OBSERVATOIRE DES MÉTIERS D'ART

BAROMÈTRE
2014

ATELIERS D'ART
DE FRANCE

Anna Michele © Anthony Girardi

SOMMAIRE

L'OBSERVATOIRE DES MÉTIERS D'ART 4

I. SYNTHÈSE 7

II. LES RÉSULTATS : PRÉSENTATION ET ANALYSE 11

A. 2014 : LE PROFIL DE LA COMMUNAUTÉ DES MÉTIERS D'ART 13

- 1 - Vers une féminisation des profils ? 14
- 2 - Une tendance au vieillissement 14
- 3 - Une entrée dans le métier à tout âge de la vie adulte 15
- 4 - Région de l'activité : l'Île-de-France toujours en tête 16
- 5 - Une implantation en petites communes 16
- 6 - L'éclatement des voies de formation et la persistance de la transmission 17
- 7 - Métiers, matières et activités : une prépondérance du travail de la terre 18

B. STATUT ET IDENTITÉ DES PROFESSIONNELS 21

- 1 - Statut social et fiscal : entre artiste et artisan 22
- 2 - Forme juridique de l'activité : une large préférence pour l'entreprise individuelle 22
- 3 - L'intention de changer de statut 23
- 4 - Une volonté prononcée de coopérer pour les 2/3 de la communauté 26
- 5 - Une activité principalement individuelle 27
- 6 - Une vision optimiste de l'avenir 27

C. LA RELATION DES PROFESSIONNELS AVEC LE MARCHÉ 29

- 1 - Un large usage d'internet et des techniques de communication 30
- 2 - Un contact direct avec la clientèle 31
- 3 - Salons et expositions : une large participation malgré un accès parfois jugé difficile 31
- 4 - Les motivations des acheteurs : la culture française à l'arrière-plan 32
- 5 - L'origine de la clientèle 33
- 6 - Typologie de la clientèle 34
- 7 - La signature, principal moyen de valorisation de l'œuvre 34

D. UNE COMMUNAUTÉ EN TRANSFORMATION : FOCUS SUR LES NOUVEAUX ADHÉRENTS 36

- 1 - Des femmes plus jeunes 38
- 2 - Des femmes plus diplômées que les hommes dans les métiers d'art 39
- 3 - Le profil type : des nouveaux adhérents jeunes, diplômés et qui se forment encore chez leurs aînés 39
- 4 - Une confiance dans l'avenir des métiers d'art qui se retrouve chez les nouveaux adhérents 40
- 5 - Données croisées sur le dynamisme des nouveaux adhérents 41
- 6 - Les tendances d'internet dans la nouvelle génération d'adhésion : un affaiblissement de la pratique de la vente en ligne ? 42
- 7 - La persistance de l'entreprise individuelle comme forme juridique dominante 43
- 8 - L'identité "artistique" plus affirmée chez les femmes 43

III. LE QUESTIONNAIRE 45

L'OBSERVATOIRE DES MÉTIERS D'ART BAROMÈTRE 2014

La société Frenchymotion a été chargée d'organiser la quatrième vague de l'Observatoire des Métiers d'Art.
La première vague a été initiée en 2006 par Dominique Reynié à la demande d'Ateliers d'Art de France.

Elle a été suivie d'une deuxième vague en 2008, puis d'une troisième en 2010.
L'Observatoire des Métiers d'Art s'impose désormais comme la première structure d'expertise, de consultation et de recherche dédiée à l'analyse du monde des métiers d'art.
Cet outil est unique en France. Il fait référence pour la connaissance, l'évaluation et l'anticipation des transformations qui traversent le secteur des métiers d'art[1].

MÉTHODOLOGIE

Le baromètre 2014 de l'Observatoire repose sur un questionnaire comprenant 39 questions posées aux professionnels des métiers d'art, tous membres d'Ateliers d'Art de France.
Comme en 2010, le questionnaire de cette édition 2014 a été administré par voie électronique. La généralisation des usages d'internet parmi les professionnels des métiers d'art membres d'Ateliers d'Art de France permet désormais de perpétuer cette méthode sans craindre pour la représentativité des résultats.

58%!

58 % de taux de réponse !
Le baromètre 2014 a suscité un taux de réponse élevé : les adhérents d'Ateliers d'Art de France ont été très nombreux à répondre au questionnaire.
Pour mémoire, la précédente édition, en 2010, avait obtenu un taux de réponses de 51 %.

Ainsi, sur un total de 1 675 adhérents (composés de 1 474 membres actifs et 201 membres Pépinière), 972 adhérents ont répondu.
Le taux de 58 % enregistré pour l'édition 2014 est d'autant plus significatif d'un fort intérêt et d'une forte mobilisation que l'ensemble des personnes concernées est plus grand, le nombre des adhérents d'Ateliers d'Art de France ayant nettement augmenté depuis la première édition du Baromètre.

[1] Rappelons ici que l'outil barométrique permet, en posant, pour certaines, les mêmes questions à chaque édition, d'observer des tendances évolutives dans le secteur.

LA RELATION DES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS D'ART AVEC LE MARCHÉ

Outre les informations permettant d'améliorer, édition après édition, la connaissance des professionnels des métiers d'art et de leur environnement de manière générale et transversale, **la nouvelle enquête du Baromètre se focalise en 2014 sur la relation avec le marché**[2].
Cette thématique permettra d'ouvrir des pistes éclairant l'évolution du secteur des métiers d'art et les actions en faveur de son développement économique.

UNE COMMUNAUTÉ EN TRANSFORMATION

La présente édition se concentre également sur la dernière génération d'adhérents à Ateliers d'Art de France, afin d'analyser les transformations dans la communauté des métiers d'art.
En effet, Ateliers d'Art de France a enregistré son plus grand taux d'adhésion de 2009 à 2012.
Le profil de ces nouveaux adhérents permettra de mettre en lumière des tendances intéressantes concernant l'évolution du secteur.

Domingo © Xavier Muyard

Il convient ici de préciser que certains résultats ou focus doivent être analysés à l'aune d'une évolution importante pour la Chambre syndicale : en 2009, Ateliers d'Art de France crée sa Pépinière d'entreprises, pour aider les jeunes professionnels dans le démarrage de leur activité. Cette catégorie d'adhérents, par sa nature, comporte des particularités en terme de profil : une population relativement jeune (la majorité étant comprise entre 30 et 39 ans) et féminine (à 80 %).

La création de cette catégorie a ainsi contribué à la nette augmentation des adhésions en 3 ans[3] et influe ainsi sur certains résultats significatifs (féminisation de la profession, etc.)
Ces nuances seront précisées et contextualisées systématiquement au regard des chiffres officiels d'Ateliers d'Art de France.

UNE NOUVELLE ÉTAPE POUR LE SECTEUR

La quatrième édition de l'Observatoire des Métiers d'Art correspond à une nouvelle étape dans la vie d'Ateliers d'Art de France.
En effet, avec le lancement du salon Révélations en septembre 2013 et l'organisation d'un colloque en deux actes en collaboration avec la Maison des Artistes, nous avons pu exprimer et valoriser nos actions d'expertise destinées à favoriser le développement du secteur.

En 2014, une étape essentielle pour le secteur a été franchie. La loi Artisanat, Commerce et Très Petites Entreprises – dite loi ACTPE – du 18 juin 2014 reconnaît légalement le secteur des métiers d'art et consacre sa dimension artistique.
Elle ouvre une nouvelle ère et de nouvelles perspectives pour les professionnels et pose les fondements de la mise en œuvre de politiques adaptées à leurs spécificités, notamment au regard de leurs statuts.
Ce Baromètre, dont les questionnaires ont été administrés un an avant la loi, doit donc être considéré à la lumière de cette avancée sans précédent pour la profession.

[2] La première vague de 2006 avait esquissé un portrait général de la commnauté des métiers d'art. Il avait été suivi en 2008 d'une deuxième vague mettant l'accent sur la question de la formation. Enfin, l'édition 2010 avait pour objectif de placer le focus sur le thème de l'innovation -
[3] De 2009 à 2012, 317 professionnels ont adhéré à la Pépinière et 694 à Ateliers d'Art de France.

SYNTHÈSE

Marc Lepilleur © Yann Piriou

LE PROFIL DES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS D'ART

Âge moyen
48,5 ans

65,6% **34,4%**

La proportion de femmes parmi les professionnels des métiers d'art répondant à l'enquête continue de croître (65,6 %)[4].

73,3%

Dans la population déclarant avoir reçu une formation diplômante dans le domaine des métiers d'art, les femmes représentent 73,3 % des répondants.

2/3

La majorité des professionnels sont implantés dans de petites communes, les 2/3 des répondants déclarant travailler dans des communes de moins de 20 000 habitants.

>1/3

Plus d'un tiers des répondants déclare travailler la terre.

STATUT, IDENTITÉ ET PERCEPTION DU MÉTIER

55%

Les statuts les plus fréquents sont ceux d'artiste et d'artisan d'art. L'enquête 2014 démontre une surreprésentation des artisans (55 % parmi les répondants alors qu'ils sont un peu plus d'un tiers des adhérents d'Ateliers d'Art de France).

64% Entreprise Individuelle
16%
11%

La forme juridique choisie par les répondants pour leur activité est prioritairement l'entreprise individuelle (64 %) – dont 16 % ont choisi le statut d'auto-entrepreneur (16 %), la SARL (11 %) arrivant en 3ème position.

9,8%

Une proportion significative de répondants (9,8 %) déclare avoir l'intention de changer de statut social et fiscal. Ces professionnels des métiers d'art sont plus jeunes et ce sont le plus souvent des auto-entrepreneurs.

2/3 (65,1%)

Les deux tiers (65,1 %) des répondants déclarent travailler en coopération avec d'autres professionnels des métiers d'art.

82%

Une large majorité des répondants exerce son activité de manière individuelle : ils sont 82 % à déclarer travailler seuls.

68%

Le point de vue des répondants sur l'évolution du secteur des métiers d'art est dans l'ensemble optimiste (68 %). Cet optimisme est même plus accentué s'agissant de l'évolution de leur propre activité (72 % en 2013 contre 69 % en 2010).

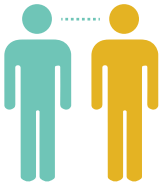
87%

L'identité du professionnel des métiers d'art et le sentiment de son individualité unique s'expriment dans les objets créés. C'est en ce sens que les répondants déclarent massivement (87 %) que leurs clients apprécient leurs créations parce qu'elles reflètent la personnalité de leur auteur. Ainsi, la signature du créateur sur l'objet constitue le principal moyen de valorisation de la création.

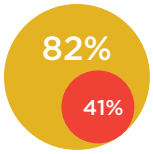
[4] Comme évoqué précédemment, ce résultat est peut-être à considérer à l'aune de « l'effet Pépinière ». Selon les chiffres officiels d'Ateliers d'Art de France (selon lesquels la représentation féminine est de 61 %, parmi les adhérents de la chambre, 58 % sont des femmes, alors qu'elles représentent 80 % des adhérents Pépinière).

LES PRATIQUES DE MARCHÉ ET CLIENTÈLE

Les technologies du web sont maintenant largement maîtrisées : près de 90 % des répondants déclarent disposer d'un site internet.



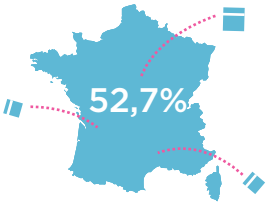
En grande majorité, les répondants entretiennent un contact direct avec leur clientèle.



Si presque tous les répondants (82 %) participent au moins une fois par an à des salons et expositions ouverts au grand public, ils ne sont plus que 41 % à exposer dans les salons professionnels.
Dans les deux cas, ils participent principalement à des salons qui se tiennent en France (environ 96 %).
Sur la facilité d'accès aux salons et expositions, les avis sont opposés à 50/50. Le coût est présenté comme le frein le plus important (91 %).

61%
de particuliers

La clientèle des répondants est avant tout constituée de particuliers (61 %).



Plus de la moitié des répondants (52,7 %) déclare vendre ses créations à des clients issus de pays extra-européens, mais 8,5 % des répondants déclarent vendre principalement à des acheteurs issus de pays étrangers extra-européens.

[5] Les données d'Ateliers d'Art de France sont encore plus significatives sur ce point, dès lors qu'elles comptent une proportion de 61 % d'adhérents à s'être inscrits entre 2009 et 2012.

Barbara Billoud & Geneviève Mathieu © Yann Piriou

II

LES RÉSULTATS : PRÉSENTATION ET ANALYSE

Criska © Anthony Girardi

Bénédicte Vallet © Yann Piriou

A.2014 : LE PROFIL DE LA COMMUNAUTÉ DES MÉTIERS D'ART

- 1 - Vers une féminisation des profils ? 11
- 2 - Une tendance au vieillissement 11
- 3 - Une entrée dans le métier à tout âge de la vie adulte 12
- 4 - Région de l'activité : l'Île-de-France toujours en tête 13
- 5 - Une implantation en petites communes 13
- 6 - L'éclatement des voies de formation et la persistance de la transmission 14
- 7 - Métiers, matières et activités : une prépondérance du travail de la terre 15

1

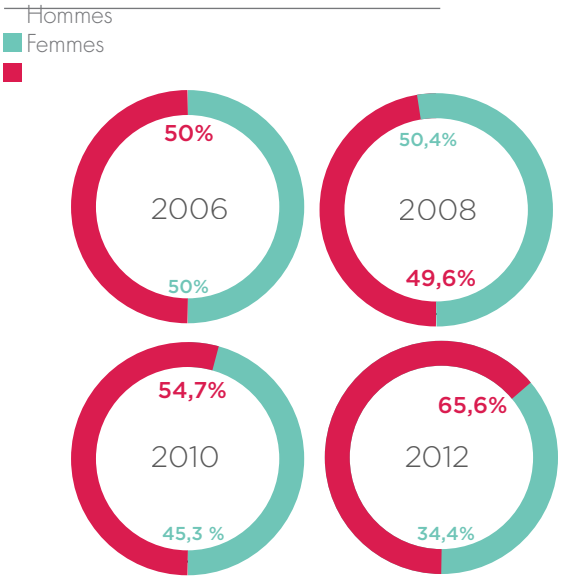
VERS UNE FÉMINISATION DES PROFILS ?

La part des femmes dans la communauté des professionnels des métiers d'art membres d'Ateliers d'Art de France continue d'augmenter.

Lors des deux premières éditions, le Baromètre faisait apparaître un parfait équilibre des genres (50/50). L'édition 2010 avait permis d'enregistrer une augmentation de la proportion de femmes, lesquelles représentaient alors plus de la moitié des répondants (54,7 %).
Ce phénomène de progression s'est affirmé au point que, loin d'être seulement majoritaires, les femmes dominent nettement et représentent les deux tiers des répondants (65,6 %).

La communauté des métiers d'art attire indiscutablement davantage de professionnelles féminines et ce processus semble s'accélérer. Cela signifie que la proportion de femmes parmi les nouveaux adhérents est plus importante encore[6].

MEMBRES D'ATELIERS D'ART DE FRANCE :
LE RATIO HOMMES / FEMMES



2

UNE TENDANCE AU VIEILLISSEMENT

L'évolution de la communauté des adhérents du point de vue des classes d'âge fait d'abord apparaître une relative stabilité.

Ainsi, les 20 - 30 ans constituent une petite minorité qui ne dépasse jamais 5 % des effectifs mais qui atteint l'un de ses niveaux les plus bas en 2013 (3,5 %).

Les 31- 40 ans représentent environ un cinquième des répondants, avec une stabilité visible sur l'ensemble des quatre vagues du Baromètre.

Les 40 - 50 ans connaissent une évolution moins linéaire mais située globalement autour d'un tiers des membres et orientée à la baisse depuis 2010. Il serait bon d'observer ultérieurement le mouvement pour voir s'il se confirme.

Les 51- 60 ans subissent une érosion continue, visible à chacune des quatre éditions du Baromètre. Ils représentent désormais moins d'un tiers des répondants.

En revanche, il faut noter la forte progression de la proportion d'adhérents âgés de 61 ans et plus.

En effet, tandis qu'ils n'ont jamais pu atteindre 10 % des effectifs dans les trois enquêtes précédentes, ils comptent maintenant pour 13,2 % des répondants. Le chiffre a sensiblement augmenté par rapport à la dernière édition (2010) qui enregistrait dans cette classe d'âge 8,1 % des répondants.

48,5 ANS,
l'âge moyen des adhérents

Le poids croissant de cette classe d'âge particulière explique le vieillissement de la communauté des adhérents que la vague 2013 du Baromètre permet d'enregistrer. Ainsi, en 2013, l'âge moyen des répondants est de 48,5 ans contre 47,8 ans en 2010.

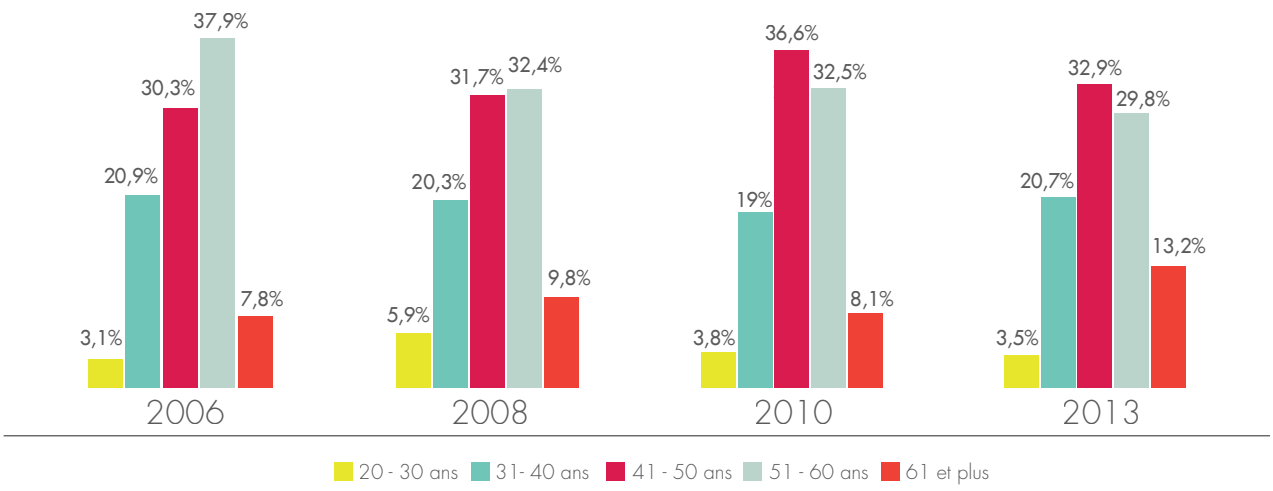
Il reste que près de 53,8 % des répondants ont moins de 50 ans et un cinquième (21,9 %) a moins de 40 ans (contre 22,8 % en 2010).

Par ailleurs, il faut garder à l'esprit que les progrès de l'accès aux outils en ligne au sein de la population des adhérents, y compris les plus âgés, peut favoriser une meilleure participation des classes d'âge les plus élevées et produire un biais dans les résultats.

En d'autres termes, les plus âgés pourraient ne pas être plus nombreux mais mieux connectés. La prochaine édition du Baromètre permettra de clarifier ce type d'incertitude.

[6] Il convient de rappeler ici qu'en 2009, Ateliers d'Art de France lance sa Pépinière, constituée à 80 % de femmes, ce qui influe certainement sur la nette différence à constater avec les éditions précédentes. Parmi les adhérents Ateliers d'Art de France hors Pépinière, les femmes représentent 58 %. Au total, selon les données de la chambre, les femmes représentent 61 % de l'ensemble des adhérents. Il reste que les données officielles démontrent également une évolution certaine de la proportion de femmes, de l'ordre de 2 à 3 points par an.

RÉPARTITION DES ADHÉRENTS PAR CLASSE D'ÂGE



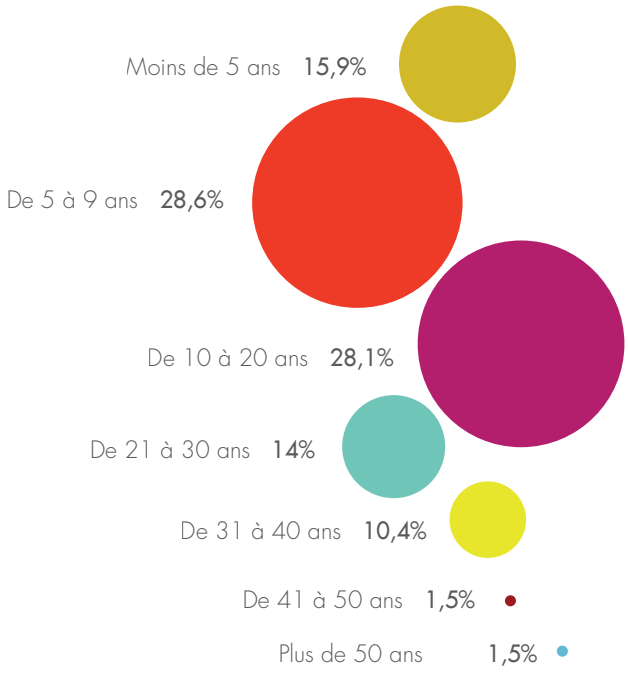
3

UNE ENTRÉE DANS LE MÉTIER À TOUT ÂGE DE LA VIE ADULTE

Les trois quarts (72,6 %) des répondants sont en activité depuis moins de 20 ans.
Plus de la moitié (56,7 %) des répondants a créé son activité il y a plus de 5 ans et moins de 20 ans, c'est-à-dire entre 1993 et 2008. La troisième proportion la plus importante concerne cependant celles et ceux qui ont créé leur acti vité dans les métiers d'art il y a moins de 5 ans (15,9 %). Autrement dit, la proportion des adhérents qui ont lancé leur activité très récemment (moins de 5 ans) est très supérieure à celle des adhérents jeunes (20 - 30 ans).

Ces données traduisent le fait que l'entrée dans la profession des métiers d'art se réalise fréquemment dans l'âge de la maturité et correspond le plus souvent à l'engagement dans une nouvelle carrière. Le phénomène de la reconversion n'est en effet pas rare dans ces professions, dans lesquelles s'engagent parfois des cadres de secteurs d'activité très éloignés.

QUELLE EST LA DATE DE CRÉATION DE VOTRE ACTIVITÉ ?



4

RÉGION DE L'ACTIVITÉ : L'ÎLE-DE-FRANCE TOUJOURS EN TÊTE

Sans changement, la région la plus dense en terme d'installation des activités reste, et de loin l'Île-de-France (23%). Vient ensuite un bloc de second rang réunissant Rhône-Alpes (10 %), Provence-Alpes-Côte d'Azur (8 %), Languedoc-Roussillon (7 %), Bretagne (6,7 %), Midi-Pyrénées (6,4 %) et les Pays de la Loire (6,2 %).

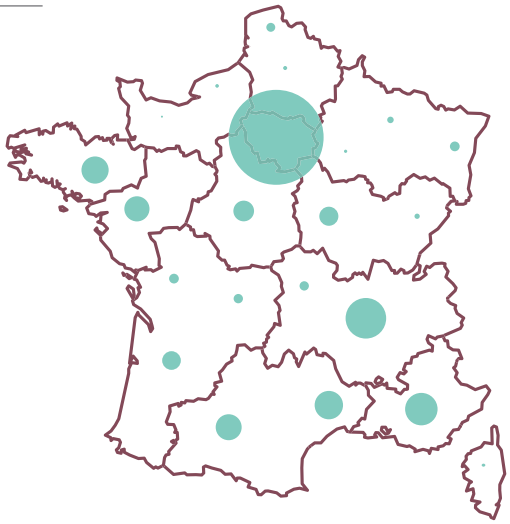
Plus loin, un troisième groupe de régions, beaucoup moins dotées en professionnels des métiers d'art, rassemble le Centre (5,1 %), la Bourgogne (4,7 %) et l'Aquitaine (4,6 %). Enfin, un quatrième groupe concerne les autres régions dont aucune n'accueille plus de 2,5 % des répondants.
Ces résultats sont toutefois à prendre en compte au regard du poids géographique de ces régions. L'Île-de-France étant la région la plus peuplée, il n'est pas surprenant qu'elle concentre la majorité des répondants.

Il est intéressant en revanche de noter qu'une région comme le Languedoc-Roussillon, alors qu'elle est la 10e région la plus peuplée, compte 7 % des répondants et se situe ainsi en 4ème position dans le classement.

Notons encore qu'une région aussi peuplée que le Nord-Pas-de-Calais ne compte que 2,2 % des répondants et que la Corse, région à forte densité touristique, n'accueille que 0,1 % des répondants. Nous avions déjà noté ce déséquilibre paradoxal lors de la précédente vague, en 2010.

RÉGION D'INSTALLATION DES ADHÉRENTS

Île-de-France	23,4%
Rhône-Alpes	10%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	8%
Languedoc-Roussillon	7%
Bretagne	6,7%
Midi-Pyrénées	6,4%
Pays de la Loire	6,2%
Centre	5,1%
Bourgogne	4,7%
Aquitaine	4,6%
Poitou-Charentes	2,4%



Alsace	2,4%
Limousin	2,3%
Auvergne	2,3%
Nord-Pas-de-Calais	2,2%
Lorraine	1,6%
Franche-Comté	1,3%
Picardie	1%
Haute-Normandie	0,9%
Champagne-Ardenne	0,8%
Basse-Normandie	0,5%
Corse	0,1 %

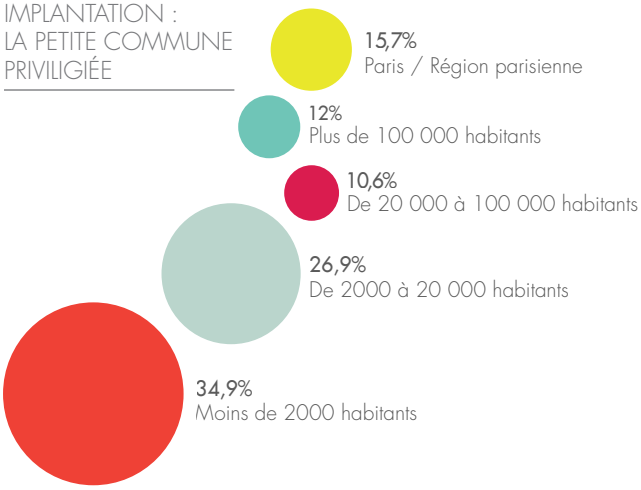
5

UNE IMPLANTATION EN PETITES COMMUNES

Il n'y a pas de raison que le modèle d'implantation ait été profondément modifié depuis 2010. Ainsi, la très large majorité des répondants (61,8 %) travaille dans des communes de moins de 20 000 habitants, sachant que les plus nombreux – ils sont un tiers (35 %) – sont installés dans des communes comptant moins de 2 000 habitants.

La commune de petite taille ou de taille intermédiaire demeure donc le lieu d'implantation de préférence, soit par choix en raison du type de vie qu'un tel lieu autorise, soit en raison de contraintes économiques notamment liées aux coûts de l'espace nécessaire.

IMPLANTATION : LA PETITE COMMUNE PRIVILIGIÉE

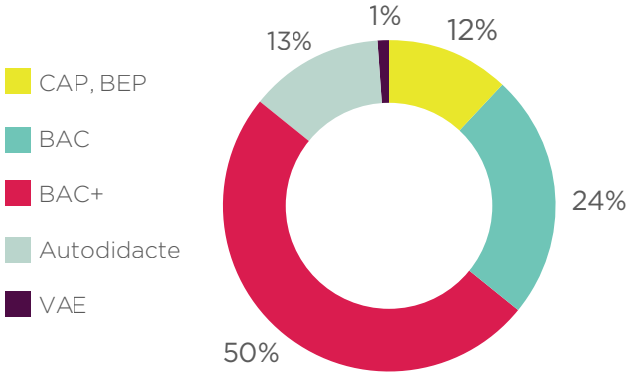


6

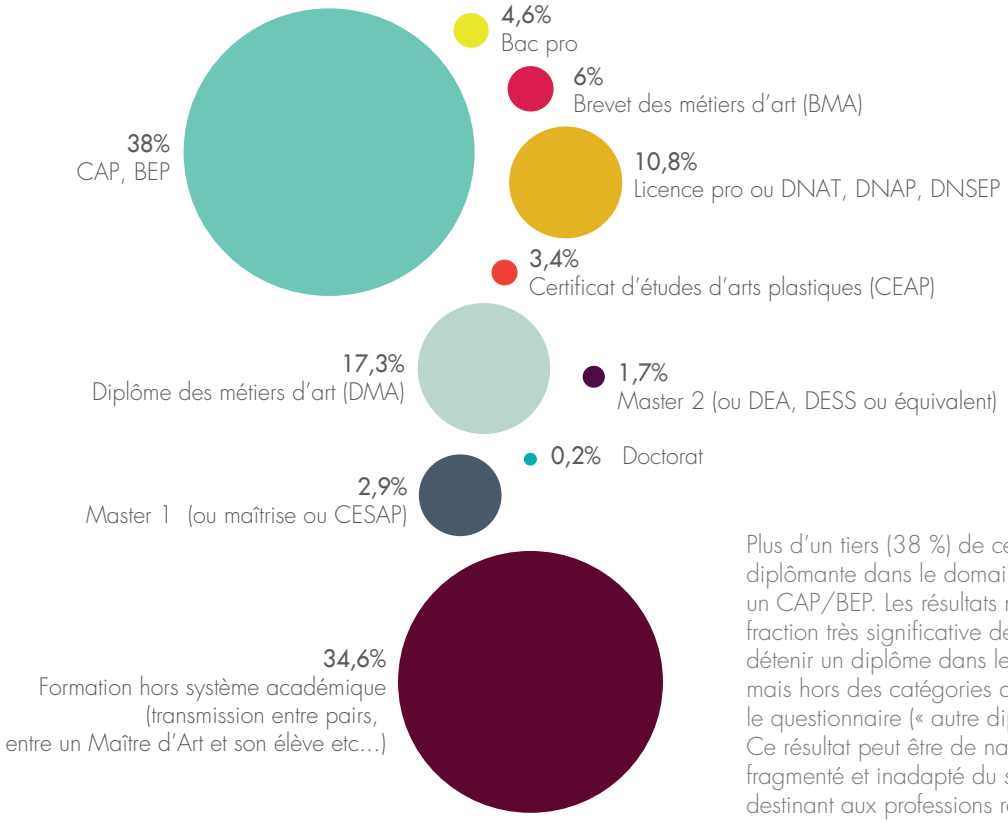
L'ÉCLATEMENT DES VOIES DE FORMATION ET LA PERSISTANCE DE LA TRANSMISSION

Une importante proportion des répondants (50%) a suivi des études supérieures sanctionnant un diplôme à divers niveaux, entre bac et doctorat. Un quart (24 %) a le niveau du bac, 13 % sont autodidactes et 1 % est diplômé par validation des acquis de l'expérience.
Par ailleurs, une moitié des répondants (51 %) possède un diplôme dans le domaine des métiers d'art.

LE NIVEAU DE FORMATION GÉNÉRALE



FORMATION DIPLÔMANTE DANS LE DOMAINE DES MÉTIERS D'ART

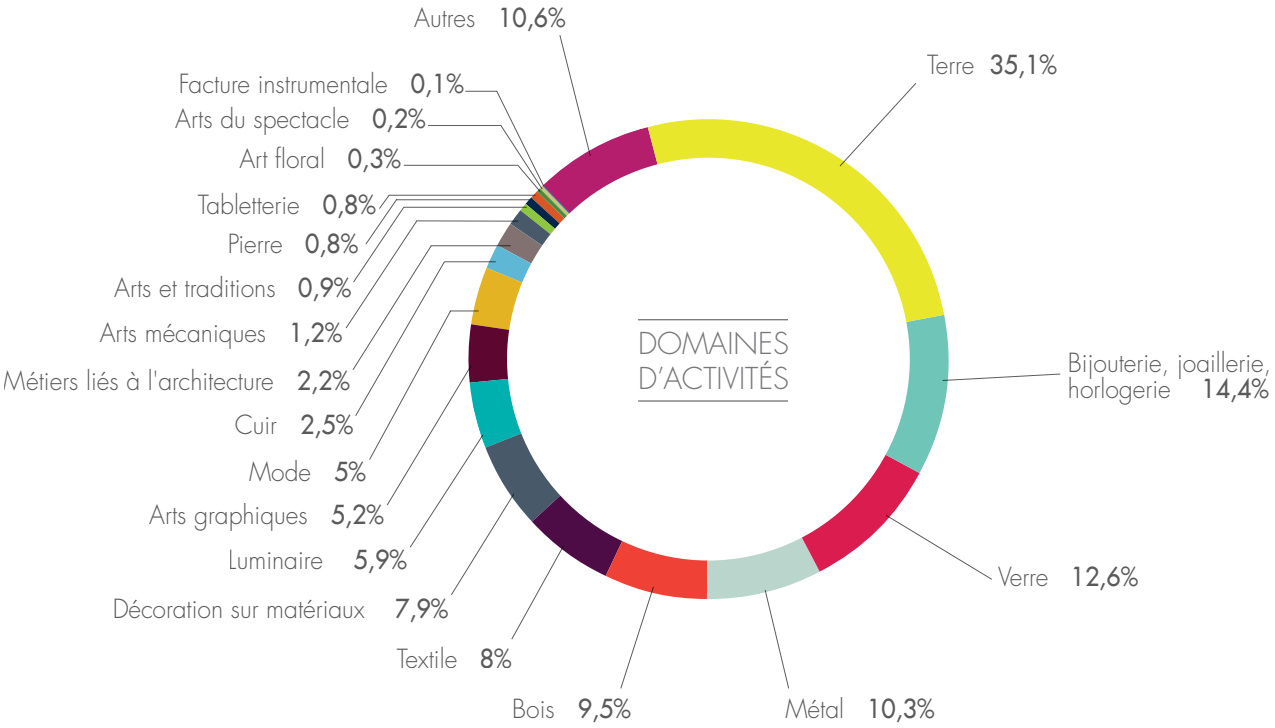


Plus d'un tiers (38 %) de ceux qui ont reçu une formation diplômante dans le domaine des métiers d'art a obtenu un CAP/BEP. Les résultats montrent par ailleurs qu'une fraction très significative des répondants (34,6 %) déclare détenir un diplôme dans le domaine des métiers d'art, mais hors des catégories académiques proposées par le questionnaire (« autre diplôme dans ce domaine »). Ce résultat peut être de nature à démontrer le caractère fragmenté et inadapté du système de formation français destinant aux professions relevant des métiers d'art.

Les professionnels des métiers d'art, ainsi que les maîtres d'art constituent un autre moyen de formation pour les jeunes, en dehors du circuit scolaire établi.
Sur l'ensemble des répondants, 46% déclarent avoir accompli leur formation aux métiers d'art selon cette modalité singulière et si caractéristique de transmission des savoir-faire.

7

DOMAINE D'ACTIVITÉS ET TRAVAIL DE LA MATIÈRE : UNE PRÉPONDÉRANCE DU TRAVAIL DE LA TERRE

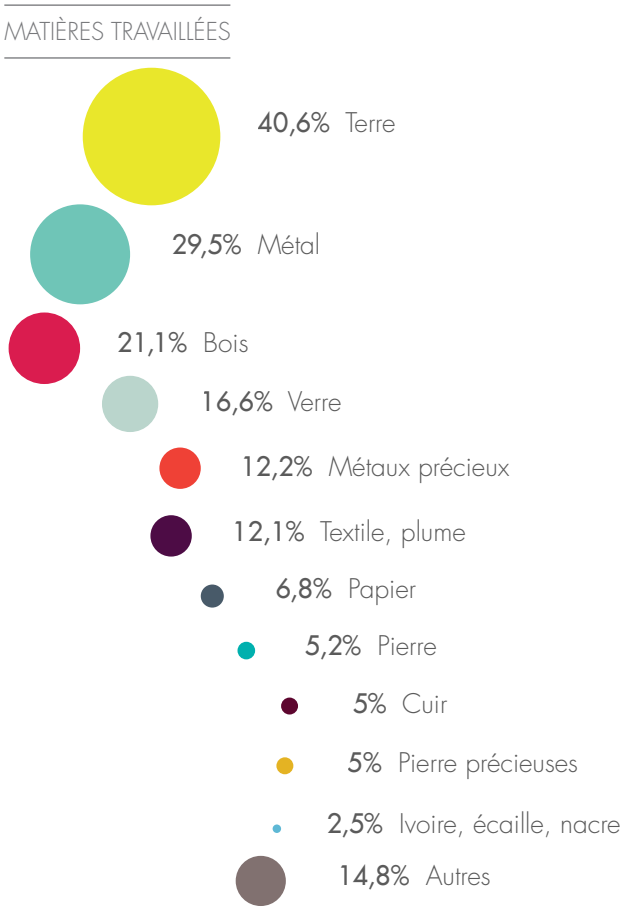


Les métiers majoritairement représentés relèvent du domaine de la terre (céramistes, porcelainiers, potiers…). Ils sont exercés par plus du tiers des répondants. Nous pouvons noter un écart sensible avec les autres métiers : bijouterie, verre, métal, bois, textile. Fait remarquable, 10,6 % se sont placés dans « Autres », jugeant ainsi soit que leur activité ne relevait pas uniquement d'une des catégories correspondant aux textes officiels, soit qu'elle n'en relevait pas du tout.

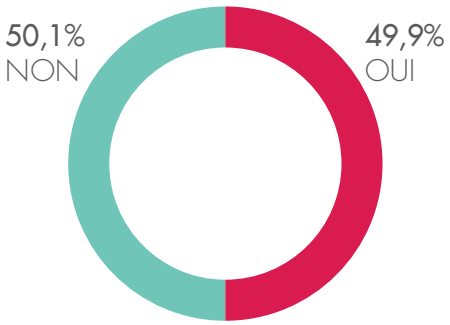
Ce résultat peut être dû soit au fait que les catégories et les métiers qu'elles contiennent sont peut-être méconnues, soit que les adhérents ne s'y reconnaissent pas.
Certains métiers cités par les répondants (parfumeur par exemple) ne sont pas inscrits dans les nomenclatures officielles. Trait typique de la communauté des professionnels des métiers d'art, cette perception personnelle et individuelle de l'identité a été analysée lors d'une étude précédemment réalisée pour le Baromètre d'Ateliers d'Art de France.

S'agissant de leurs pratiques professionnelles, la moitié des répondants déclare assembler des éléments et la presque totalité (93 %) dit transformer des matériaux.

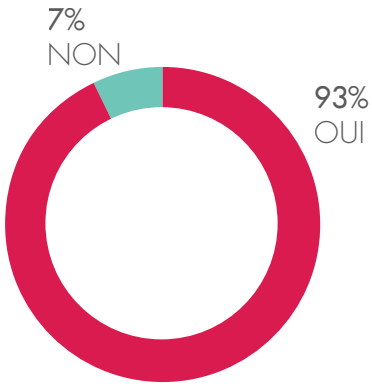
Les matières "Autres" sont celles qui ne sont pas traditionnellement répertoriées et qui sont citées dans le verbatim de l'enquête, notamment les résines synthétiques, le caoutchouc, l'acrylique, le plastique, le plexiglas, le béton, les végétaux, etc.



ASSEMBLEZ-VOUS DES ÉLÉMENTS ?



TRANSFORMEZ-VOUS DES MATIÈRES ?



Hervé Bazile Ebénisterie © Matthieu Gauchet

B. STATUT ET IDENTITÉ DES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS D'ART

- 1 - Statut social et fiscal : entre artiste et artisan 18
- 2 - Forme juridique de l'activité : une large préférence pour l'entreprise individuelle 18
- 3 - L'intention de changer de statut 19
- 4 - Une volonté prononcée de coopérer pour les 2/3 de la communauté 22
- 5 - Une activité principalement individuelle 23
- 6 - Une vision optimiste de l'avenir 23

1

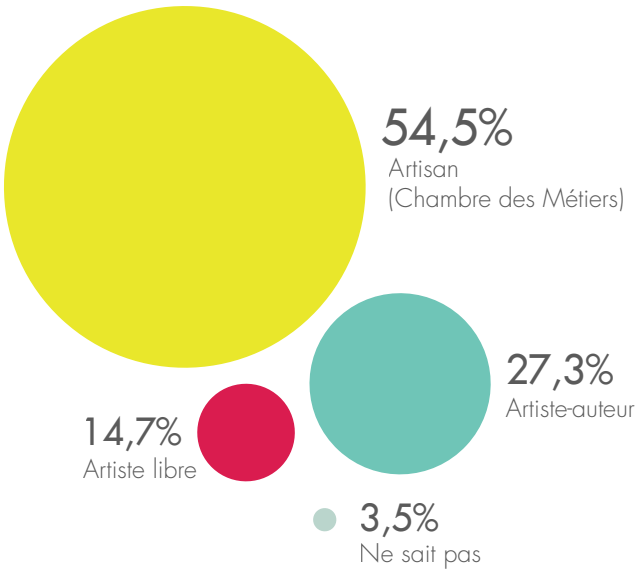
STATUT SOCIAL ET FISCAL : ENTRE ARTISTE ET ARTISAN

Plus de la moitié des répondants (54,5%) déclare être inscrite en Chambre des Métiers, alors que cette catégorie représente 33,7 %, soit un tiers de l'ensemble des adhérents d'Ateliers d'Art de France. Ce décalage peut-être expliqué par une plus forte implication de la communauté des artisans et une volonté plus nette d'exister dans la sphère d'actions d'Ateliers d'Art de France.

Parmi les 27,3 % des répondants qui se déclarent inscrits à la Maison des Artistes, une large majorité (74,3 %) est affiliée[1] contre un quart assujetti[1] (25,7%).

Le statut social et fiscal dominant parmi les répondants est celui d'artisan.
Ce dernier a progressivement supplanté le statut d'artiste libre (14,7%) qui dominait nettement en 2006 et dont une partie des membres est devenue auto-entrepreneur.

STATUT SOCIAL ET FISCAL



2

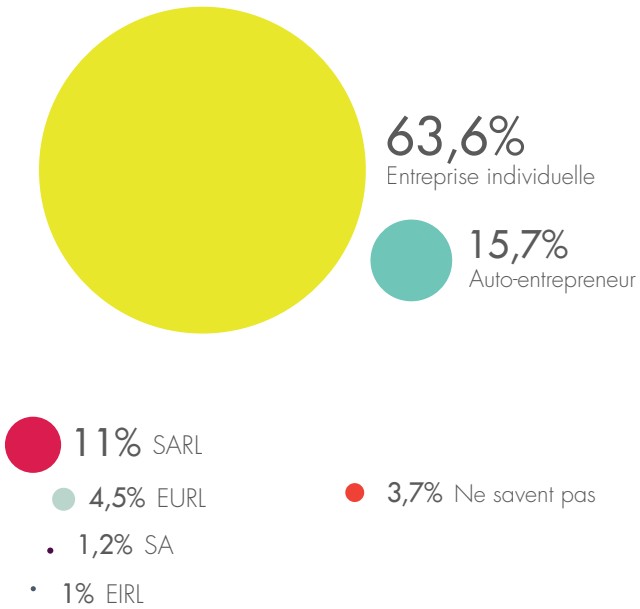
FORME JURIDIQUE DE L'ACTIVITÉ : UNE LARGE PRÉFÉRENCE DE L'ENTREPRISE INDIVIDUELLE

La forme juridique de l'activité la plus fréquemment déclarée fait apparaître deux grandes familles : l'entreprise individuelle et la société à responsabilité limitée.

Dans le premier cas, dominant, 63,6 % des répondants ont créé une entreprise individuelle classique, et 15,7 % d'entre eux ont préféré le régime de l'auto-entrepreneur.
Dans le deuxième cas, ils sont 15,8 % à avoir opté pour une société (SARL, EURL, EIRL). Enfin, une très faible proportion de répondants (1,2 %) exerce en société anonyme (SA).

Le régime d'auto-entrepreneur apparaît comme une catégorie plus récente qui se perçoit vraisemblablement dans l'esprit des anciennes formes micro BIC (entreprises dont le chiffre d'affaires est limité à un seuil).
Choisir le régime d'auto-entrepreneur permet de se positionner en tant qu'entreprise individuelle, tout en bénéficiant de certaines facilités de gestion.

FORME JURIDIQUE DE L'ACTIVITÉ



[1] Affilié : être cotisant et bénéficier de la couverture sociale du régime de sécurité sociale des artistes-auteurs.
Le seuil d'affiliation correspond à une assiette sociale de 900 fois la Valeur Horaire Moyenne du SMIC de l'année de référence.

Assujetti : être cotisant, car tout bénéfice tiré de l'activité d'artiste-auteur est obligatoirement soumis aux cotisations, même s'il constitue le complément d'un revenu d'activité principale (salariée, libérale, artisanale ou commerciale) ou le complément d'un revenu de remplacement (retraite, ASSEDIC, RSA, allocation…) permettant le bénéfice d'une couverture sociale.
L'assujettissement aux cotisations sans affiliation ne permet pas de bénéficier de la couverture sociale du régime des artistes auteurs.

3

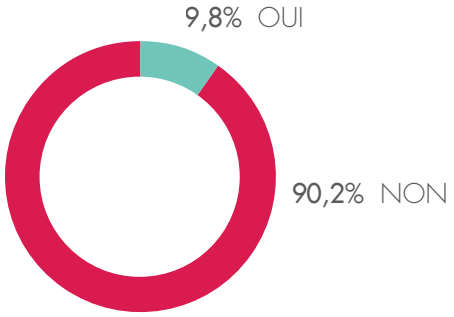
L'INTENTION DE CHANGER DE STATUT

Près de 10 % des répondants ont l'intention de changer de statut social et fiscal.

Un changement de statut social et fiscal représente une démarche lourde, difficile, administrativement fastidieuse et identitairement perturbante.

Pourtant, une frange de près de 10 % des répondants déclare souhaiter un changement de statut (9,8 %).
Au sein de ce groupe, un tiers s'orienterait vers le statut d'artiste-auteur en justifiant ce choix par une meilleure reconnaissance de l'activité exercée et par un avantage en termes de charges sociales. Mais pour plus de la moitié de ceux qui voudraient changer de statut (52,7 %), aucune option claire n'émerge encore.

CHANGER DE STATUT SOCIAL ET FISCAL



Ce résultat n'est pas si surprenant, dès lors que le statut d'artiste-auteur est souvent perçu comme une alternative avantageuse dans l'exercice de l'activité du professionnel des métiers d'art. Mais ces réponses mettent sans aucun doute aussi en lumière les questions identitaires que cristallisent ces problématiques et les difficultés posées par l'absence d'un statut adapté aux métiers d'art.
Le statut d'artiste-auteur est, à ce jour, le seul à reconnaître au professionnel la dimension de création et le caractère original de l'œuvre, avec les avantages fiscaux qui en découlent.

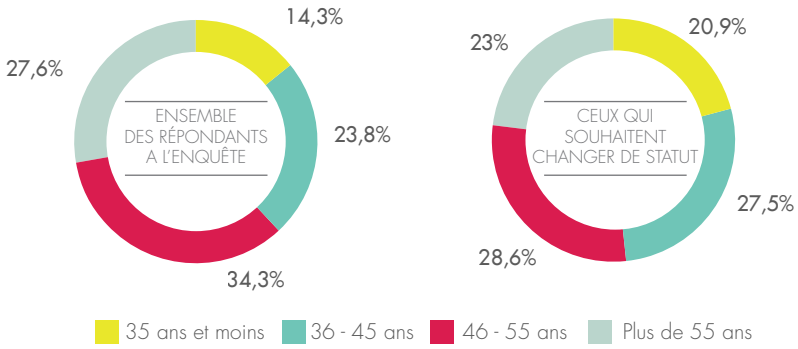
Atelier.RozennBigot © DR

QUI SONT CES ADHÉRENTS QUI ONT L'INTENTION DE CHANGER DE STATUT ?

Il est ainsi fort intéressant, au regard de ces résultats, de réaliser un focus sur la frange des adhérents souhaitant changer de statut.
En croisant une sélection de critères pertinents au regard de la problématique – âge, métier, statut social, forme juridique de l'entreprise, ancienneté dans l'activité, année d'adhésion, modalités de travail, qualification des créations – cette analyse permettra de mieux cerner ces profils.

ÂGE

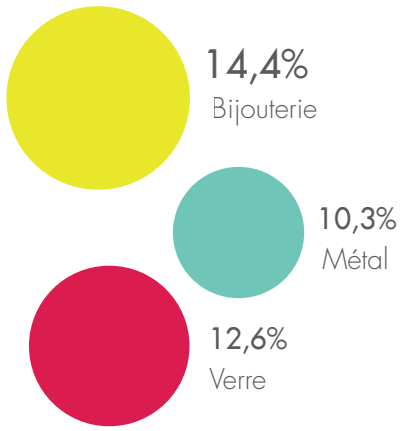
S'agissant de l'âge des adhérents, on peut constater que les tranches des moins de 45 ans sont surreprésentées dans la catégorie de ceux qui souhaitent changer de statut.
Ainsi, le changement de statut est une problématique plus marquée en début de carrière.



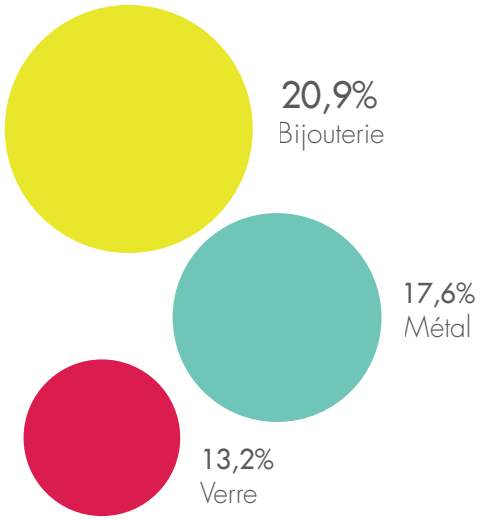
MÉTIERS*

Dans la palette des métiers, ce sont les professionnels de la bijouterie, du métal et enfin du verre qui semblent les plus concernés par le changement de statut.

ENSEMBLE DES RÉPONDANTS A L'ENQUÊTE



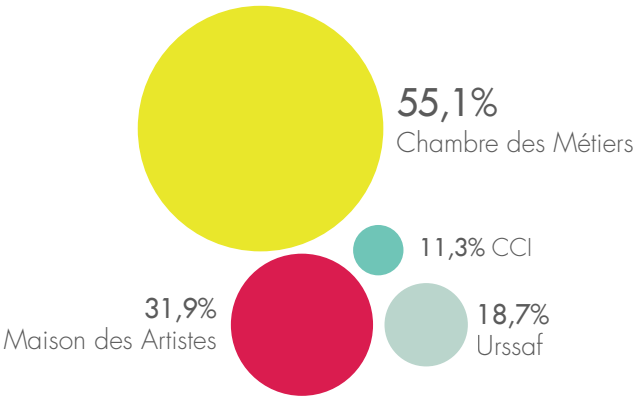
CEUX QUI SOUHAITENT CHANGER DE STATUT



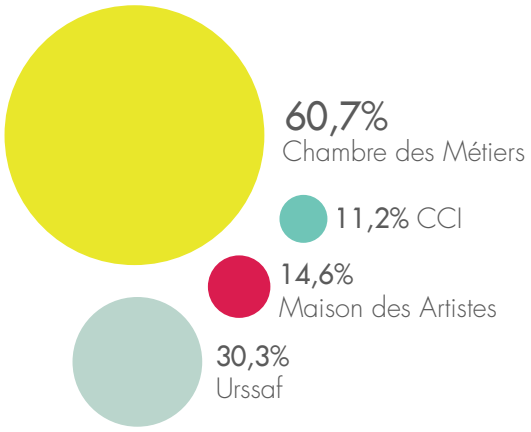
* Deux réponses étaient possibles donc le total peut être supérieur à 100 %.

INSCRITS À*

ENSEMBLE DES RÉPONDANTS A L'ENQUÊTE

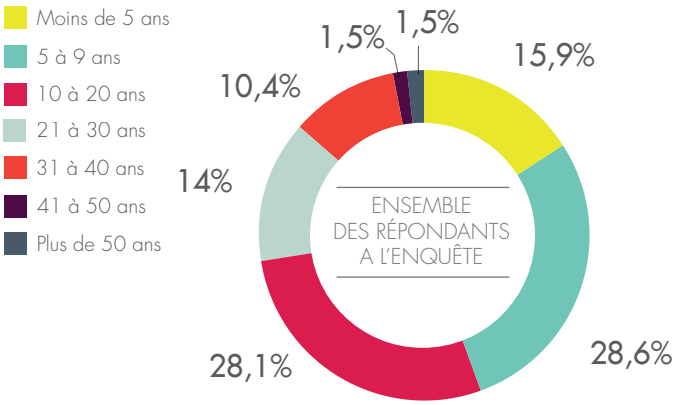


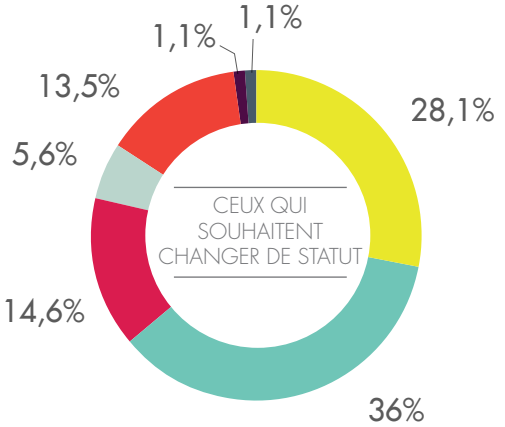
CEUX QUI SOUHAITENT CHANGER DE STATUT



Sans surprise, les inscrits à la Maison des Artistes ne manifestent pas une volonté de changer de statut.
A l'inverse, ceux qui cotisent à l'Urssaf manifestent clairement ce désir. Viennent ensuite ceux qui exercent en Chambres de Métiers.

ANCIENNETÉ DANS L' ACTIVITÉ





Les professionnels qui sont en activité depuis moins de 5 ans et, dans une moindre mesure, ceux qui déclarent une ancienneté comprise entre 5 et 9 ans, sont les plus nombreux parmi ceux qui souhaitent changer de statut.
Le fait que les artisans d'art souhaitent majoritairement changer de statut permet de confirmer la première hypothèse selon laquelle l'intention de changer de statut est en partie motivée, de manière assez évidente, par les différents avantages fiscaux et sociaux que tel ou tel statut présente. Mais surtout, comme évoqué plus haut, elle peut s'expliquer par une démarche identitaire, d'ordre presque « sociologique », pour les professionnels se sentant plus artistes qu'artisans.

Il apparaît ainsi que ceux qui souhaitent changer de statut social et fiscal (9,8 % de l'ensemble des répondants) sont plus jeunes, exercent leur métier principalement dans la bijouterie et le métal, sont le plus souvent auto-entrepreneurs. Enfin, parmi ceux qui ont l'intention de changer de statut, 60,4 % sont artisans de la Chambre des Métiers (alors qu'ils représentent 54,5 % des répondants à l'enquête).

4

UNE VOLONTÉ PRONONCÉE DE COOPÉRER POUR LES 2/3 DE LA COMMUNAUTÉ DES MÉTIERS D'ART

Coopérer mais pour quoi faire ?
Coopérer, c'est d'abord échanger des informations.

Les répondants qui déclarent travailler en coopération (65,1%) disent que cette coopération leur a permis de partager des informations (82,3 %). Parmi ceux-ci, presque tous répondent que le partage d'informations porte sur les techniques de métier (91,1 %) et sur l'actualité des salons (90,9 %).
Le partage d'informations sur les méthodes de commercialisation est cité en troisième position (85,9 %).
Le partage d'informations sur les appels d'offres concerne plus d'un tiers des répondants (39,7 %) déclarant coopérer en échangeant des informations.
Coopérer, c'est ensuite recommander des collègues à des clients (73,8 %), réaliser des créations en commun (66,5 %), partager des outils (41,3 %), partager un atelier (36,2 %) et enfin répondre à des appels d'offres en commun (22,9 %), ce qui est une forme très avancée de coopération.

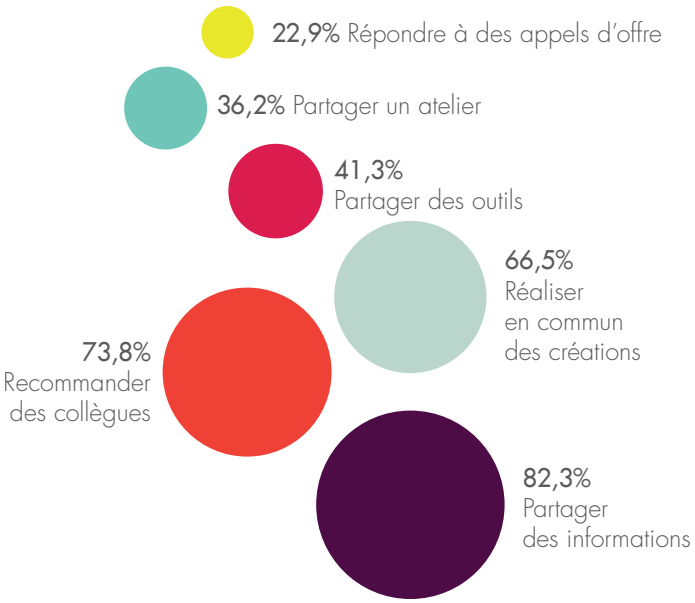
Les répondants qui n'ont pas travaillé en coopération avec d'autres professionnels des métiers d'art (34,9 %) considèrent toutefois que les objectifs d'une telle coopération devraient être, par ordre de priorité, la réalisation de créations en commun (50,2 %), le partage d'informations (49,8 %), la recommandation de collègues à des clients (33,7 %), la réponse à des appels d'offres (18,9 %), le partage d'atelier (15,5 %) et enfin le partage d'outils (10,8 %).

Les adhérents qui ne partagent pas d'informations avec d'autres professionnels des métiers d'art souhaitent toutefois pouvoir le faire.

Ils expriment leur intérêt, par ordre d'importance, tout d'abord pour l'échange à propos des techniques de métier, puis à propos des méthodes de commercialisation. Vient ensuite l'information concernant les appels d'offres et enfin celle touchant à l'actualité des salons.

TRAVAILLEZ-VOUS EN COOPÉRATION AVEC VOS COLLÈGUES ?

QUELS SONT LES DEUX OBJECTIFS PRIORITAIRES D'UNE COOPÉRATION ?*



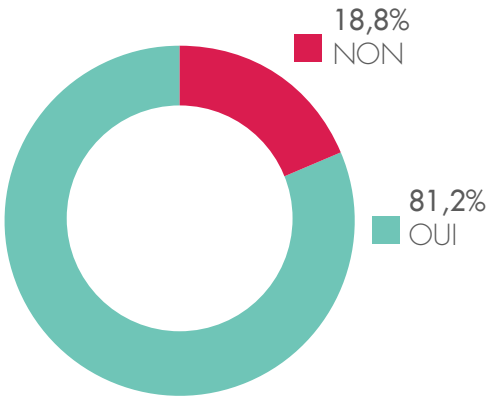
*Deux réponses étaient possibles donc le total peut être supérieur à 100%.

5

UNE ACTIVITÉ PRINCIPALEMENT INDIVIDUELLE

L'une des caractéristiques majeures de la pratique du professionnel des métiers d'art est qu'il assume personnellement son travail de création.
C'est ainsi que, massivement, les répondants déclarent travailler seuls (81,2 %). Parmi ceux qui ne travaillent pas seuls, plus de la moitié (55,2 %) dit travailler avec son conjoint, la moitié (50,6 %) dit travailler avec un ou plusieurs salariés, les autres travaillent avec des stagiaires (22,4 %) ou des apprentis (12,6 %).
Notons que l'interprétation des réponses à cette question doit tenir compte du fait que l'on peut travailler avec son conjoint tout en ayant des salariés, des stagiaires et des apprentis dans son équipe et que, évidemment, d'autres formes de combinaisons sont possibles. C'est pourquoi il importe de garder à l'esprit l'information principale concernant le fait qu'une écrasante majorité des répondants travaille seule.

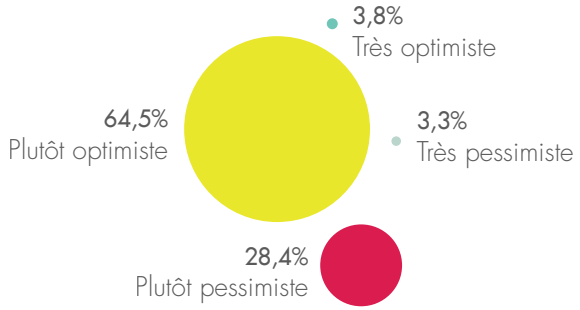
TRAVAILLEZ-VOUS SEUL ?



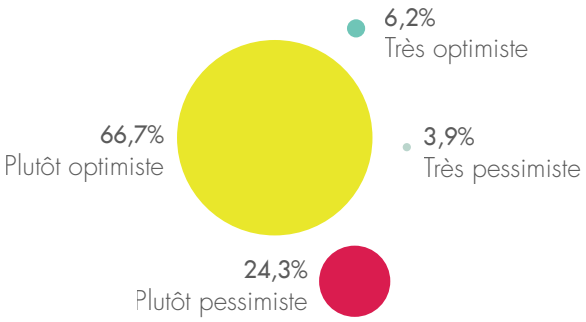
6

UNE VISION OPTIMISTE DE L'AVENIR

À PROPOS DE L'AVENIR DU SECTEUR DES MÉTIERS D'ART ÊTES-VOUS…



À PROPOS DE L'AVENIR DE VOTRE ACTIVITÉ ÊTES-VOUS…



Depuis le lancement du Baromètre, l'optimisme est apparu comme l'un des traits caractéristiques des professionnels des métiers d'art. Et la confiance dans l'avenir se maintient à un niveau particulièrement élevé.

Une très large majorité des répondants se dit optimiste (68,3 %) quant à l'avenir du secteur des métiers d'art. On notera que les répondants qui se déclarent « très optimistes » sont plus nombreux (3,8 %) que les répondants se déclarant « très pessimistes » (3,3 %).

L'optimisme des adhérents est plus marqué encore en ce qui concerne l'évolution de leur propre situation professionnelle : ainsi, 71,8 % des répondants se déclarent « optimistes » soit une augmentation de 3 points par rapport à l'enquête 2010. Plus d'un quart (28,2 %) se dit « pessimiste ».

En 2013, l'optimisme de la communauté des métiers d'art se confirme et s'amplifie.

Ainsi, cette édition du Baromètre permet notamment de confirmer que le professionnel des métiers d'art se caractérise par son attachement premier à la reconnaissance de son identité singulière et à la question du statut qui y fait écho.

Parmi ses autres préoccupations essentielles, il y a sa relation au marché qui joue un rôle déterminant dans la valorisation de son activité et plus largement dans celle des métiers d'art.

Oscar Galéa © Yann Piriou

C. RELATION DES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS D'ART

- 1 - Un large usage d'internet et des techniques de communication 25
- 2 - Un contact direct avec la clientèle 26
- 3 - Salons et expositions : une large participation malgré un accès parfois jugé difficile 26
- 4 - Les motivations des acheteurs : la culture française à l'arrière-plan 27
- 5 - L'origine de la clientèle 28
- 6 - Typologie de la clientèle 29
- 7 - La signature, principal moyen de valorisation de l'œuvre 29

1

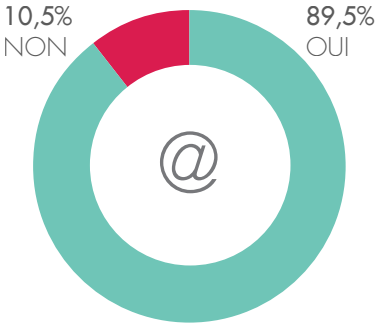
UN LARGE USAGE D'INTERNET ET DES TECHNIQUES DE COMMUNICATION

L'usage des technologies internet, sites et réseaux sociaux, constitue l'un des moyens innovants de faire connaître au public les créations des métiers d'art.

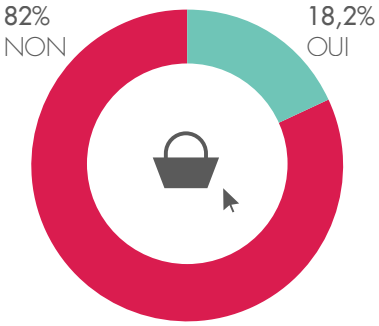
La disponibilité à l'innovation des adhérents d'Ateliers d'Art de France avait été mise en lumière dans les enquêtes précédentes du Baromètre (l'édition 2010 comptait 84,5% d'adhérents ayant une page web). Le cru 2013 confirme avec éclat cette donnée, la quasi-totalité des répondants (89,5 %) possède un site internet présentant son activité.

La quasi-totalité des répondants (89,5%) possède un site internet présentant son activité.

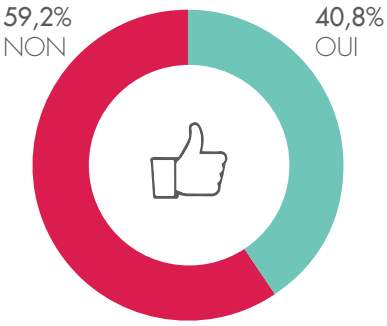
DISPOSEZ-VOUS D'UN SITE INTERNET ?



RÉPONDANTS CONNECTÉS DISPOSANT D'UN SITE DE VENTE EN LIGNE



ADHÉRENTS CONNECTÉS PRESENTS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



OUI NON

Plus spécifiquement, près d'un cinquième (18,2%) des répondants disposant d'une page web ou d'un site internet possède un outil de vente en ligne et une fraction importante (41,8 %) de ceux qui ont un site de présentation est également présente sur les réseaux sociaux (Facebook, Viadeo, LinkedIn, Twitter...).

Sites, sites de vente en ligne, présence sur les réseaux sociaux, les adhérents témoignent d'une aisance dans le domaine des technologies internet et d'une bonne disponibilité à l'innovation dans les techniques de communication.

©Yann Piriou

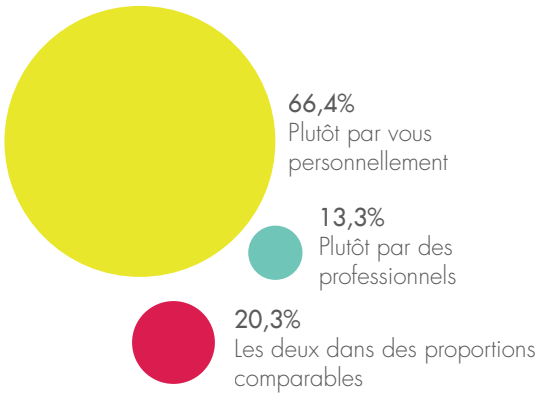
2

UN CONTACT DIRECT AVEC LA CLIENTÈLE

Les adhérents entretiennent majoritairement un contact direct avec leur clientèle.
En effet, les deux tiers (66,4 %) des répondants vendent personnellement leurs créations, tandis qu'une minorité (13,3 %) confie cette activité à des professionnels (galeristes, prescripteurs, etc.). Ils sont toutefois un cinquième (20,3 %) à recourir aux deux méthodes de vente dans des proportions comparables.

Ainsi, dans l'ensemble, les répondants sont 33,6 % à avoir recours à des professionnels pour la vente ou la diffusion de leurs créations.

VOS CRÉATIONS SONT VENDUES...



3

SALONS ET EXPOSITIONS : UNE LARGE PARTICIPATION MALGRÉ UN ACCÈS PARFOIS JUGÉ DIFFICILE

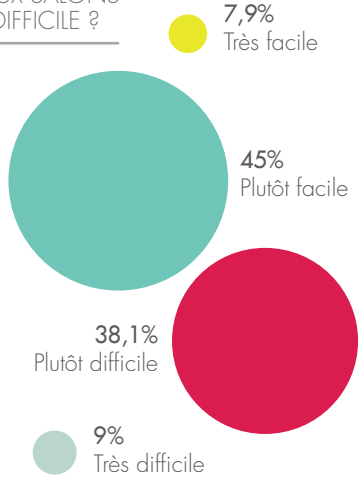
La facilité d'accès aux salons susceptibles d'intéresser les adhérents est ressentie de manière très contrastée.
En effet, une majorité juge la participation aux salons plutôt facile (52,9 %), l'autre moitié l'estimant au contraire plutôt difficile (47,1 %).
Cependant, la plupart des répondants (82,2 %) déclarent participer à ce type d'événement et, pour ceux-ci, les salons sont presque exclusivement en France (97,8 %).

S'agissant des salons réservés aux professionnels, ils ne sont plus que 40,9 % à y participer. Pour ces derniers, il s'agit, là encore, de salons organisés principalement en France (95 %), seuls 10 % participant à des événements en Europe, et 7,9 % dans le monde extra-européen.
Les adhérents qui éprouvent des difficultés pour participer aux salons mettent d'abord en avant le coût induit par la participation (91 %).

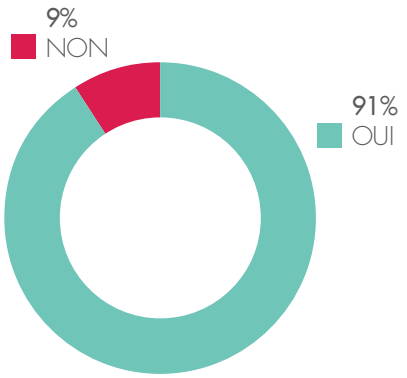
Ils indiquent également être confrontés au manque de temps (47 %), le temps de la participation n'étant pas celui de la création. Pour la plupart (77 %), ils ne remettent pas en cause les procédures de sélection. Enfin, l'information sur l'actualité des salons ne fait défaut qu'à une petite minorité des répondants (7 %). Ateliers d'Art de France devrait trouver assez aisément les voies et les moyens de mieux informer cette partie des adhérents qui estiment encore l'information lacunaire.

Si le coût est souvent perçu comme un problème pour ceux qui disent rencontrer des difficultés à prendre part aux salons, pour autant, pour ce qui concerne l'ensemble des répondants, l'opinion dominante (75 %) est que les salons et les expositions susceptibles de les intéresser sont suffisamment nombreux car il faut se ménager du temps pour le travail de création.

LA PARTICIPATION AUX SALONS EST-ELLE FACILE OU DIFFICILE ?



SI VOUS ÉPROUVEZ DES DIFFICULTÉS À PARTICIPER AUX SALONS, LE COÛT EST-IL UNE DES CAUSES ?



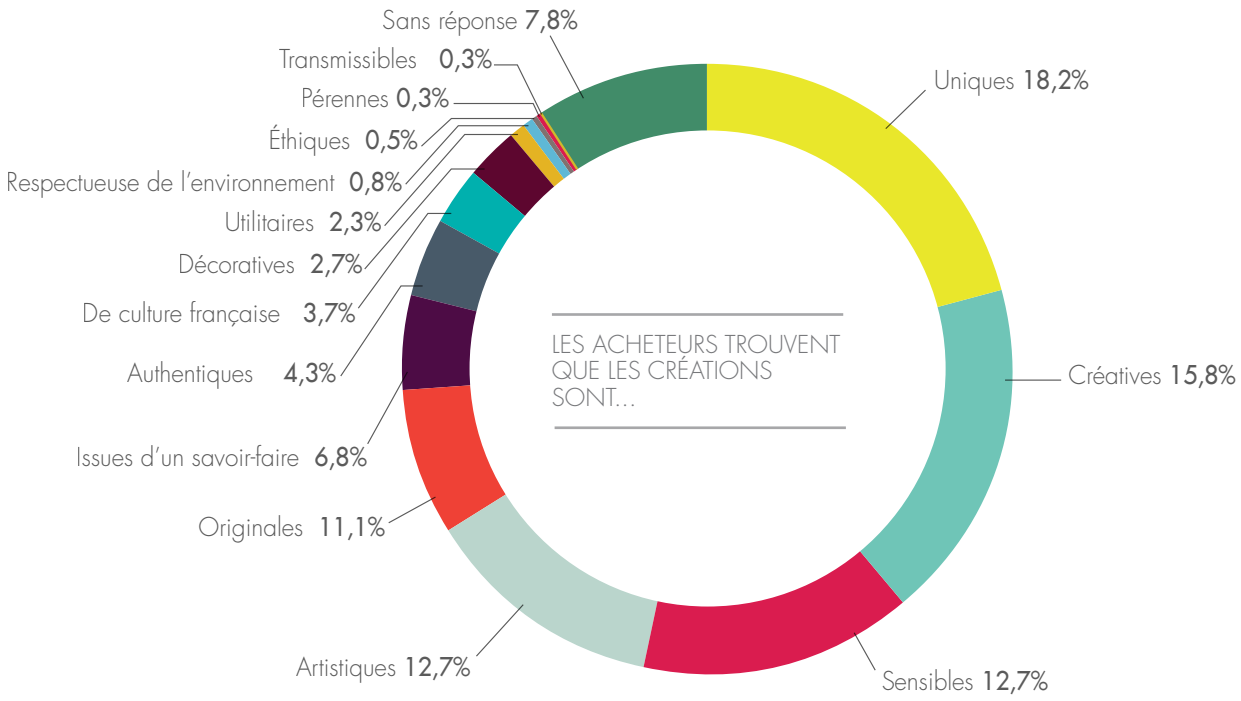
4

LES MOTIVATIONS DE LA CLIENTÈLE : LA CULTURE FRANÇAISE A L'ARRIÈRE-PLAN

L'activité singulière des professionnels des métiers d'art relève d'abord d'un mode d'expression. En ce sens, les métiers d'art sont étroitement liés à l'acte créatif. L'objet créé porte nécessairement la trace du créateur dont il est une expression, voire une extension. L'humanité qui traverse l'objet créé est à la base de l'attraction d'un public en quête d'échange avec le créateur, artiste et artisan d'art. Le public, en général, apprécie les créations parce qu'elles expriment la personnalité de leur créateur et donnent à voir sa singularité, comme nous le dit la quasi-totalité des répondants (86,8 %).

En affinant la motivation du public des métiers d'art, telle qu'elle est perçue par les répondants, on peut établir une hiérarchie des principales valeurs qu'ils attribuent aux créations.

Comme on peut le voir dans le graphique ci-dessous, toujours selon les professionnels des métiers d'art, les publics acquièrent leurs créations d'abord parce qu'elles sont : uniques, créatives, sensibles, artistiques, originales.



C'est l'unicité de la pièce créée, qui construit la relation de l'acquéreur avec l'objet acquis. Il est donc cohérent d'apprendre par ailleurs, à travers les réponses, qu'une très grande majorité des répondants (89 %) signe ses créations.

La place relativement faible attribuée à la dimension culturelle française des créations est un fait notable qui interpelle. La dimension culturelle n'occupe pas une place de premier plan.

Les répondants qui y font référence représentent 3,7 % de l'ensemble. Pourtant, les professionnels des métiers d'art de France sont, par la maîtrise de savoir-faire enracinés, porteurs de culture et d'histoire, qui confèrent à la création française une haute valeur reconnue par les acquéreurs d'autres pays, d'autres régions du monde.

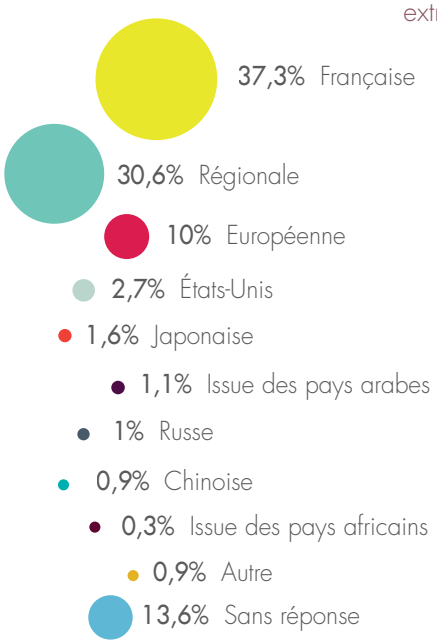
La place de l'identité culturelle française à un rang modeste dans le classement ci-dessus est à mettre en relation avec une clientèle plutôt issue du territoire régional ou national français. Dans le classement suivant, les adhérents indiquent la nationalité de leur public, pour le public représentant la part la plus importante de leurs acquéreurs. Nous pouvons observer comment se hiérarchisent les publics en fonction de cette caractéristique.

5

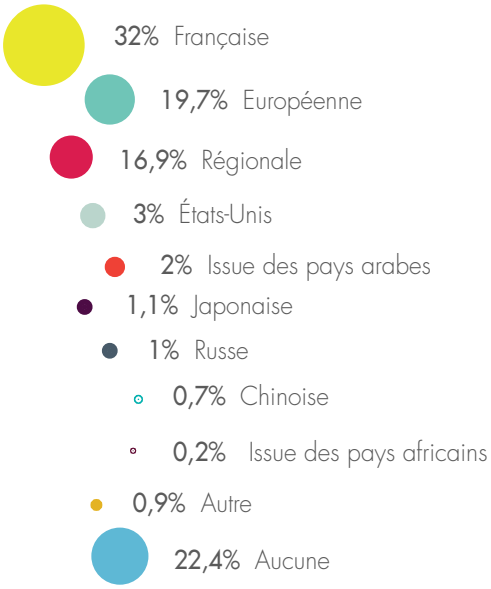
L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

Seulement 8,5 % des répondants déclarent vendre principalement à des acheteurs issus de pays extra-européens.

PRINCIPALE ORIGINE DE LA CLIENTÈLE



ORIGINE DE LA CLIENTÈLE (EN SECOND LIEU)



Notons plus précisément, à la suite des informations fournies par ce tableau, que 2,7 % des répondants déclarent vendre leurs créations principalement aux Américains, c'est-à-dire davantage qu'aux Français et aux Européens ; 1,6 % des répondants vendent leurs créations aux Japonais plus qu'aux Français ou aux Européens ; il en est de même pour 1,1 % des répondants qui vendent principalement aux clients des pays arabes, 1% aux Russes, 0,3% aux Africains.

Enfin, 0,9 % des répondants indiquent vendre davantage leurs créations à des clients issus de pays ne faisant pas partie de la liste proposée par le questionnaire. Ce sont des acheteurs issus d'Australie, du Canada, de Suisse, de Malaisie, de Thaïlande, de Corée du Sud, d'Inde, d'Indonésie, du Liban, du Mexique, d'Océanie, de Polynésie.

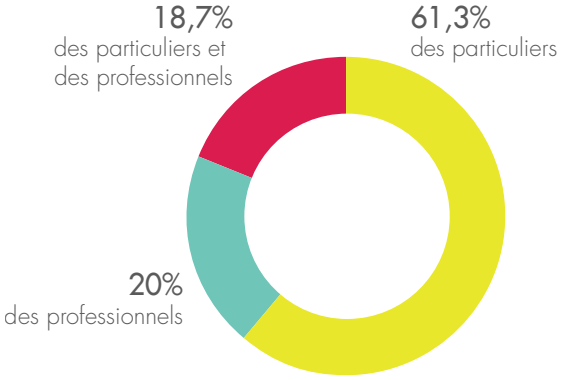
Stand de Pereira © Yann Piriou

6

TYPOLOGIE DE LA CLIENTÈLE

Les adhérents ont principalement une clientèle de particuliers.

Les adhérents ont principalement une clientèle de particuliers. Ils sont 61,3 % dans ce cas, alors que 20 % déclarent que, pour eux, la part la plus importante est constituée de professionnels (boutiques, galeries, prescripteurs, décorateurs…). Enfin, pour 18,7 % d'entre eux, la clientèle comprend des particuliers et des professionnels, dans des proportions « à peu près égales ».



7

LA SIGNATURE, PRINCIPAL MOYEN DE VALORISATION DE L'ŒUVRE

La signature du créateur constitue le principal moyen de valorisation de la création.

Nous avons vu que la relation directe avec le client était la modalité que privilégiaient la plupart des adhérents.
En cohérence avec ce schéma relationnel, la signature du créateur sur l'objet constitue le principal moyen de valorisation de la création.
C'est ainsi que les répondants n'ont que rarement recours (14 %) à une médiation officielle pour attester de la qualité et de l'originalité de leur création.

Ils déclarent massivement (86 %) n'avoir accompli aucune démarche de labellisation ou de marquage tels que ceux proposés par les organismes spécialisés ou les pouvoirs publics : "Maître artisan", "Maître d'art", "Meilleur Ouvrier de France", "Entreprise du patrimoine vivant", "Grands Ateliers de France" etc.. Plus des trois quarts (76,9 %) de ceux qui ont accompli cette démarche de labellisation se disent cependant satisfaits.

Notons enfin que la signalétique proposée par Ateliers d'Art de France (certificats d'authenticité, vignettes autocollantes, panneaux explicatifs) est également considérée comme un label par la plupart des répondants (75,6 %).

Fusion libre © Yann Piriou

Brigitte Bonnave © Anthony Girardi

D. UNE COMMUNAUTÉ EN TRANSFORMATION : FOCUS SUR LES NOUVEAUX ADHÉRENTS

- 1 - Des femmes plus jeunes 32
- 2 - Des femmes plus diplômées que les hommes dans les métiers d'art 33
- 3 - Le profil type : des nouveaux adhérents jeunes, diplômés et qui se forment encore chez leurs aînés 33
- 4 - Une confiance dans l'avenir des métiers d'art qui se retrouve chez les nouveaux adhérents 34
- 5 - Données croisées sur le dynamisme des nouveaux adhérents 35
- 6 - Les tendances d'internet dans la nouvelle génération d'ahésion : un affaiblissement de la pratique de la vente en ligne ? 36
- 7 - La persistance de l'entreprise individuelle comme forme juridique dominante 37
- 8 - L'identité "artistique" plus affirmée chez les femmes 37

On observe un phénomène d'adhésions massives à Ateliers d'Art de France depuis 2010.
En effet, plus de 40 % des membres ont adhéré depuis deux ans. Il est donc particulièrement important de mieux connaître le profil de ces nouveaux arrivants car ils vont peser sur l'avenir des métiers d'art et sur l'évolution d'Ateliers d'Art de France.

Cette analyse est à prendre en compte à la lumière de la création, en 2010, de la Pépinière Ateliers d'Art de France. Comme évoqué précédemment, la Pépinière a vocation à accueillir des professionnels qui démarrent leur activité, et leur propose des services dédiés.

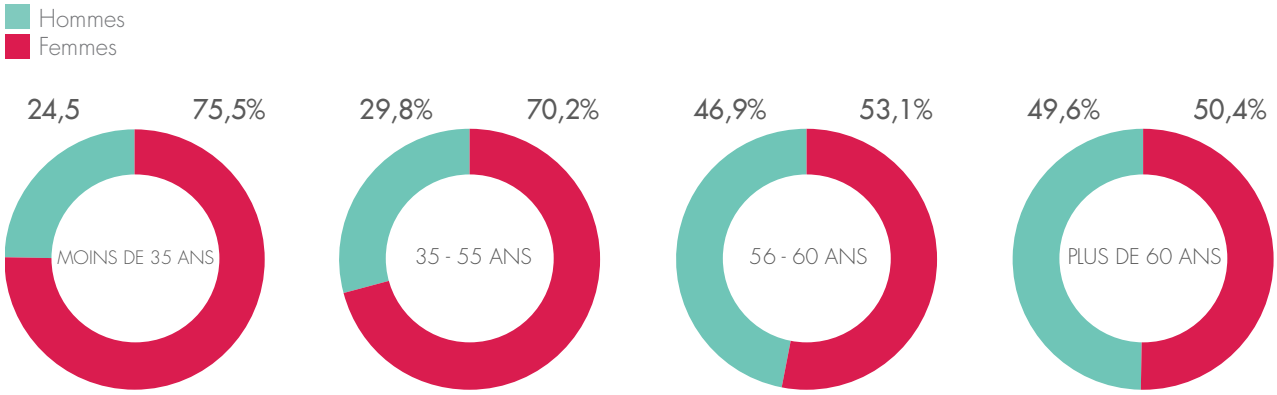
De 2009 à 2012, la Pépinière a accueilli près de 400 adhérents, sur 1100 adhésions au total.
Or, la Pépinière comporte des profils d'adhérents assez homogènes : féminins, relativement jeunes, souvent auto-entrepreneurs. Aussi les résultats suivants sont-ils à nuancer au regard de ces éléments.

1

DES FEMMES PLUS JEUNES

Le premier constat est la féminisation de la communauté des adhérents. Ateliers d'Art de France connaît une surreprésentation des femmes que le Baromètre avait déjà mise en lumière dans les éditions précédentes. Ce trait s'accentue de façon spectaculaire depuis deux ans. Ainsi, si l'on considère la population des adhérents avant 2010, on note une distribution entre 37,8 % d'hommes et 62,2 % de femmes ; si l'on considère, maintenant, la population des adhérents arrivés depuis 2010, l'écart se creuse en faveur des femmes (71,2 %), les hommes ne représentant plus que 28,8 % des adhésions. Nous voyons que non seulement les femmes sont majoritaires depuis plusieurs années, mais, plus encore, que le processus de féminisation s'amplifie très fortement depuis 2010.
Sachant que les nouveaux adhérents sont par ailleurs plus jeunes que les autres, il faut donc observer que les nouveaux adhérents sont des femmes plus jeunes que la moyenne des membres. Ainsi, parmi les adhérents de plus de 60 ans, la proportion des femmes est de 50,4 % ; dans la tranche 56-60 ans elles sont 53,1% ; dans la tranche 35-55, elles sont 70,2 % et, enfin, dans la tranche des moins de 35 ans, elles représentent 75,5 % des adhérents.

COMMENT LA COMMUNAUTÉ DES ADHÉRENTS SE FÉMINISE-T-ELLE ?

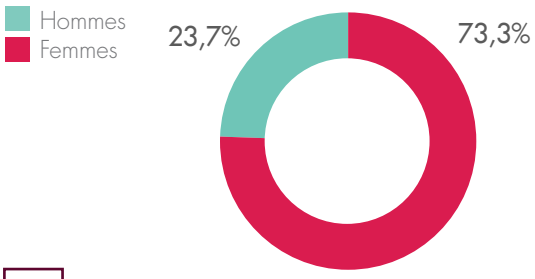


2

DES FEMMES PLUS DIPLOMÉES QUE LES HOMMES DANS LES MÉTIERS D'ART

Dans la population déclarant avoir reçu une formation diplômante dans le domaine des métiers d'art, les femmes représentent 73,3 % des répondants.

DIPLÔMÉS DANS LES MÉTIERS D'ART



Nous avons vu que la communauté des adhérents est fortement féminisée (65,6 %) et ce déséquilibre en faveur des femmes tend à s'accroître avec le temps. Quelques caractéristiques font apparaître un déséquilibre plus grand encore entre les hommes et les femmes. Ainsi, il est frappant de constater que dans la population déclarant avoir reçu une formation diplômante dans le domaine des métiers d'art, les femmes représentent 73,3 % des répondants !

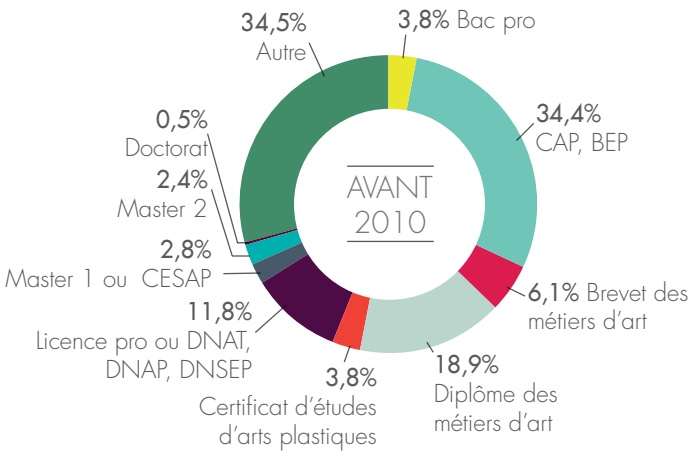
Notons que sur l'ensemble des diplômés dans les métiers d'art, ce sont les titulaires d'un CAP/BEP qui sont les plus nombreux avec une distribution plus élevée chez les hommes que chez les femmes (52,3 % pour les hommes contre 32,8 % pour les femmes). Celles-ci, toutefois, regagnent du terrain dans les formations supérieures spécialisées : 12,5 % de femmes ont une licence pro ou DNAT, DNAP, DNSEP contre 6,3 % d'hommes ; 5,9 % de femmes ont un master contre 0,9 % chez les hommes.
Mais le CAP/BEP connaît un regain d'intérêt puisque, avant 2010, 34,4 % de l'ensemble des répondants diplômés dans les métiers d'art étaient détenteurs de ce certificat et qu'après 2010 ils sont 41,9 %.

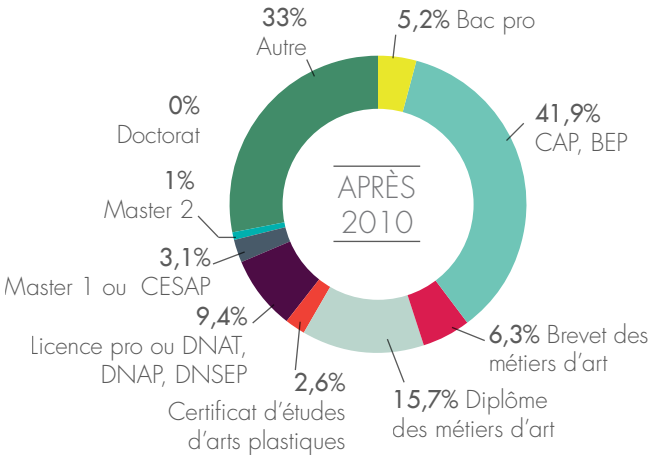
3

LE PROFIL TYPE : DES NOUVEAUX ADHÉRENTS JEUNES, DIPLÔMÉS ET QUI SE FORMENT ENCORE

La volonté de se former dans les métiers d'art, avec l'obtention d'un titre ou d'un diplôme, est plus forte depuis 2010. En effet, depuis cette date, 58,4 % des répondants ont suivi une formation diplômante dans les métiers d'art alors qu'ils étaient 46,8 % auparavant. Cette progression de 12 points peut s'expliquer, en partie, par le profil des jeunes professionnels ayant adhéré à Ateliers d'Art de France depuis 2010. Ainsi, deux formations sont en hausse notable, celle qui conduit au CAP/BEP (34,4 % avant 2010 contre 41,9 % après cette date), puis celle qui s'acquiert au niveau du bac pro (5,2 % en 2010 contre 3,8 % dans la période précédente).

Les autres filières de formation dans les métiers d'art (certificat d'études d'arts plastiques, licence, master, doctorat) sont en stagnation ou en régression. Mais si l'on fait un focus sur les moins de 35 ans qui constituent le plus gros du bataillon des nouveaux adhérents d'Ateliers d'Art de France, ils ont, à eux seuls, davantage fréquenté les formations menant au diplôme des métiers d'art (12,6 % d'entre eux sont titulaires de ce diplôme contre 6,3 % pour l'ensemble des diplômés dans les métiers d'art) ainsi qu'au brevet des métiers d'art (33,3 % l'ont obtenu alors que la moyenne est de 15,7 % pour l'ensemble des répondants).





Bien que les adhérents d'Ateliers d'Art de France aient suivi des formations dans certaines des filières longues proposées dans le questionnaire - ce que montre le tableau ci-dessus -, ils sont également assez nombreux à déclarer être titulaires d'un autre diplôme (34,5% avant 2010 contre 33 % après 2010). Cette singularité peut démontrer deux tendances : ou bien que l'offre de formation dans le domaine des métiers d'art est étendue, ou bien, à l'inverse, qu'elle n'est pas adaptée par rapport à la spécificité de l'activité métiers d'art, et se voit ainsi éclatée entre des formations diverses.

Il convient enfin de souligner que le choix d'une formation chez un autre professionnel des métiers d'art ou chez un "maître" reste la modalité préférentielle d'acquisition des savoir-faire et ce choix est en progression sensible : 51,1 % des répondants arrivés depuis 2010 déclarent s'être formés selon cette modalité alors qu'ils n'étaient que 43,3 % auparavant.

Ces nouveaux arrivants entretiennent donc un lien étroit avec les plus anciens qui leur transmettent leur savoir-faire. Cette liaison intergénérationnelle qui progresse envoie un signe positif car elle participe de cet esprit de cohésion propre à la communauté des adhérents d'Ateliers d'Art de France.
Le renouvellement des générations est un processus dynamique qui s'alimente des savoirs anciens tout en apportant de nouvelles énergies.

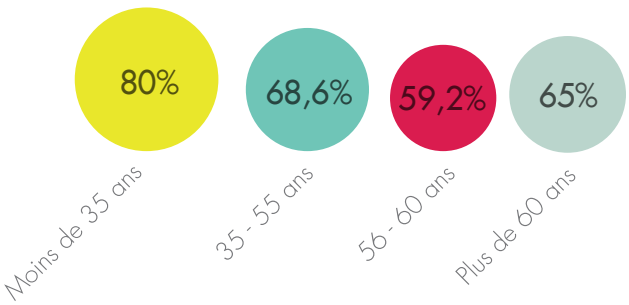
4

UNE CONFIANCE DANS L'AVENIR DES MÉTIERS D'ART QUI SE RETROUVE CHEZ LES NOUVEAUX ADHÉRENTS

La question de l'avenir du secteur des métiers d'art est à la base de l'action d'Ateliers d'Art de France. L'optimisme des adhérents concernant l'avenir de ce secteur définit l'idée qu'ils se font de leur communauté, de sa capacité à agir, et a fortiori la confiance qu'ils ont dans l'organisation que représente Ateliers d'Art de France.

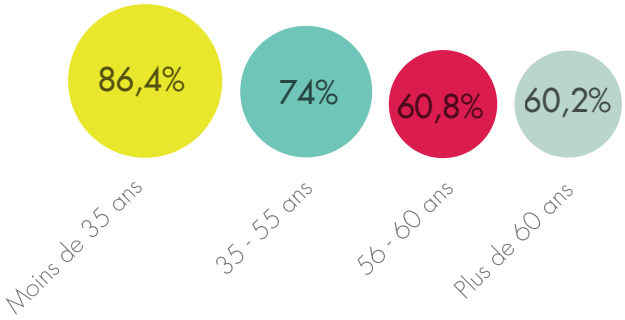
En cohérence avec les résultats globaux énoncés plus haut, les répondants qui ont adhéré depuis 2010 se déclarent massivement optimistes (72,3 %). Si l'on observe plus précisément la tranche d'âge des moins de 35 ans, on obtient un niveau d'optimisme qui atteint 80 %. Il apparaît donc que cette vague de nouveaux adhérents arrivés depuis 2010 s'inscrive dans une dynamique volontariste et renvoie un écho favorable aux actions que mène Ateliers d'Art de France.

LES ADHÉRENTS SONT OPTIMISTES



Les nouveaux adhérents sont donc plus optimistes, plus jeunes, plus "féminins". Cet optimisme des classes d'âge les plus jeunes se confirme si l'on observe les réponses à la question plus restrictive de la situation personnelle dans les métiers d'art. Plus les adhérents sont âgés, plus l'optimisme diminue.

L'OPTIMISME EST FONCTION DE L'ÂGE MAIS AUCUNE CLASSE D'ÂGE N'EST MAJORITAIREMENT PESSIMISTE



Ces éléments s'inscrivent dans un regain d'optimisme de manière globale, d'une part chez les jeunes concernant leur avenir professionnel, d'autre part des Français en général sur la conjoncture économique.

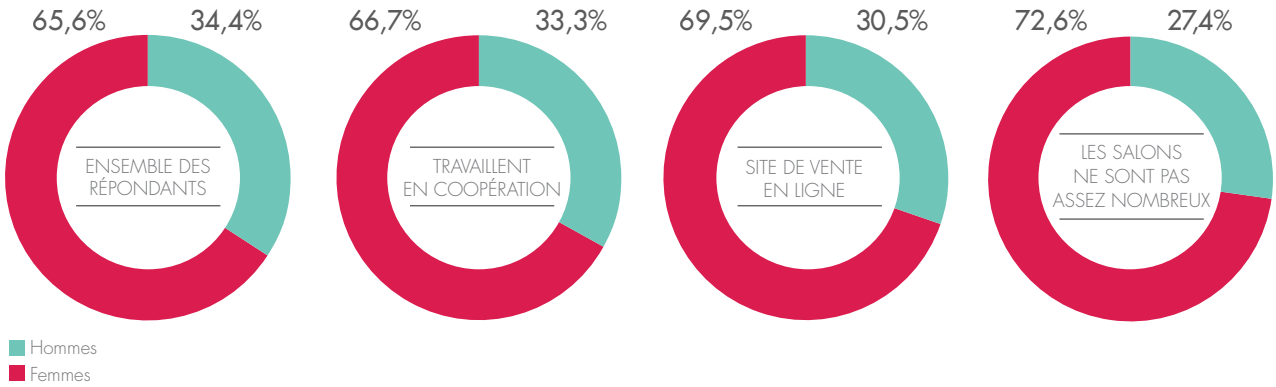
5

DONNÉES CROISÉES SUR LE DYNAMISME DES NOUVEAUX ADHÉRENTS

Le recours au croisement des données (tris croisés) permet de mettre en évidence trois traits caractéristiques qui soulignent la compétence et le dynamisme des adhérents, à savoir :

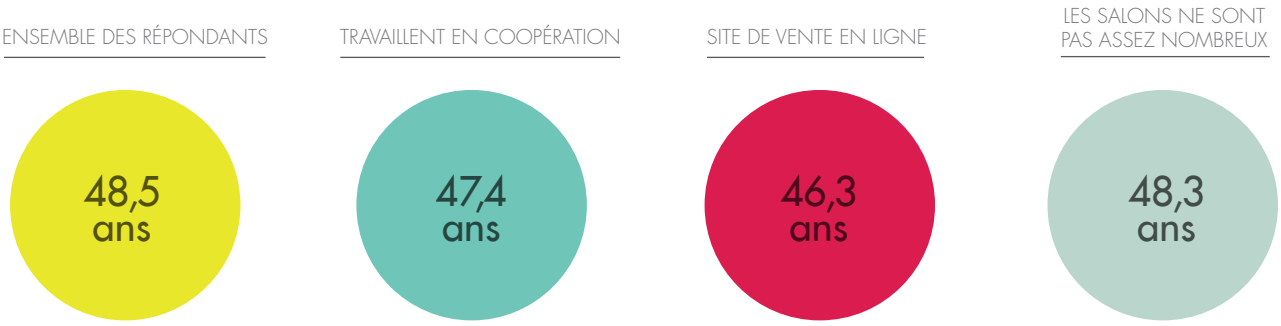
- La formation diplômante dans les métiers d'art ;
- La maîtrise des outils de vente en ligne ;
- Le souhait qu'aient lieu davantage de salons et d'expositions.

Si nous regardons la distribution des réponses en fonction du sexe, nous relevons que les femmes sont plus représentées encore dans la population des adhérents correspondant à ces trois caractéristiques.



On observera de plus que les adhérents correspondant à ces trois caractéristiques sont d'autant plus nombreux qu'ils sont plus jeunes, ou sont plus nombreux dans les classes d'âge les plus jeunes.

ÂGE MOYEN



Les femmes et les plus jeunes constituent donc la partie de la population des adhérents qui semble la plus dynamique.

6

LES TENDANCES D'INTERNET CHEZ LA DERNIÈRE GÉNÉRATION D'ADHÉSION : UN AFFAIBLISSEMENT DE LA PRATIQUE VENTE EN LIGNE

Les adhérents qui déclarent vendre en ligne présentent les caractéristiques suivantes : ce sont plus souvent des femmes (69,5 %), leur âge moyen est de 46,3 ans (contre 48,5 ans pour l'ensemble des répondants), ils sont plus nombreux dans la tranche des 36-45 ans (29,1 %, contre 24 % dans la population totale). Enfin, ils travaillent le plus souvent dans la bijouterie, joaillerie, horlogerie (23,8 %, contre 14,4 % dans la population totale) et dans la mode (9,9 %, contre 5 % dans la population totale), des résultats relativement logiques compte tenu de la nature des pièces, assez adaptées à la vente en ligne.

Il est intéressant de noter que tous les statuts ne sont pas représentés de la même façon parmi la population des adhérents qui vendent en ligne. Ainsi, ceux qui sont inscrits à la Chambre des Métiers (55,1 %) sont plus largement représentés parmi ceux qui vendent en ligne (75,2 %) ; de même, ceux qui sont inscrits à la Chambre de Commerce et d'Industrie (11,3 %) sont également plus largement représentés parmi ceux qui vendent en ligne (23,5 %).
En revanche, ceux qui sont inscrits à la Maison des Artistes (31,9 %) sont moins nombreux dans l'usage des outils de vente en ligne (13,4 %). Ces derniers résultats s'expliquent probablement par le fait que les artistes passent, peut-être plus souvent que les artisans, par des galeries, des prescripteurs ou autres intermédiaires.

Remarquons un fait important : les professionnels des métiers d'art devenus membres d'Ateliers d'Art de France entre 2005 et 2010 (36,3 % des répondants) sont plus nombreux parmi les usagers de la vente en ligne (42,5 %).

En revanche, les membres les plus récents, inscrits à Ateliers d'Art de France après 2010 (40,8 % des répondants) ne représentent que 34,9 % des professionnels qui vendent en ligne.
Il semblerait donc que la pratique de la vente en ligne soit une tendance en baisse.

Si les nouveaux arrivants sont, comme la plupart des adhérents, très connectés, ils ont cependant un usage très différent des technologies du web.
Ils sont moins nombreux à avoir un site de vente en ligne (20,2 % avant 2010, 15,4 % après 2010), mais ils utilisent davantage les réseaux sociaux (type Facebook, Twitter, etc.).
Parmi ceux qui ont adhéré avant 2010, 35,1 % sont inscrits sur les réseaux sociaux.
Après 2010, la proportion d'inscrits sur les réseaux sociaux atteint 48,8 %.

Les usages des réseaux sociaux se sont beaucoup développés dans l'ensemble de la population, il est donc assez logique d'en ressentir l'effet dans la communauté des adhérents.
C'est plus particulièrement la baisse de l'usage des sites de vente en ligne qui constitue un élément notable.
Nous formulons l'hypothèse que l'activité professionnelle des nouveaux arrivants n'est pas encore suffisamment lancée pour permettre de mobiliser les moyens nécessaires au développement d'un site de vente en ligne.

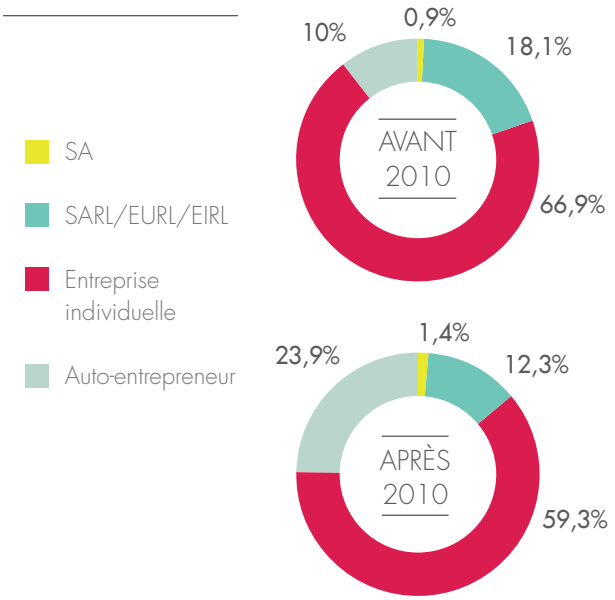
© Photoproevent

7

LA PERSISTANCE DE L'ENTREPRISE INDIVIDUELLE COMME FORME D'ENTREPRISE DOMINANTE

Près de 80 % des répondants exercent en entreprise individuelle. Ce chiffre englobe les entreprises individuelles classiques et les auto-entreprises. La forme de l'entreprise individuelle était déjà dominante avant 2010 dans la communauté des adhérents d'Ateliers d'Art de France.
Les nouveaux arrivants continuent de choisir cette forme juridique pour leur activité mais avec une variante qui est l'auto-entreprise. En effet, parmi les nouveaux adhérents, 23,9 % sont des auto-entrepreneurs contre 10 % avant 2010. Le phénomène est tout à fait spectaculaire car ces nouveaux arrivants font gagner près de 14 points au statut d'auto-entrepreneur, qui s'acquiert dans la plus grande simplicité, présente des avantages en terme de fiscalité et des facilités en terme de gestion comptable.
En croisant les données du questionnaire, il est clairement établi que ce sont les moins de 35 ans (30,9 % des répondants de cette classe d'âge) qui s'orientent le plus souvent vers ce dispositif récent. En optant pour cette forme particulière d'entreprise, les nouveaux adhérents font reculer le groupe des "sociétés à responsabilité limitée" (SARL/EURL/EIRL), qui représentaient le choix de 18,1% des répondants avant 2010 contre 12,3 % après 2010.

LES AUTO-ENTREPRENEURS PROGRESSENT SPECTACULAIREMENT

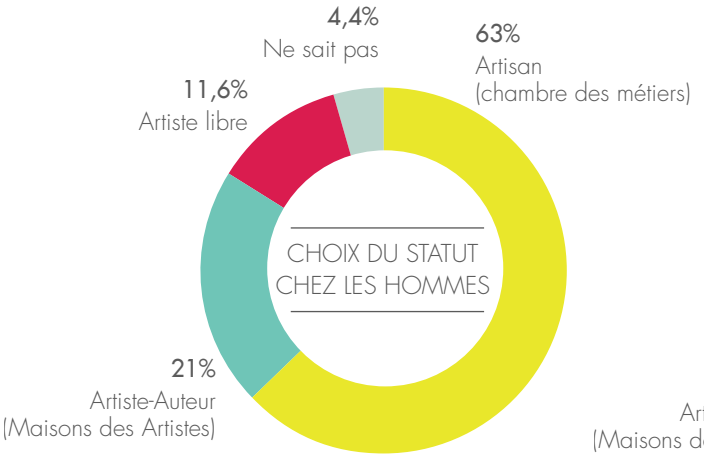


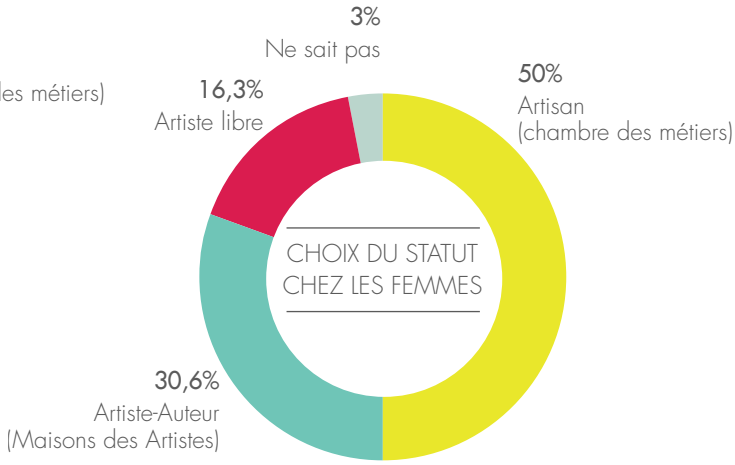
8

L'IDENTITÉ "ARTISTIQUE" PLUS AFFIRMÉE CHEZ LES FEMMES

Si le statut d'artisan associé à la forme juridique de l'entreprise individuelle (y compris l'auto-entrepreneur) constitue majoritairement le choix des répondants (51 % des répondants avant 2010 et 59,6 % après), il faut relever un phénomène particulier : chez les hommes, on opte plutôt pour le statut d'artisan (63 % des hommes) alors que les femmes choisissent ce statut dans une moindre proportion (50 % des femmes). Celles-ci sont davantage inscrites à la Maison des Artistes (30,6 % des femmes) alors que parmi les hommes, on n'en compte que 21 %. On peut ainsi avancer que l'identité "artistique" est plus marquée chez les femmes.

Enfin, les répondants déclarent à 85,7 % travailler seuls alors qu'ils étaient 78,4 % avant 2010. Notons que ce sont les femmes, davantage que les hommes, qui se trouvent dans cette situation. Parmi tous les répondants qui travaillent seuls, les femmes représentent 88,1 % et les hommes 68 %.





III

LE QUESTIONNAIRE

Bertrand Secret © Anthony Girardi

BAROMÈTRE 2014
OBSERVATOIRE DES MÉTIERS D'ART

QUESTIONNAIRE

Q1. VOUS ÊTES ?

- ☐ un homme
- ☐ une femme

Q2. QUELLE EST VOTRE ANNÉE DE NAISSANCE ?

Q3. QUEL EST VOTRE MÉTIER ?

(3 domaines le cas échéant)

- ☐ Art floral
- ☐ Arts du spectacle
- ☐ Arts mécaniques, jeux et jouets
- ☐ Arts graphiques
- ☐ Arts et traditions populaires
- ☐ Bois
- ☐ Bijouterie, joaillerie, orfèvrerie et horlogerie
- ☐ Cuir
- ☐ Décoration tous matériaux
- ☐ Facture instrumentale
- ☐ Luminaire
- ☐ Mode
- ☐ Métiers liés à l'architecture
- ☐ Métal
- ☐ Pierre
- ☐ Tabletterie
- ☐ Terre
- ☐ Textile
- ☐ Verre
- ☐ Autre, précisez lequel : .....

Q4. VOTRE ACTIVITÉ DE CRÉATION CONSISTE À :

Assembler des éléments :

- ☐ OUI
- ☐ NON

Transformer des matières/matériaux :
(3 choix maximum)

- ☐ OUI
- ☐ NON

- ☐ Terre
- ☐ Bois
- ☐ Papier
- ☐ Métal
- ☐ Métaux précieux
- ☐ Cuir
- ☐ Textile, plume
- ☐ Pierre
- ☐ Pierres précieuses
- ☐ Verre
- ☐ Ivoire, écaille, nacre
- ☐ Autre, précisez lequel : .....

Q5. ÊTES-VOUS INSCRIT À :
(2 cases si nécessaire)

- ☐ La Chambre des Métiers
- ☐ La Chambre de Commerce et d'Industrie
- ☐ La Maison des Artistes
- ☐ Dans ce cas, veuillez préciser si vous êtes :
  - ☐ Affilié
  - ☐ Assujetti
- ☐ L'Urssaf

Q6. QUEL EST VOTRE STATUT SOCIAL ET FISCAL ?

- ☐ Artisan
  (inscrit au répertoire de la Chambre des Métiers)
- ☐ Artiste-auteur (affilié à la Maison des Artistes)
- ☐ Artiste libre (en profession libérale)

Q7. QUEL EST LA FORME JURIDIQUE DE VOTRE SOCIETÉ ?

- ☐ SA
- ☐ SARL
- ☐ EURL
- ☐ EIRL
- ☐ Entreprise individuelle
- ☐ Micro BNC - BIC
- ☐ Auto-entreprise

Q8. À QUEL ÂGE AVEZ-VOUS PRIS LA DÉCISION D'ENTRER DANS LES MÉTIERS D'ART ?

Q9. QUELLE EST LA DATE DE CRÉATION DE VOTRE ACTIVITÉ ?

Q10. EN QUELLE ANNÉE ÊTES-VOUS DEVENU(E) MEMBRE D'ATELIERS D'ART DE FRANCE ?

Q11. QUELLE EST LA RÉGION D'INSTALLATION DE VOTRE ACTIVITÉ ?

- ☐ Alsace
- ☐ Aquitaine
- ☐ Auvergne
- ☐ Basse-Normandie
- ☐ Bourgogne
- ☐ Bretagne
- ☐ Centre
- ☐ Champagne-Ardenne
- ☐ Corse
- ☐ Franche-Comté
- ☐ Haute-Normandie
- ☐ Île-de-France
- ☐ Languedoc-Roussillon
- ☐ Limousin
- ☐ Lorraine
- ☐ Midi-Pyrénées
- ☐ Nord-Pas-de-Calais
- ☐ Pays de la Loire
- ☐ Picardie
- ☐ Poitou-Charentes
- ☐ Provence-Alpes-Côte d'Azur
- ☐ Rhône-Alpes
- ☐ Guadeloupe
- ☐ Guyane
- ☐ La Réunion
- ☐ Martinique
- ☐ Mayotte

Q12. QUELLE EST LA TAILLE DE LA COMMUNE D'INSTALLATION DE VOTRE ACTIVITÉ ?
(Nombre approximatif d'habitants)

- ☐ Paris / Région parisienne
- ☐ Plus de 100 000 habitants
- ☐ De 20 000 à 100 000 habitants
- ☐ De 2 000 à 20 000 habitants
- ☐ Moins de 2 000 habitants

Q13. a. AVEZ-VOUS L'INTENTION DE CHANGER PROCHAINEMENT DE STATUT SOCIAL ET FISCAL ?

- ☐ OUI
- ☐ NON

b. POUR QUEL STATUT SOCIAL ?

- ☐ Artisan (inscrit au répertoire de la Chambre des Métiers)
- ☐ Artiste-auteur (affilié à la Maison des Artistes)
- ☐ Indépendant ("artiste libre" en profession libérale)

c. CE NOUVEAU STATUT VOUS PARAÎT-IL :

Mieux refléter votre activité :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Être plus avantageux, pour vous, en termes de charges sociales :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Être plus avantageux, pour vous, en termes de prestations sociales :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Être plus avantageux, pour vous, en terme de fiscalité :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Q14. DANS VOTRE ACTIVITÉ, ÉCHANGEZ-VOUS DES INFORMATIONS AVEC LES AUTRES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS D'ART SUR ?

Les méthodes de commercialisation :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Les techniques métier :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Les appels d'offres :
- ☐ OUI
- ☐ NON

L'actualité des salons :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Q15. DANS VOTRE ACTIVITÉ, SI VOUS N'AVEZ PAS ÉCHANGÉ DES INFORMATIONS AVEC LES AUTRES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS D'ART, SOUHAITERIEZ-VOUS EN ÉCHANGER DAVANTAGE ?

- ☐ NON
- ☐ OUI, SUR :

Les méthodes de commercialisation :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Les techniques métier :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Les appels d'offres :
- ☐ OUI
- ☐ NON

L'actualité des salons :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Q16. AVEZ-VOUS DÉJA TRAVAILLÉ EN COOPÉRATION AVEC D'AUTRES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS D'ART (partage d'ateliers, d'outils, d'informations, réponses collectives à des appels d'offres, etc.)?

Partager un atelier :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Partager des outils :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Partager des informations :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Répondre à des appels d'offres en commun :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Réaliser en commun des créations (même métier ou en complémentarité de métiers) :
- ☐ OUI
- ☐ NON

S'adresser réciproquement des clients :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Q17. SI VOUS N'AVEZ PAS TRAVAILLÉ EN COOPÉRARTION AVEC D'AUTRES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS D'ART, QUELS SERAIENT, POUR VOUS, LES DEUX OBJECTIFS PRIORITAIRES D'UNE COOPÉRATION ?

Partager un atelier :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Partager des outils :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Partager des informations :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Répondre à des appels d'offres en commun :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Réaliser en commun des créations (même métier ou en complémentarité de métiers) :
- ☐ OUI
- ☐ NON

S'adresser réciproquement des clients :
- ☐ OUI
- ☐ NON

Q18. EN CE MOMENT, TRAVAILLEZ-VOUS SEUL(E) OU ÊTES-VOUS AIDÉ(E) ?

- ☐ Je travaille seul(e)

Q19. SI VOUS ÊTES AIDÉ(E), EST-CE PAR...

- ☐ Des stagiaires ?
  Si oui, combien : .....
- ☐ Des salariés ?
  Si oui, combien : .....
- ☐ Des apprentis ?
  Si oui, combien : .....
- ☐ Votre conjoint ?

Q20. QUEL EST VOTRE NIVEAU DE FORMATION ?

- ☐ CAP, BEP
- ☐ Bac
- ☐ Licence
- ☐ Master 1 (ou maîtrise ou équivalent)
- ☐ Master 2 (ou DEA, DESS ou équivalent)
- ☐ Doctorat
- ☐ Validation des acquis de l'expérience (VAE)
- ☐ Autodidacte

Q21. AVEZ-VOUS SUIVI UNE FORMATION DIPLÔMANTE DANS LE DOMAINE DES MÉTIERS D'ART ?

- ☐ Oui, précisez :

- ☐ Bac pro
- ☐ CAP, BEP
- ☐ Brevet des métiers d'art (BMA)
- ☐ Diplôme des métiers d'art (DMA)
- ☐ Certificat d'études d'arts plastiques (CEAP)
- ☐ Licence pro ou DNAT, DNAP, DNSEP
- ☐ Master 1 (ou CESAP)
- ☐ Master 2
- ☐ Autre diplôme dans ce domaine

- ☐ NON

Q22. AVEZ-VOUS REÇU UNE FORMATION AUX MÉTIERS D'ART CHEZ UN PROFESSIONNEL DES MÉTIERS D'ART OU CHEZ UN MAÎTRE ?

- ☐ OUI
- ☐ NON

Q23. EN CE QUI CONCERNE L'ÉVOLUTION DU SECTEUR DES MÉTIERS D'ART, DIRIEZ-VOUS QUE VOUS ÊTES :

- ☐ Très optimiste
- ☐ Plutôt optimiste
- ☐ Plutôt pessimiste
- ☐ Très pessimiste

Q24. EN CE QUI CONCERNE L'ÉVOLUTION DE VOTRE PROPRE SITUATION PROFESSIONNELLE, DIRIEZ-VOUS QUE VOUS ÊTES :

- ☐ Très optimiste
- ☐ Plutôt optimiste
- ☐ Plutôt pessimiste
- ☐ Très pessimiste

Q25. DISPOSEZ-VOUS D'UNE PAGE WEB OU D'UN SITE INTERNET PRÉSENTANT VOTRE ACTIVITÉ ET/OU VOS CRÉATIONS ?

- ☐ NON
- ☐ OUI
  - ☐ Oui, et il s'agit d'un site (ou d'une page) de présentation de mon activité
  - ☐ Oui, et il s'agit d'un site de vente de mes créations (e-commerce)

Q26. EN CE QUI CONCERNE VOTRE CLIENTÈLE, DIRIEZ-VOUS QU'ELLE EST PRINCIPALEMENT :
(4 choix maximum, classés de 1 à 4) :

- ☐ Régionale
- ☐ Française
- ☐ Européenne
- ☐ Chinoise
- ☐ Japonaise
- ☐ Brésilienne
- ☐ Russe
- ☐ Issue des pays arabes
- ☐ Issue des pays africains
- ☐ Américaine (États-Unis)
- ☐ Autres Précisez: .....

Q27. VOS CLIENTS SONT PLUTÔT :

- ☐ Des particuliers
- ☐ Des professionnels (boutiques, galeries, prescripteurs, décorateurs, etc.)

Q28. SELON VOUS, POUR QUELLES RAISONS VOS ACHETEURS APPRÉCIENT-ILS VOS CRÉATIONS ? ILS TROUVENT QUE CE SONT DES PIÈCES :
(4 réponses maxi classées par ordre d'importance)

- ☐ Sensibles
- ☐ Authentiques
- ☐ De culture française
- ☐ Uniques
- ☐ Respectueuses de l'environnement
- ☐ Éthiques
- ☐ Créatives
- ☐ Pérennes
- ☐ Transmissibles
- ☐ Issues d'un savoir-faire
- ☐ Décoratives
- ☐ Originales
- ☐ Artistiques
- ☐ Utilitaires

Q29. S'AGISSANT DES CLIENTS EN GÉNÉRAL, PENSEZ-VOUS QU'ILS APPRÉCIENT LES CRÉATIONS PARCE QU'ELLES REFLETENT LA PERSONNALITÉ DE LEUR CRÉATEUR ?

- ☐ Oui, tout à fait
- ☐ Oui, plutôt
- ☐ Non, plutôt pas
- ☐ Non, pas du tout

Q30. SIGNEZ-VOUS VOS CRÉATIONS ?

- ☐ OUI
- ☐ NON

Q31. EN CE QUI CONCERNE LA VENTE DE VOS CRÉATIONS, VOUS DIRIEZ QU'ELLES SONT VENDUES :

- ☐ Plutôt par vous personnellement
- ☐ Plutôt par des professionnels qui les revendent (prescripteurs, galeristes, etc.)
- ☐ Les deux, dans des proportions à peu près comparables

Q32. EN CE QUI CONCERNE LA TENUE DES SALONS ET EXPOSITIONS SUSCEPTIBLES DE VOUS INTERESSER, DIRIEZ-VOUS QUE, POUR VOUS PERSONNELLEMENT :

- ☐ Il est très facile d'y participer
- ☐ Il est plutôt facile d'y participer
- ☐ Il est plutôt difficile d'y participer
- ☐ Il est très difficile d'y participer

Q33. S'AGISSANT DES DIFFICULTÉS QUE VOUS RENCONTREZ POUR PARTICIPER AUX SALONS, QUELLES SONT LES DEUX QUE VOUS CITERIEZ EN PRIORITÉ DANS LA LISTE SUIVANTE :

- ☐ Le manque d'informations
- ☐ Le manque de temps
- ☐ Le coût
- ☐ La procédure de sélection

Q34. EN CE QUI CONCERNE LA TENUE DES SALONS ET EXPOSITIONS SUSCEPTIBLES DE VOUS INTÉRESSER, DIRIEZ-VOUS QU'ILS SONT :

- ☐ Suffisamment nombreux car il faut consacrer du temps à la création.
- ☐ Pas assez nombreux car il faut des occasions de vendre nos créations.

Q35. PARTICIPEZ-VOUS AU MOINS UNE FOIS PAR AN À DES SALONS OUVERTS AU GRAND PUBLIC ?

- ☐ Oui, précisez :
- ☐ Je participe au moins une fois par an à un événement de ce type en France
- ☐ Je participe au moins une fois par an à un événement de ce type en Europe
- ☐ Je participe au moins une fois par an à un événement de ce type dans le monde
- ☐ NON

Q36. PARTICIPEZ-VOUS AU MOINS UNE FOIS PAR AN À DES EXPOSITIONS OU DES SALONS RÉSERVÉS AUX PROFESSIONNELS ?

- ☐ Oui, précisez :
- ☐ Je participe au moins une fois par an à un événement de ce type en France
- ☐ Je participe au moins une fois par an à un événement de ce type en Europe
- ☐ Je participe au moins une fois par an à un événement de ce type dans le monde
- ☐ NON

Q37. AVEZ-VOUS ACCOMPLI UNE DÉMARCHE DE MARQUAGE OFFICIEL DE VOS CRÉATIONS TELS QUE : MOF, MAÎTRES ARTISANS, EPV, MAÎTRES D'ART, GRANDS ATELIERS DE FRANCE, IGP, ETC. ?

- ☐ OUI
  - En êtes-vous satisfait ?
    - ☐ OUI
    - ☐ NON
- ☐ NON

Q38. CONSIDÉREZ-VOUS LA SIGNALÉTIQUE "EXCLUSIF" (Certificat d'authenticité, vignettes autocollantes, panneaux explicatifs) d'Ateliers d'Art de France comme un label ?

- ☐ OUI
- ☐ NON

Théophile Caille © Aurore Delsoir

Design graphique : Raksa Sam
Edité par Ateliers d'Art de France

ISBN : 979-10-93804-01-9

ATELIERS D'ART
DE FRANCE

8, rue Chaptal - 75009 Paris
Tél : 01 44 01 08 30

www.ateliersdart.com

COUVERTURE : PASCAL SCHIMPF © DR, A.DONZÉ &V.CHAGNON © YANN PIRIOU, GRÉGOIRE SCALABRE © MATTHIEU GAUCHET, PERILHOU-SMOLINSKI © GILLES LEIMDORFER, MARIE-LAURE GUERRIER © DR, FRANÇOISE HOFFMAN © LEIMDORFER, YANNICK MUR © PHOTOPROEVENT, L'OR EN DÉCOR © MATTHIEU GAUCHET, SABINE FILLIT © PHOTOPROEVENT