

Compte-rendu du CA du 6 septembre 2017



Présents: Didier Campait / Denis Cunin /Eduard Juanola /Sona Karadelian / Annie Mayan /Christiane NICOLAS / Daniel Pelegrin /Laure Rondeau / Dolorès Roux / Daniel Van Cutsem / Stéphane Vergnon, Stefanie Wesl

Excusés : Amélie Lecarpentier / Fred Mazon /Geneviève Quiévreux.

Ordre du jour :

- pôle innovation
- route des métiers d'art 2018/2019
- bilan Caverne des Métiers d'Art

1- Pôle innovation :

La question de notre participation dans les groupes de travail avec les institutions se pose au regard de l'histoire de Trajectoires.

Dans le passé, l'association a été sollicitée pour participer à des groupes de réflexions sur les besoins des PMA et les enjeux dans le développement économique et culturel du département. En contrepartie, elle a reçu un soutien des institutions notamment financier. Ce travail effectué au début avec les autres associations des M.A (Scarabee, rue des arts, cré'art...) a débouché avec le cabinet Dextéris sur un plan départemental des Métiers d'Art avec 13 actions.

Une des demandes très fortes des PMA était de pouvoir accéder aux marchés publics avec les appels d'offres (souvent attribué à des grosses entreprises et rarement à des artisans d'art) et de solliciter les institutions sur le 1% artistique. D'où la création de l'Agence départementale des métiers d'art pour faciliter cette prospection avec du personnel qualifié salarié. Trajectoires a investi beaucoup de force dans ce projet et malgré les subventions accordées en est sorti exsangue (plus de direction et 12 000€ de dettes fin 2014 dont une partie, 6000 €, n'a pu être comblée par les aides institutionnelles).

Une autre équipe s'est mise en place pour essayer d'assurer la pérennité de l'association. Elle s'est engagée dans des prestations événementielles (Ligne d'art, Vallon Pont d'arc), un bénévolat à 100% des membres, la mise en place d'une communication active entre les pma (de 40 adhérents, nous sommes à 107), mise en place des adhésions de soutien, recherche de partenariat avec AAF... Notre volonté était de recentrer toutes les énergies pour valoriser notre travail et conforter et dynamiser le marché de l'objet d'art en Ardèche avec l'objectif de faire connaître les ateliers et faire de l'achat de l'objet d'art un acte naturel. Pour cela, nous avons réalisé les actions suivantes :

- Biennale de Vogüé (nous allons réaliser la 3^{ème} édition en 2018 en partenariat avec l'association Vivante Ardèche qui gère les expos au château de Vogüé)
- La fête des métiers d'art à Vals les bains en 2015 et 2016
- Ligne d'art au tribunal de Largentière (en 2018, nous ferons la 5^{ème} édition)
- La caverne des métiers d'art pendant 6 semaines cet été à Aubenas.

Aujourd'hui, Trajectoires est devenue un véritable réseau de professionnels capables de réfléchir, décider et agir ensemble, très visible sur le département par ses événements ; elle a une trésorerie saine mais est au bout de ses capacités d'investissement bénévole.

Or, nous sommes régulièrement et fortement interpellés pour être partie prenante des projets des institutions (Pôle innovation, RMA...) ce qui crée parfois des tensions avec les institutions et au sein même de notre association.

Nous ne pouvons plus accompagner le travail des institutions comme dans le passé pour plusieurs raisons :

1 : encore une fois, le temps passé à l'organisation d'expos pour assurer une lisibilité d'un grand nombre de PMA et développer une clientèle d'objets d'art stable ne nous permet pas d'autres investissements sans mettre en danger nos ateliers. Or, actuellement, nous sommes limités pour les plus engagés dans le CA.

2°: Les PMA qui participent à ces travaux techniques commencent à se lasser de se retrouver à chaque fois seuls bénévoles, pas même défrayés, dans le groupe de travail. Il devient très difficile de trouver des volontaires.

3 : D'une manière générale, nous considérons que Trajectoires n'a pas vocation à porter la politique du pays et des institutions en général. Par contre nous pouvons, à l'intérieur des projets institutionnels, nous investir ponctuellement dans des projets concrets collectifs qui ont du sens par rapport à notre propre vision du développement des métiers d'art et peuvent servir tous les professionnels du territoire.

Il y a donc une grosse difficulté, pour nous, à nous investir dans les réunions du pôle innovation. Ceci d'autant plus que d'autres questions, autres que le temps disponible, émergent :

1- Sur le pôle innovation, les PMA qui ont participé aux premières réunions n'ont pas eu connaissance du projet (nous avons questionné les participants adhérents à Trajectoires) :

RAPPORT PHASE 1 Etude d'opportunité et de définition des contenus Janvier 2016 61 pages

RAPPORT PHASE 2 Définition technique du projet Septembre 2016 67 pages

Malgré la volonté de diffuser des exemples d'innovation en début d'élaboration du document par Cécile, il ressort que les PMA ne connaissent pas le projet et ne peuvent donc pas en discuter, réfléchir ensemble dessus.

Nous pensons qu'il manque au rapport une version résumant les grandes lignes du projet et rapidement accessible aux professionnels. Une ou des rencontres avec les PMA pour échanger autour de ce document serait sans doute aussi utile.

2- Dans la mise en place du FAB LAB, le but peut apparaître comme un moyen de diminuer les coûts de fabrication et de sortir des petites séries. D'où la question des besoins réels des PMA : La particularité des artisans d'art est de travailler avec un savoir faire unique en offrant une grande créativité et donc de pouvoir vendre un produit à forte valeur ajoutée. Notre problème est de nous développer à partir de cet état de fait, non pas de baisser les coûts en entrant dans un mode de production et de diffusion semi-industriel. Certes le marché est envahi par des produits asiatiques à bas prix de qualité médiocre qui empiètent sur notre marché mais ce n'est pas les machines numériques qui vont nous ouvrir davantage le marché des amateurs d'art même si elles peuvent participer à la création. La question est de mettre en parallèle l'énorme investissement humain et financier face aux besoins de la majorité des PMA du 07. Ce qui est un choix politique des institutions tout à fait légitime nous pose problème dans l'investissement des membres de Trajectoires au regard de l'intérêt de l'ensemble des PMA, et encore en espérant que cette démarche ne se retourne pas contre eux en faisant émerger une industrie légère locale qui se ferait passer pour de l'artisanat d'art.

Le pôle innovation peut apporter à certains mais cela risque d'être une part infime des PMA ardéchois d'autant plus que seuls les PMA du .pays de l'Ardèche Méridionale pourront y accéder.... Et encore faudrait-il que leur communauté de communes soit engagée financièrement.

3- D'autre part, la question des marchés publics et du 1% artistique n'est pas traitée et c'était la demande des PMA qui avait conduit à la création de l'Agence. Or le financement de l'agence, lui, implique une autre orientation. Et engager aussi Trajectoires dans cette direction délaierait une grande partie des PMA du territoire ardéchois.

Voir RAPPORT PHASE 2 Définition technique du projet Septembre page 64 :

2. Gouvernance du pôle

En l'état actuel des échanges entre les partenaires (institutionnels et professionnels) du projet de pôle d'innovation « métiers d'art », la maîtrise d'ouvrage du fonctionnement du pôle se partagera entre le Pays de l'Ardèche Méridionale et l'Agence de Développement des Métiers d'Art.

Dans le cadre d'une convention avec le SYMPAM, l'Agence de Développement des Métiers d'Art sera chargée de conduire :

- les prestations de Pépit'art à destination des publics autres que les pépites : coopérations artistiques et formations continues à destination des PMA, formations continues à destination d'autres professionnels, stages de découverte et visites à destination des particuliers, ateliers décentralisés à destination de groupes d'étudiants ;*
- le dispositif d'appels à projets collectifs.*

D'autres craintes nous sont parvenues concernant par exemple, les Toqués de l'Ardèche et un trophée d'entreprise où le pôle innovation intervient directement sur les marchés privés. Le doute doit être levé sur la généralisation d'une telle orientation de monopole du marché privé. Pour les PMA, la relation humaine est aussi importante que la création de l'objet, le lien client/ professionnel ne doit pas être rompu par l'apparition d'un intermédiaire en mesure de surcroît de favoriser certains.

4- Nous demandons pour tous ceux qui souhaiteraient s'investir dans ces projets d'être défrayés un minimum.

Par exemple, pour le pôle innovation, il est prévu de faire appel à des PMA volontaires dans l'action du coaching.

Voir RAPPORT PHASE 2 Définition technique du projet Septembre page 10 :

- cinq PMA du territoire (au maximum) intéressés par le projet et susceptibles de conduire à court ou moyen terme un projet similaire..... objectif : soutien et accompagnement du porteur de projet par l'apport d'un regard extérieur et la formulation de propositions et idées avec, en contrepartie, l'accès à des informations et le suivi en temps réel d'un projet voisin d'une idée qu'ils aimeraient eux-mêmes développer ultérieurement...*

...La durée de l'action de coaching sera en règle générale de deux journées par projet individuel. Au-delà de deux jours d'intervention, il sera demandé au porteur du projet de financer toute journée d'intervention supplémentaire à hauteur au moins de 50% de son coût.

Les autres participants de l'action de coaching ne seront pas sollicités financièrement : ils bénéficieront indirectement du coaching (ils se formeront et acquerront de l'expérience au contact du coach et du projet suivi) en contrepartie d'un soutien apporté à la réussite du projet (ils émettront hypothèses, propositions de solutions et avis sous le contrôle du coach).

... les PMA ont de la chance, ils ne devront pas payer pour venir aider les appels à projets... on reste songeur, surtout quand on pense que le tarif du coach est compris entre 500 à 1500€ H.T./jour !!!

En conclusion, le CA du 6 septembre 2017 a voté à l'unanimité des 11 présents et 2 absents qui ont donné leur vote :

- la décision de ne pas participer globalement au pôle innovation mais si possible de s'investir dans un des projets collectifs proposés à l'intérieur du dispositif, type espace de ventes, de relais sur les ateliers sous forme de galerie, d'espace de promotion,...., dans une ville porteuse d'un marché d'art avec consultation de l'ensemble des adhérents. Projet à construire.

Voir RAPPORT PHASE 2 Définition technique du projet Septembre page 16 :

Les objectifs visés par les appels à projets collectifs concernent :

- le territoire : développer un marché local, encourager coopérations et synergies entre acteurs de différents secteurs marchands et/ou non-marchands, préserver ou développer le tissu économique, social et environnemental local, créer de l'attractivité et du rayonnement territorial, etc.

2 - Route des Métiers d'Art

En ce qui concerne la RMA, même remarque qu'avec le pôle innovation. Nous n'avons actuellement pas les moyens humains d'assurer une participation suivie au sein du groupe de travail, en particulier s'il n'y a pas de défraiements prévus pour les membres de l'association qui voudraient s'y investir. Nous pouvons par contre continuer à suivre la mise en place du dispositif et intervenir ponctuellement à condition qu'un

partenariat qui ait du sens soit possible.
Pour cela, deux points restent essentiels à nos yeux.

1/ Tendre vers la gratuité.

- Soit nous sommes dans une logique de partenariat. Les institutions qui montent la RMA offrent le dispositif aux PMA, à charge pour eux de se mobiliser pour le développer et faire en sorte qu'il marche.
- Soit la RMA est payante ; le dispositif reste entière propriété des institutions. Les PMA sont alors simplement consommateur d'un service. C'est alors à ceux qui proposent le service ce faire en sorte qu'il fonctionne bien.

Essayer de jouer à la fois sur les deux tableaux ne peut que faire perdre toute clarté, tout dynamisme et finalement toute efficacité à la RMA.

2/ Ne pas être obligés, pour les PMA, d'adhérer aux OT ou autres organismes.

Nous pensons qu'il est essentiel pour tout le monde que les PMA adhèrent en masse aux OT et qu'il y a un gros travail à faire dans des négociations pour trouver un équilibre dans le rapport prestations/tarif afin que l'adhésion ait du sens pour les PMA.

Il n'est par contre pas entendable qu'on force les PMA à y adhérer en y conditionnant l'accès à la RMA. Cela ne fonctionnera de toute façon pas. Nombre de professionnels qui auraient spontanément adhéré à l'un et à l'autre risquent au contraire fort, mis face à la contrainte, de tout laisser tomber.

L'obligation d'adhérer ne saurait être justifiée par ardecheguide.com. Le site de l'ADT est pensé pour développer l'attractivité du territoire. Il le fait bien, et utilise de manière équilibrée les métiers d'art pour cela. Par contre, avec seulement 7 ateliers visibles sur toute la RMA (le fait de pouvoir tomber sur un atelier au hasard de la navigation n'a d'intérêt que de rendre celle-ci plus agréable), il ne peut certainement pas être présenté comme un outil au service des professionnels de la RMA.

Conditions d'accès à la RMA, rapport prestations/tarifs dans les OT, on en revient toujours au même problème : l'impression très généralisée chez les PMA de ne pas être correctement perçus dans leur spécificité.

Le secteur touristique est un ensemble d'acteurs qui œuvrent pour la bonne marche de l'ensemble tout en travaillant pour eux-mêmes. Le restaurateur qui accueille bien ses clients participe à l'attractivité générale du territoire tout en gagnant son pain. Même chose pour l'hôtelier, le prestataire de canyoning ou la caverne du pont d'arc.

Là-dedans, les seuls à ne travailler en partie que pour l'ensemble et pas pour eux même en même temps sont les PMA qui ouvrent leurs ateliers. Une bonne part des visiteurs sont des touristes en quête d'activité « culturelle » gratuite (particulièrement en Ardèche où ils ont peu de musée ou monuments à se mettre sous la dent). On a beau voir du premier coup d'œil que ce ne sont pas des clients potentiels, il faut bien les accueillir, leur consacrer du temps, faire en sorte qu'ils ressortent contents de l'atelier.

Ce bénévolat touristique est inhérent à notre type d'activité, on ne peut l'éviter, et pèse lourd sur elle. C'est justement pour cette raison qu'il nécessiterait d'être reconnu et pris en compte.

Les PMA s'investissent actuellement beaucoup sur le territoire. S'il n'y a pas de retours minimum relativement rapidement, on risque d'avoir un retour de bâton un peu brutal et pour longtemps.

Il faudrait donc que les autres acteurs du secteur se demandent si la présence des PMA leur est ou non utile et si oui, s'ils sont prêts à leur rendre tenable l'accès aux outils communs de promotion.

En conclusion, le CA du 6 septembre 2017 a voté à l'unanimité des 11 présents et 2 absents qui ont donné leur vote :

De participer ponctuellement à la construction de l'édition 2018 de la RMA si les 2 conditions (tendre vers la gratuité / pas d'obligation financière d'adhésion aux OIT ou autres organismes.) sont remplies.

3 - Bilan boutique éphémère « Caverne des métiers d'art » :

Nous demandons que la diffusion publique de ce bilan ne soit pas reprise ou utilisée sans l'autorisation expresse du CA de Trajectoires

1- Quelques chiffres

6749 visiteurs sans enfants
128 objets vendus
13460 € Chiffre affaire
30 PMA vendeur sur 58 exposants
330 € de moyenne /jour
157 personnes public moyen /jour
3 ventes moyenne/ jour
42 % locaux (Ardèche)
49 % France
3% étranger
Vernissage : si nos clients ne sont pas invités pas de ventes

77% du Chiffre d'affaires a été réalisé entre le 14/07 au 21/07 (3301 € de vente) et le 5/8 au 18/8 (7104 € de vente)

4501 € pour 65 Bijoux	33€% Chiffre affaire
2065 € pour 27 céramiques	15% Chiffre affaire
1810 € pour 6 sculptures en céramique	13.5 % Chiffre affaire
3202 € pour 8 peintures, photos, sérigraphie...	24% Chiffre affaire

2- budget

Le budget sera équilibré par les subventions. Aucune dépense y compris les défraiements du suivi de la permanence n'a été prise sur les ventes. Ces frais étaient budgétisés.

Trajectoires avait pris la décision de restituer 100% des ventes aux exposants sur 2 modalités :

- 80% de la vente de l'exposant lui est restitué à la fin de l'expo (un chèque séparé a été fait)
- 20% a été mis dans un pot de solidarité et reversé à l'ensemble des exposants qui ont effectué des permanences (qu'ils aient vendu ou pas) en fonction des heures effectuées.

Cela correspond pour les exposants qui ont vendu à faire un don de solidarité à distribuer à l'ensemble des PMA exposants.

Trajectoires ne déclare aucun revenu de la boutique éphémère. C'est pour cela que nous avons fait 2 chèques.

- Retours des exposants (27 par écrit, 9 par oral). Nous vous communiquons l'ensemble des retours écrits.

Dans l'ensemble, la boutique a été une belle aventure et permet quelques réflexions :

- Le nombre de visiteurs est positif.
- Au-delà du chiffre de vente, la lisibilité des métiers d'art a été bonne.
- Nous avons un marché local, certes à construire, mais 42% de locaux qui viennent et plusieurs retours indiquent que leur souhait serait une boutique pérenne pour savoir où acheter un bel objet pour des occasions spécifiques est encourageant.
- Les retours sur atelier continuent à se faire, surtout sur les exposants qui sont autour de la région d'Aubenas

- e- La communication, entièrement portée par Trajectoires, a fait quasiment l'unanimité, de bonne qualité et bien utilisée sur le secteur d'Aubenas. Cependant sur l'ensemble du territoire, la communication du P.N.R. et du département a été faible dans le cadre du Partage des eaux.
La signalétique aux abribus valait l'investissement financier de Trajectoires.
- f- La scénographie était délicate compte tenu du nombre d'exposants (certainement 58 était trop mais nous tenions vraiment à ce que le maximum d'entre nous puissent participer)-et de l'espace attribué. Toutefois, la plupart reconnaît l'originalité de la scénographie et sa réussite. Les bijoux auraient pu être regroupés pour ne pas donner l'impression de passer d'un bijoutier à un autre sans voir les pièces entre. Toutefois deux grandes toiles en hauteur et 4 grosses pièces en céramique situées en bas ont été vendues.
- g- La ville d'Aubenas a beaucoup apprécié notre initiative et a acheté une belle pièce pour un jumelage avec une ville de la Belgique. Les restaurateurs ont bénéficié de notre présence amenant une clientèle régulière tous les jours.
- h- Beaucoup ont souligné l'énorme investissement bénévole (environ 3000h uniquement pour la Caverne), effectivement cela peut sembler disproportionné au regard du chiffre d'affaire mais l'objectif n'était pas seulement la vente même si nous en espérons plus.
Nous voulions avoir une vision concrète sur une période donnée du marché de l'objet d'art et de l'impact du tourisme. Il s'avère que le marché d'art est à construire et ne peut se penser que dans la durée. D'autre part, en pleine saison touristique, presque la moitié des ventes ont été réalisées avec des personnes demeurant en Ardèche.
C'est une expérience très précieuse qui nous suggère que notre développement doit être pensé avant tout en direction du marché local, marché à entretenir et faire vivre tout le long de l'année. Plus cette base sera forte, plus le marché touristique viendra spontanément la compléter.

Le développement (voire la construction) du marché de l'objet d'art en Ardèche est l'objectif prioritaire de notre association. Certes il existe beaucoup d'initiatives locales (marchés, salons, expo..) mais celles-ci sont sans lien entre elles, éparpillées, intermittentes. Plus nous discutons (et la caverne a permis beaucoup d'échanges entre pma), plus se fait jour l'idée qu'il faudrait développer un véritable réseau avec un centre, des relais, qui puisse mettre en relation les expos, les petites boutiques collectives, les ateliers, pour nous assurer une présence réelle, stable et continue dans le tissu économique ardéchois.

L'idée d'ouvrir un espace pérenne (galerie, lieux d'expo, informations sur les ateliers...) qui pourrait jouer le rôle d'un tel centre revient très régulièrement chez beaucoup d'entre nous (voir des retours écrits de la caverne) mais aussi dans notre public.

Construire collectivement une vision du développement des métiers d'art en Ardèche est une tâche ardue, qui demande du temps et se fera par étapes. Nous avons commencé avant notre AG de décembre dernier. Le bilan à tirer de l'expérience de la Caverne doit permettre d'avancer à nouveau.

D'où l'idée d'une réunion sur les sujets suivants :

**Réunion des exposants à la caverne et des tous les adhérents Trajectoires
Vendredi 6 octobre à 18 h**

Salle de l'ancienne bibliothèque d'Aubenas

**Bilan de la caverne – conclusions à tirer de cette expérience.
Directions pour construire un marché de l'objet d'art en Ardèche qui soit une
véritable base pour l'existence de nos ateliers**

Les chèques des exposants seront remis ce jour là ou envoyés pour les absents.
Les objets trouvés (teeshirt, chemises, objets divers ...) seront amenés.

Christiane Nicolas
Denis Cunin