

Association « TRAJECTOIRES »
Le Pont de bridou 07600 Asperjoc
Mail.: trajectoires.07@orange.fr
SIRET : 494 004 039 00041

COMPTE RENDU DU CA DU 11 MAI 2018 18h30

Présents : Calendrier Blandine, Campait Didier, Cunin Denis, Jonquières Pierre, Juanola Eduard, Lopez Gwladys, Karadelian Sona, Mayan Annie, Nicolas Christiane, Pelegrin Daniel, Quiévreux Geneviève, Roure Marc, Vernet Claude, Wesle Stéphanie.

Excusés : Burgos Isabel, Guenassia Jean- Raoul, Heintz Chloé, Lecarpentier Amélie, Maindroux Chris, Mazon Fred, Perrin Annet.

Ordre du jour :

- Centre des métiers d'art
- Divers

Centre des métiers d'art

Daniel Pelegrin fait une synthèse des avancées du projet avec ses objectifs :

Avec la Caverne d'Aubenas, nous avons expérimenté sur 43 jours un lieu où 58 professionnels des métiers d'art étaient présents.

Après consultations des participants (49 retours), avec les retours des visiteurs, des commerçants, nous avons fait la proposition d'un lieu pérenne des M.A.

Une 1^{ère} rencontre le 10 octobre 2017 en présence de 15 adhérents permet de poser les premières réflexions d'un lieu construit par les PMA permettant de fédérer les professionnels qui va au-delà d'une boutique, celui d'un centre des métiers d'art ardéchois.

Notre dernière assemblée générale a validé à l'unanimité la poursuite de cette construction. Avec tous nos adhérents et les PMA du département qui souhaiteront se joindre à nous, notre projet se veut en co-construction avec les politiques territoriales existantes.

Avec la Caverne Pont d'Arc, des choses bougent sur le territoire, des collectivités locales s'emparent de l'économie culturelle avec les M.A. Notre département est un territoire culturel de 1^{er} plan. A la grotte Chauvet s'ajoutent ses 300 villages, chacun avec son passé et ses trésors, ce sont des centaines de châteaux, ce sont autant d'églises dont 17 églises romanes recensées sur la route de l'art roman sur le bassin ardéchois et ses 20 villages de caractères. 200 000 visiteurs hors période estivale qui visitent la grotte et beaucoup de nos villages en Ardèche méridionale sont désertés. Avec 1/3 de la population qui a plus de 60 ans, le taux de chômage le plus élevé de la région, des classes qui ferment, l'Ardèche a besoin d'un réseau économique. Les M.A. sont une chance au niveau culturel et économique ; ils sont un levier essentiel de cette économie culturelle : pièces uniques, petites séries, restauration, préservation et construction du patrimoine de demain, entreprises manufacturières.

C'est une économie durable, non délocalisable, qui préserve les activités, les métiers et le tissu social.

Notre projet de Centre des métiers d'art s'appuie sur ce constat pour fixer les objectifs :

Lieu d'accueil permanent et pérenne qui couvrirait les fonctions suivantes :

- La promotion des métiers d'art de la région ;
- La mise en contact du public avec les professionnels et leurs ateliers ;
- l'organisation de manifestations et d'expositions thématiques ou générales, démonstrations et conférences...
- la mise à disposition d'un lieu de vente permanent des objets des professionnels des métiers d'Art ;
- la mise à disposition d'un lieu de rencontre entre professionnels des métiers d'art ainsi qu'avec les représentants des partenaires publics ou privés.

Daniel donne aussi des précisions sur le modèle économique du projet : Contributif d'Economie Sociale et Solidaire :

- Contributif au sens de partenaire de la politique de développement économique et culturel du territoire.
- Economie Sociale et Solidaire (ESS) au sens d'inventer une perspective nouvelle d'économie pensant différemment les rapports sociaux au niveau du territoire.
- ESS c'est 2.3 millions de salariés, 220 000 structures, 10% de l'emploi en France, 100 000 emplois créés chaque année et 10 % du PIB.

L'intérêt est majeur depuis la nouvelle loi de l'ESS du 31 juillet 2014. Une association peut porter un projet collectif, portant du lien social et économique pour le territoire et faire de la rentabilité du lieu non pas la finalité mais l'outil de son développement. C'est une autre manière de penser l'économie, c'est proposer un projet que ni la puissance publique, ni la puissance privée ne peuvent assumer seuls.

C'est apporter des réponses sociétales en dehors des critères de rentabilité immédiate.

Ce projet n'est pas à prendre ou à laisser, il se veut ouvert, modifiable et évolutif.

La réunion a permis de valider la feuille de route de la construction du projet : Constitution de 3 groupes de travail :

- GT 1 : « Communication du Centre des Métiers d'Art » : communication interne (en direction des ateliers du réseau) et externe sous la responsabilité de Sona Karadélian et Denis Cunin.
- GT 2 : « Infrastructures du Centre des Métiers d'Art » sous la responsabilité de Annie Mayan et Didier Campait.
- GT 3 : Modèle économique & Gouvernance sous la responsabilité de Eduard Juanola et Daniel Pelegrin.

- **GT 1 : « Communication du Centre des Métiers d'Art » : communication interne (en direction des ateliers du réseau) et externe *sous la responsabilité de Sona Karadelian et Denis Cunin.***

I/ Image des métiers d'art et des ateliers donnée dans le Centre Métiers d'art

Question 1 : Quelle image voulons nous construire de nos métiers, de nos ateliers ?

- Nous sommes à la fois les dépositaires de savoir-faire ancestraux, parmi les dernières passerelles qui restent vers un monde ancien qui s'efface de plus en plus et sommes en même temps tournés vers la recherche constante d'univers nouveaux non encore explorés. Où plaçons-nous le curseur et que privilégions-nous en terme d'image de nous ? Le passé, l'avenir, l'équilibre entre les deux ? Une discussion collective sur ce sujet est importante car ces choix se retrouveront partout, dans le nom que nous prendrons, notre logo, nos visuels, l'esthétique du Centre.
- Dans la construction de notre image, nous centrons-nous sur nous-même ou intégrons-nous d'autres secteurs du territoire (patrimoine, autres acteurs culturels, art de vivre basé sur l'authenticité...) Là encore, un débat doit avoir lieu. Certains considérerons certainement que nous n'avons pas à jouer le rôle d'office de tourisme culturel. En même temps, l'Ardèche a du mal à construire l'offre culturelle qui retiendra les visiteurs de la caverne. Le rôle des métiers d'art comme pierre d'angle pour celle-ci, c'est aussi ce que nous pouvons proposer et apporter. A voir, donc.

Question 2 : La présentation des Métiers d'Art dans le centre : quels contenus, formes, supports ?

Question 3 : Présentation des ateliers du centre: quels outils de communication sur chaque atelier, et pour l'ensemble ?

II/ Organisation d'un réseau identifiable d'Ateliers d'Art.

Le Centre Métiers d'Art n'a de sens que s'il est le cœur d'un réseau vivant d'atelier avec lequel il échange sans cesse. Une de ses fonctions primordiales sera de permettre d'organiser ce réseau, de l'adapter sans cesse, de le maintenir vivant.

Question 1 : Quel nom, quel logo, quels outils d'identification et de "publicité" pour les ateliers du réseau ?

- Plus on est visible, plus on crée le besoin, plus les gens achètent. Notre problème depuis le début est de réussir à être visible, à faire exister nos objets face aux objets qui peuvent se payer des pleines pages dans les journaux ou des spots tv. Pour les spots tv, il nous faudra attendre. Par contre, nous pouvons utiliser notre force : le fait d'être une centaine d'atelier ayant l'habitude de travailler ensemble et dont une partie sont

situés sur des endroits passants

Se regrouper sous une appellation commune du style "ateliers métiers d'art d'Ardèche" avec un logo, un visuel soigné. Si chacun d'entre nous met une enseigne la plus grande possible sur son atelier, affiche le visuel sur son véhicule, immédiatement, notre visibilité sera démultipliée, et de manière constante, à la différence des expos qui nous font exister mais un moment seulement. Il ne s'agit pas de monter une chaîne où les ateliers perdraient leur individualité mais d'utiliser un visuel commun que les gens verront assez régulièrement pour que cela attire leur attention et qu'ils finissent par entrer dans les ateliers.

- Une fois ce réseau mis en place, de nombreuses actions de communication deviennent possibles : campagne d'affichage avant Noël ("Ateliers d'Art d'Ardèche : le cadeau authentique"), stand collectif sur marché, négociation d'un numéro spécial "émerveillés par l'Ardèche", etc, etc : tout cela est à réfléchir et développer.
- La mise en place du réseau pourrait en outre être un moment d'entre-aide entre nous pour rendre nos ateliers les plus accueillants possibles.

Question 2 : Site de vente en ligne

- Le site Trajectoires est sympathique, il est assez bien visité. Mais il n'est pas du tout un outil commercial.

Or, de plus en plus de gens vont d'abord choisir leurs objets en ligne avant de se déplacer en magasin. La plupart des magasins, même les plus gros, s'y mettent.

C'est comme cela que l'entrepôt du bricolage est en train d'avaloir brico-marché. Et c'est normal : tu as besoin de quelque chose, tu peux aller voir sur leur site si ils l'ont, si c'est en stock et ça coûte combien. Ce qui fait que quand tu vas là-bas, tu sais qu'il y aura ce que tu cherches et que tu ne te déplaceras pas pour rien.

C'est la même chose pour nous. C'est Noël, quelqu'un doit faire ses cadeaux, il songe aux métiers d'art et se dit qu'il faudrait aller visiter quelques ateliers.... et il finit à la fnac parce que il n'a pas eu le temps.

Si il y avait eu un site "métiers d'art d'Ardèche", il aurait pu tranquillement choisir ses cadeaux en ligne, les acheter et aller les chercher ensuite dans les ateliers.

En gros, il s'agit de faire un petit etsy local, de proximité (et de qualité, sans les bricolages bas de gamme et copies industrielles d'artisanat qu'on trouve sur Etsy)

La vente à distance ne sera pas l'objet principal de la plate-forme, même si il ne faut pas se l'interdire. Simplement, pour ne pas avoir de problème il faudra prendre des solutions de transport sécurisées, assurées, et donc chère et quelque peu dissuasives.

Un tel site est très ambitieux. Il faut que chacun puisse gérer son espace personnel, mettre ses nouvelles pièces, retirer ce qu'il a vendu ailleurs, tout ça à partir d'entrées qui soient commune à tout le monde pour que quand je tape "boucle d'oreille", les pièces de tous ceux qui en fabriquent s'affichent.

Il faudra donc réfléchir à l'organisation du site puis réussir à trouver le professionnel qui sera capable de le monter pour un coût tolérable pour nous.

Le site pourra aussi reprendre tout le travail de communication mis en place dans le centre afin d'être une prolongation de celui-ci et aider à la diffusion de notre image.

III/ Organisation d'une vie culturelle "métiers d'art"

Pour faire vivre le centre et le réseau, fidéliser le public, relancer régulièrement la communication, il nous faudra sans cesse "créer l'événement"

Question 1 : Organisation de la communication autour des expositions temporaires ?

Question 2 : Présentation des Métiers d'Art : mise en place de démonstrations ponctuelles ?

- La présentation ponctuelle de certains métiers se prête aisément à des démonstrations ou expositions temporaires dans un « espace de démonstration »
- L'idée est avancée d'organiser ainsi un atelier thématique (ponctuel) par mois, habillé par le professionnel qui viendra faire une démonstration ; ainsi 12 métiers par an pourraient être présentés dans cet espace de démonstration. Comment met on cela en place ? Qui se charge du programme ? du contact avec les ateliers ? quelle fréquence ? quelle durée ? y a t'il une présence requise pour le professionnel exposé ? Si oui, laquelle ?

Question 3 : Présentation des manifestations et expositions sur le territoire

- Le Centre des Métiers d'Art doit être le point d'accueil et d'information pour l'organisation et la promotion des manifestations concernant les métiers **des professionnels de métiers d'Art appartenant au collectif de l'association** ; le Centre des Métiers d'Art n'a pas nécessairement vocation à prendre en charge la diffusion de la diffusion de l'ensemble des manifestations organisées par les autres associations – sauf cas ponctuels.
- Les expositions ou manifestations seront présentées dans l' « espace communication » ;
- Le Centre des Métiers d'Art centralise les informations concernant les expositions et manifestations
 - Information par Flyers, Posters ?
 - Information par Site Internet ?
 - Information par messagerie auprès des membres du collectif ?

GT 2 : « Infrastructures du Centre des Métiers d'Art » sous la responsabilité de Annie Mayan et Didier Campait.

Ci-après, une liste ouverte, non ordonnée, qui sera amendée et documentée par les PMA qui vont rejoindre le GT 2 :

- Définition du lieu de vente
 - Identification et signalétique
 - Organisation du lieu de vente : quels objets, quelles périodes de rotation,
 - Identifier un lieu destiné aux objets en vente : caisse, signalétique
 - Accueil, vente et conseil assuré par une personne physique ; établissement d'un fichier clientèle pour suivi et diffusion de l'information ;
 - Tous les métiers d'art doivent être présents dans cette boutique
- Définition du lieu d'exposition
 - Qui (quel métier d'art), quoi (quelle forme/support), pour qui (cible), pour quelle durée ?
 - Les supports de communication : démonstrations, conférences, films, ...

Question 1 : Le Centre des Métiers d'Art hébergera un « espace de vente » ou « une boutique » pour tout public (averti et non averti)...

- Rotation sur le stock à définir en fonction de la disponibilité des objets produits par les professionnels : quelle périodicité, comment l'organise-t-on, qui en effectue la mise en place et le suivi ?
- La mise en valeur des objets est un aspect crucial : il s'agit de « raconter une histoire »
- La diversité des objets issus de métiers d'Art distincts doit se marier avec la cohérence de l'ensemble
- L'identité artistique doit être assurée
- La constitution (et le remplacement des pièces vendues) de cette « vitrine » requiert donc un talent particulier, une sensibilité artistique
- Le volume et la configuration de l'espace boutique doivent obéir à ces requêtes
- Tous les métiers d'art représentés : définir la liste des métiers...
- Cohérence (thématique, artistique) des ensembles d'objets présentés : comment, selon quels critères, qui s'assure de la cohérence, de l'harmonie, ... ?
- Les besoins doivent être recensés avec chaque professionnel, en prenant en compte les contraintes globales : qui effectue ce recensement ?
- Volume, forme, périodes de rotation des objets devront être définis en fonction de ces contraintes : éléments à définir : nombre de pièces, disposition, période de rotation etc... comment organise-t-on l'exposition de pièces des mêmes métiers ?

Question 2 : Le Centre des Métiers d'Art hébergera un « espace expo temporaire »

- Tout est à définir... Nous (Annie et Didier) sommes persuadés que ce GT2 va faire émerger des idées novatrices pour la mise en valeur de cet espace !

GT 3 : Modèle économique & Gouvernance sous la responsabilité de Eduard Juanola et Daniel Pelegrin.

- Quelques éléments pour évaluer la pertinence d'un projet contributif d'économie sociale et solidaire (ESS) :

Les sources : ESS Loi 2014 – 856 du 31 juillet 2014 Version consolidée au 2 mai 2018

Economie contributive (Bernard Stigler Philosophe)

- 1- C'est un choix stratégique de cohésion et de robustesse de la filière métiers d'art ainsi mobilisé à long terme pour construire de l'économie collaborative en dehors du modèle économique traditionnel. Celui-ci a tendance à favoriser la performance individuelle de quelques ateliers à court terme sur des critères entrepreneuriaux très aléatoires.
La crise de 2008 impose inéluctablement des approches plus collectives.
- 2- Un choix stratégique d'efficacité de la politique publique en pensant l'économie à partir de la société civile et des collectivités locales. L'ESS est au cœur des objectifs de développement durable (ODD) définis par la communauté internationale des nations unies avec l'agenda 2030 dans le prolongement de la COP 21. (Commission gouvernementale du 20 septembre 2017 sur l'ODD)

3- Un choix stratégique pour penser l'économie de la filière non pas comme un objectif particulier utile aujourd'hui mais comme enjeux de la politique culturelle du territoire. Avec la grotte Chauvet, un horizon culturel s'ouvre pour l'Ardèche et la région Auvergne Rhône Alpes.

Les métiers d'art ne peuvent être pensés comme un palliatif commercial métamorphosé « *en agent économique du made in chine à la français* ». Ils ne peuvent pas rester dans la banalisation marchande en étant utilisé comme un sparadrap de l'industrie de la culture.

Ils ont une dimension universelle qu'il faut réévaluer ici où les premières œuvres de l'humanité ont commencé. Les métiers d'art en sont les héritiers et deviennent les nouveaux ambassadeurs de l'art contemporain. Cet enjeu devrait être au cœur de la politique du département.

Les métiers d'art sont les protecteurs, les bâtisseurs du patrimoine culturel d'aujourd'hui et demain.

4- Un choix stratégique où l'humain fait société. Notre proposition étant que la lucrativité du lieu soit réinvestit dans la structure.

La gouvernance est collective avec un acteur du lieu c'est une voix.

▪ Des outils de financements existent :

1. L'ESS est au cœur de la loi sur la décentralisation (Acte III) qui préconise l'ancrage territoriale de l'économie dans une logique de coopération nécessitant l'implication des citoyens.
2. Les outils d'accompagnement existent du local au niveau européen.
3. Les collectivités locales, Atelier Art de France, des fondations peuvent être intéressées par notre projet.
4. La recherche de 1 ou plusieurs mécènes seraient souhaitable pour accompagner le projet.

▪ Concernant la gouvernance, les questions se posent :

- 1- Mise en place d'un COS (Conseil d'Orientation Stratégique) ? Quel contenu ? Qui participe ?
- 2- Mise en place d'un CE (Conseil Exécutif) pour gérer le lieu ? Quel contenu ? Qui participe ?
- 3- Responsable artistique
 - Définir ses Missions
 - Définir ses activités
 - Etablir la liste des compétences souhaitées
 - Préciser la position hiérarchique au sein du centre des métiers d'art
- 4- Responsable commercial
 - Définir ses Missions
 - Définir ses activités
 - Etablir la liste des compétences souhaitées
 - Préciser la position hiérarchique au sein du centre des métiers d'art
- 5- La définition du lieu dépendra des propositions formulées par les collectivités locales, le département et la région.
- 6- Qui peut être sociétaire du lieu ?

▪ Expérimentation du lieu sur une période de 3 ans.

Coordination globale du projet sous la responsabilité de Daniel Pelegrin et Arnaud Lucotte.

Les premiers PMA inscrits dans les différents groupes :

GT1 : Sona Karadelian Denis Cunin, Pierre Jonquière

GT2 : Annie Mayan, Didier Campait, Blandine Calendrier, Christiane Nicolas

GT3 : Daniel Pelegrin, Eduard Juanola, Gwladys Lopez, Arnaud Lucotte, Bernard Moulin,
Claude Vernet

Le CA élargi lance un appel aux adhérents pour qu'ils s'inscrivent dans un de ces 3 groupes qui ont leur autonomie de travail.

Les responsables de groupe travaillent avec les adhérents qui s'inscrivent sous les formes qu'ils décident collectivement pour favoriser la participation maximum des adhérents (réunion, mail, téléphone, vidéo conférence, ...)

Ce projet a besoin d'une force constructive, véritable moteur de la réussite de ce projet. Les participants à cette dynamique apporteront leurs valeurs dans la vie du centre.

Inscrivez vous par réponse mail (trajectoires.07@orange.fr) ou en téléphonant aux responsables du groupe :

Groupe 1 : Sona et Denis 04 75 89 37 07

Groupe 2 : Annie et Didier 06 81 71 51 24

Groupe 3 : Daniel et Eduard 06 33 53 87 37

Divers - néant

La séance est levée à 20h30
