L’avenir de l’artisanat en France : quels enjeux de communication

Réponse apportée le 01/03/2014 par PARIS Bpi – Actualité, Art moderne, Art contemporain, Presse

Après interrogation de notre catalogue, il semble que la Bpi ne soit pas le meilleur centre de ressources sur la question.

Nous proposons un ouvrage sur le sujet :

Titre : Artisanat : la modernité réinventée /
Éditeur : Paris : L’Harmattan, 2006
Description : 213 p. ; 22 x 14 cm
Collection :Marché & organisations, cahiers d’économie et de gestion de la Côte d’Opale ; 1
Résumé : Les auteurs insistent sur la modernité de l’artisanat à l’heure des réseaux et de la grande entreprise. Ils y voient l’avenir de la société post-industrielle, arguant que les artisans se sont adaptés aux évolutions rapides de l’économie contemporaine et aux besoins fluctuants de leur clientèle.
Sujets : Artisanat—Aspect économique
Petits commerces—Aspect économique
Exemplaire
Niveau 2 – Droit, économie, sc. sociales – Papier
1. 339.7 BOU – Disponible

Un dossier de la presse magazine trouvé dans la base Généralis Indexpresse :

Spécial artisan : Comment ils se battent
Le Point – 10 mars 2011 – n°2008 – pp.135-148
Dossier de 5 articles.

Si vous sentez venir les premiers signes de la dépression

(plus de sensation de faim, difficulté à parler, réveils nocturnes, etc.), un bon conseil, sortez de chez vous et allez tout de suite voir des artisans. Des menuisiers, des luthiers, des boulangers-pâtissiers, des armuriers-graveurs, des charcutiers-traiteurs … Enfin, des artisans. Ils vous donneront tout de suite une sensation d'optimisme, vous retrouverez en un instant votre joie de vivre. Faites l'expérience. Au « Point », nous faisons chaque année cette expérience en préparant un grand dossier sur les artisans, avec lesquels nous nous sommes mariés depuis longtemps déjà, pour le meilleur. Une profession dont on ne parle jamais assez, parce qu'elle ne manifeste pas dans les rues, mais qui produit, invente, embauche, développe et fabrique notre avenir. Et nous souscrivons totalement à ce qu'écrivait Simone de Beauvoir dans « La force de l'âge » : « Nous considérons l'artisanat comme une des formes exemplaires de l'activité humaine. »
Les sujets abordés dans cet article sont : Artisanat**Aspect économique – Artisans**Formation.

L'interrogation de la base Delphes [ressource internet] est un peu plus fructueuse
Référence avec résumés d'articles de revues et d'études de marché, d'annuaires sectoriels, de rapports annuels etc…Bibliographie réalisée par la Chambres de commerce et d'industrie de Paris. Mise à jour mensuelle.

L'imprimé publicitaire un média local par excellence !
Source : Artisans mag'
avril 2013 – supplément au n° 95 – pp 6-7
Rencontre, en 2013, avec Roland André, Directeur général adjoint de la société française Mediapost, experte du marketing relationnel et de la communication en boîte aux lettres (filiale de La Poste), et expert reconnu dans le monde de l'imprimé publicitaire. Convaincu de l'efficacité et de l'impact de ce média privilégié, il conçoit des offres à destination des artisans et TPE pour les accompagner dans leur

développement. Revue de détails. Pas de chiffres.
Producteur : © DELPHES Indexpresse 1

Les artisans font la une des magazines
Source : L'Expression d'entreprise
février – mars 2009 – n° 249-250 – pp 55-57
Le point sur la nouvelle campagne de publicité d'intérêt général lancée en France, en 2009, par le Fonds national de promotion et de communication de l'artisanat (FNCPA), en collaboration avec l'agence DDB Corporate. Une campagne qui vise à réaffirmer le poids économique du secteur et les opportunités professionnelles et personnelles de ses métiers, appuyée cette année par la mise en place d'une web TV. Objectif : valoriser la réussite des artisans en détournant les codes des « peoples » et de la célébrité. Détails avec les commentaires du directeur du FNCPA, Antoine Monnin, et de la directrice conseil chez DDB en charge du projet, Marie-Pierre Vidal.
Auteur : MENNESSON (Eve).
Producteur : © DELPHES Indexpresse 2

L'artisanat : c'est bon pour le moral !
Source : L'Expression d'entreprise
août – septembre 2006 – n° 224 – pp 62-63
Présentation du plan média intitulé Plan Anti Morosité (PAM) imaginé par le Fonds national de promotion et de communication de l'artisanat (FNPCA) en collaboration avec DDB Corporate, destiné à rappeler l'importance de ce secteur dans l'économie française (3 millions d'actifs, 900 000 entreprises, 250 métiers, 270 milliards de CA). Données chiffrées.
Auteur : COADOU (Yannik).
Producteur : © DELPHES Indexpresse 3

L'Artisanat joue son avenir professionnel
Source : Stratégies
4 mai 2006 – n° 1412 – p 18
Article court sur la campagne de communication lancée par le Fonds national de promotion et de communication de l'artisanat

(FNPCA) pour promouvoir ses 250 métiers en mettant l'accent sur ses valeurs. Gestion du plan médias par Mediatrack et de la campagne par l'agence DDB Corporate qui fait suite à Alternative. Peu de chiffres.
Auteur : LEITUS (Cathy).
Producteur : © DELPHES Indexpresse 4

Le guide de la communication de proximité.
Source : Commerce magazine
supplément au n° 60, octobre 2004, pp 3-50 (47p).
Document de fond sur la communication de proximité des artisans, commerçants, TPE et PME, en France, en 2004. Présentation de la stratégie commerciale à adopter. Préparation du plan média : détermination de la stratégie, 7 médias à disposition (télévision, presse, radio, cinéma, affichage, Internet, annuaires), utilisation des atouts du hors média (marketing direct, relance téléphonique, publicité sur le lieu de vente, événementiel). Elaboration de la campagne de communication : choix du canal, réalisation de messages efficaces. Lancement de la campagne : choix des partenaires ou prestataires (régies publicitaires, Web agencies, attachés de presse ou relations publiques), mesure du retour sur investissement. Adresses utiles. Données chiffrées.
Producteur : © DELPHES CCI-Paris DIE 5

Les artisans veulent changer d'image.
Source : Les Echos
n° 19118, 18 mars 2004, p 12 (1p).
Stratégie de communication pour la valorisation de l'image de l'artisanat en France, début 2004. Désaffection du grand public depuis 1995. Lancement du slogan « L'artisanat, première entreprise de France » en 1999. CA représenté par l'artisanat : 170 milliards d'euros. Progression constante de l'image depuis 1999. Stratégie de marque plutôt qu'institutionnelle. Orientation vers la valorisation sociale en 2004, avec notamment de courts programmes de radio sous

forme de témoignages. Embauche de 100 000 personnes par an dans le secteur. Campagne de communication pour encourager les jeunes à se tourner vers les métiers artisanaux. Graphiques : nombre d'entreprises artisanales de 1997 à 2003 ; répartition sectorielle des entreprises artisanales. Peu de chiffres.
Auteur : PETERS (Sophie).
Producteur : © DELPHES CCI-Paris DIE 6
****

Enfin vous pouvez sans doute trouver des éléments sur les deux sites suivants :

*Portail de l'artisanat
http://www.artisanat.fr/
Dossiers de presse
"Paroles d'artisans" Semaine nationale de l'artisanat Du 15 au 22 mars 2013

Vous pouvez également explorer le site de la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (Dgcis)