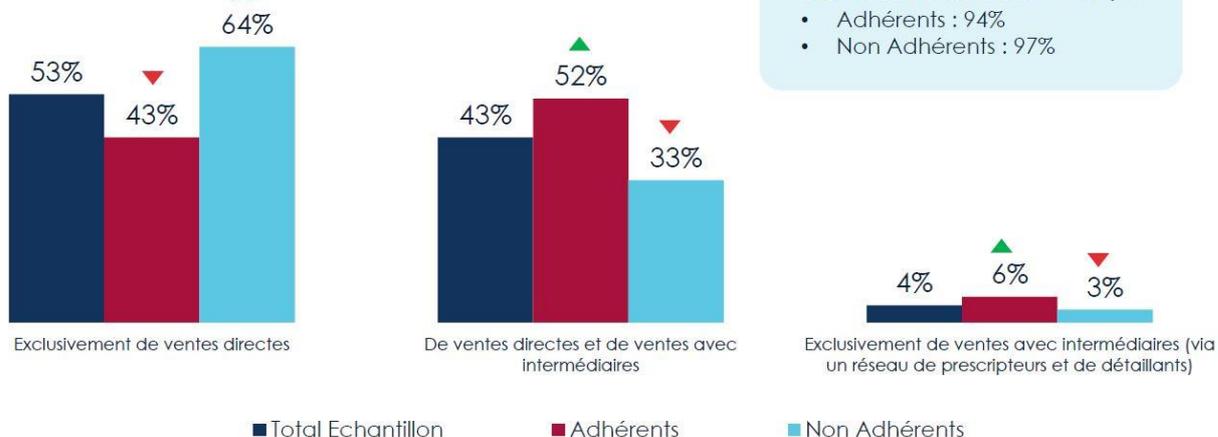


Plus de 8 personnes sur 10 ont déclaré avoir bénéficié des mesures d'aides annoncées par le gouvernement, et tout particulièrement le volet 1 du fonds de solidarité. Ces aides ont été incontestablement d'un grand secours pour leur pérennité (aussi bien utilisées pour les dépenses du quotidien que pour les factures professionnelles). C'est pourquoi, aujourd'hui, **ils sont 65% à souhaiter la poursuite des aides jugée indispensable jusqu'à la fin de l'année.**

Une reprise d'activité qui s'accompagne d'une grande incertitude

Si l'activité, notamment à l'atelier, a pu reprendre pour plus de la moitié des professionnels, **les annulations ou reports successifs des événements commerciaux du secteur** (grand public ou professionnels) sont ce qui **pénalisent le secteur** des métiers d'art à la sortie du déconfinement.

QS4 : Diriez-vous que vos revenus proviennent ... ?



L'incertitude quant au maintien des événements, parfois jusqu'à la dernière minute, ne permet pas aux professionnels des métiers d'art de se projeter sereinement. Ce résultat n'est pas surprenant lorsque l'on sait que la quasi-totalité des entreprises (96%) ont des revenus qui proviennent de ventes directes (soit exclusivement pour 53% d'entre eux, soit couplées par des ventes avec intermédiaires pour 43%).

Pour la majorité, la présence physique du public est donc indissociable d'un signe de reprise d'activité. Et malheureusement, elle est encore trop incertaine actuellement.

Lors des premiers résultats, les professionnels projetaient de **fortes inquiétudes sur l'impact des conséquences post-confinement** sur lesquelles pesaient bon nombre d'incertitudes. C'est ce que nous observons avec cette deuxième enquête. En effet, l'absence de visibilité et d'annonces claires des pouvoirs

publics restent vraiment anxiogènes pour le secteur. C'est pourquoi, de **très fortes attentes sont concentrées autour de l'événementiel, et sur le maintien des salons, marchés grand public**, à minima à court terme car ils génèrent l'essentiel de leurs revenus. Et ce malgré l'absence de garanties quant à la présence du grand public et de son pouvoir d'achat.

En effet, **l'annonce de dernière minute de l'annulation d'événements ne leur permet pas d'anticiper**. De plus, quelques-uns déclarent en spontané que les frais de remboursement des inscriptions aux événements engagés ne sont pas systématiquement remboursés (parfois reportés), cela les mettant inévitablement en situation de trésorerie délicate.

Face à une clientèle majoritairement française, voire locale, résidente du territoire (73%), les marchés, salons, expositions sont également un bon moyen de communication. En démultipliant leur présence à ces événements, **ils optimisent leurs chances de gagner en notoriété et d'obtenir des soutiens de la région** (seuls 12% déclarent avoir reçu du soutien post-confinement du territoire, des acteurs régionaux, ce qui apparaît trop faible à date, selon eux).

L'appui médiatique de la région, avant une communication nationale **est donc attendu par les professionnels des métiers d'art**. Celle-ci aura probablement plus d'impact direct sur le retour sur investissement, au vu de leur clientèle et de leurs métiers, et ce, malgré le faible retour de clientèle enregistré aujourd'hui.

La priorité a été donnée au développement des pièces dans une situation d'inconnu de la reprise des canaux de diffusion

Q10 : Quelles sont les mesures que vous avez mises en place afin de poursuivre votre activité ? (plusieurs réponses possibles)

	Ensemble Echantillon Base = 1119	Adhérents Base = 582	Non Adhérents Base = 537
Le développement de nouvelles créations / de nouveaux produits	45%	47%	43%
Le développement des moyens de communication et les réseaux sociaux	35%	32%	39%
La recherche de nouveaux lieux de vente/ de nouveaux réseaux de vente	32%	31%	33%
L'inscription à plus d'événements, de salons de fin d'année	25%	24%	25%
Le développement de la vente en ligne	25%	26%	23%
L'aménagement de mon espace de travail (à l'atelier/ en télétravail)	18%	16%	20%
La création d'un site internet	12%	7%	17%
La recherche d'un travail complémentaire / d'une autre source de revenus	12%	9%	15%
La formation à distance / le développement des cours à distance	7%	7%	6%
La recherche de nouvelles solutions de livraison ou de retrait de produits	5%	5%	6%
Le changement de fournisseurs ou de matières premières	4%	3%	4%
Aucune mesure / pas de possibilité de poursuivre mon activité	6%	4%	7%
Autres	5%	5%	5%

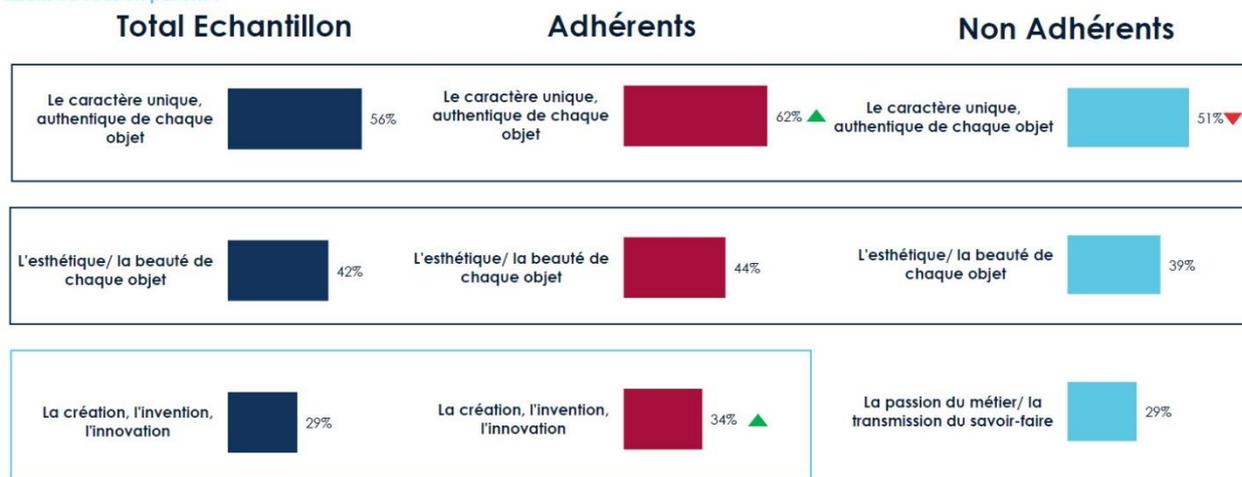
Il apparaît que **la production/fabrication a été l'activité phare de la reprise**. Cela s'est accompagné de nombreuses réflexions autour du **développement de nouvelles collections, et de nouvelles pièces pour toucher un plus large public**. On constate que la recherche de nouveaux outils de diffusion et de nouveaux canaux physiques de vente a été davantage reléguée au second plan.

La plupart des professionnels de métiers d'art utilisent **les outils de communication actuels : site internet, réseaux sociaux...** La vente en ligne via un site ou une marketplace est un enjeu de développement commercial connu des entreprises de métiers d'art. Ce sont cependant des outils qui nécessitent une organisation et des investissements sur le long terme plus complexes à mettre en œuvre. **Le développement actuel des outils digitaux reste ainsi timide pour le secteur des métiers d'art, et rejoint le besoin de formation et les attentes d'accompagnement exprimés sur ce sujet.**

Au-delà du soutien financier, c'est la reconnaissance du secteur des métiers d'art qui est attendue

La période a été jugée propice à une remise en question sur les sujets d'harmonisation de la branche professionnelle et des statuts fiscaux et sociaux. Et cela a permis d'entamer une réflexion plus globale sur le sujet.

Q19 : Et selon la perception de vos clients, quelles sont les 3 principales valeurs qui définissent le mieux les métiers d'art d'après ce que vos clients vous en disent ou vous en parlent ?



Une communication forte et soutenue semble attendue, valorisant le **caractère unique/ authentique de chaque objet**, ainsi que la **création/l'innovation**, car elles apparaissent comme les 2 grandes valeurs fédératrices de la profession. Toutefois, on note quelques divergences notables entre les adhérents Ateliers d'Art de France, qui pour leur part défendent en outre la fabrication intégrale de l'objet dans l'atelier, tandis que les non adhérents évoquent davantage la passion du métier / la transmission du savoir-faire.

Q20 : Pensez-vous qu'il soit indispensable de créer une branche professionnelle spécifique aux métiers d'art ... ?

Base : 1119

BRANCHE PROFESSIONNELLE SPECIFIQUE



• Adhérents : 97%
• Non Adhérents : 97%

Q20bis : Pensez-vous qu'il soit indispensable de créer un statut spécifique aux métiers d'art ?

Base : 1119

STATUT SPECIFIQUE



• Adhérents : 97%
• Non Adhérents : 96%

Cependant, tous souhaitent être **reconnus comme de véritables acteurs de la vie économique locale**. C'est pourquoi, **la création d'une branche professionnelle, tout comme un statut spécifique aux métiers d'art, sont incontournables aujourd'hui**, et souhaitée par l'ensemble des professionnels interrogés.

Plus d'un tiers trouve le moment opportun pour se réinventer et trouver de nouvelles opportunités dans ce sens.