



Métiers d'Art & Développement Local

Syndicat Mixte du Pays de l'Ardèche Méridionale



ELABORATION D'UN PLAN DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE
DU SECTEUR DES METIERS D'ART EN ARDECHE MERIDIONALE

Diagnostic qualitatif

Septembre 2010

1. Contexte et méthodologie

Le Pays de l'Ardèche Méridionale accueille une centaine d'ateliers de professionnels des métiers d'art. Alors que certains professionnels ont une clientèle nationale ou internationale, ils sont localement souvent méconnus.

Un ensemble d'évolutions récentes, tant sectorielles que territoriales, amène le Syndicat Mixte du Pays de l'Ardèche Méridionale (SYMPAM) à percevoir aujourd'hui :

- les savoir-faire des professionnels des métiers d'art comme une potentialité pour l'économie locale,
- le territoire comme une source d'opportunités pour des métiers qui connaissent des difficultés de diffusion de leurs productions.

En conséquence, dans l'optique de l'actualisation de sa charte et d'un deuxième Contrat de Développement de Pays de Rhône-Alpes, le SYMPAM a mis en place une commission de travail inter-thématique, dont l'objectif est d'élaborer un plan de développement économique du secteur des métiers d'art, à partir d'un partage de constats, de problématiques et de pistes de soutien.

Afin d'appuyer la réflexion de ce groupe de travail (composé d'élus, de techniciens et de professionnels des métiers d'art du territoire), le SYMPAM a décidé de faire appel à l'accompagnement de *Dexteris Consultant* pour :

- compléter la connaissance des acteurs locaux par des données précises sur le secteur des métiers d'art en Ardèche Méridionale,
- avoir une vision qualifiée de la dynamique actuelle des métiers d'art,
- avoir une vision prospective des potentiels de développement des métiers d'art, notamment en lien avec le Grand Projet Rhône-Alpes « Grotte Chauvet »,
- vérifier les besoins d'aide au secteur et les moyens d'y répondre.

Conformément au cahier des charges de la mission établi par le SYMPAM, l'intervention de *Dexteris Consultant* se compose de trois volets conduits simultanément :

- volet 1 : quantifier et qualifier les activités métiers d'art, de manière à en connaître le poids économique sur le territoire ;
- volet 2 : accompagner, en l'alimentant, la réflexion du groupe de travail durant l'actualisation de la charte et l'élaboration du nouveau contrat ;
- volet 3 : zoom sur une articulation prospective entre le secteur des métiers d'art et la dynamique « Grotte Chauvet ».

Pour chacun de ces volets des entretiens en face à face ont été réalisés. Ceux-ci ont permis :

- d'une part, de compléter et d'approfondir les informations fournies par le groupe de travail et par une enquête quantitative menée auprès des professionnels des métiers d'art de l'Ardèche Méridionale par le SYMPAM et *Dexteris Consultant* ;
- d'autre part, d'élargir le questionnement relatif aux préoccupations et aux attentes des acteurs concernés par le développement économique des métiers d'art, qu'ils soient professionnels ou institutionnels, dans un souci à la fois prospectif et opérationnel par la révélation d'une série d'enjeux forts.

Il est proposé ici un compte-rendu des 34 entretiens individuels réalisés par *Dexteris Consultant* entre le 17 mai et le 7 juillet 2010 auprès de :

- Marlène ARNAUD, Sculpteur sur métal, Présidente de Scarabée, Jaujac,
- Marc BOULAY, Vice-Président du SYMPAM délégué à la culture et au patrimoine et au commerce et à l'artisanat, Maire de Larnas,
- Marilyse BOUTREAUD, Site de proximité Amesud, Rosières,
- Katia CHABAL, Communauté de Communes du Rhône aux Gorges de l'Ardèche, Chargée de mission économie,
- Yves COLADON, Graveur, Jaujac,
- Eric DEMARIA, Bijoutier, Lablachère,
- Thierry DUBOIS, Ebéniste, Rochecolombe,
- Dominique GRENET, Conseil Général de l'Ardèche, Directeur du développement économique,
- Anne GRENIER, Plasticienne, Présidente d'Atelier en Atelier, Charmes-sur-Rhône,
- Jean-Raoul GUENASSIA, Céramiste, Rocles,
- Patrick HOUDEBINE, Céramiste, Lagorce,
- Thomas JOSEPH, Graveur et infographe, Les Vans,
- Agnès LEGOUZE, Présidente de Az'Arts, Aubenas,
- Raoul L'HERMINIER, Vice-Président du Conseil Général, Conseiller Général de Joyeuse,
- Cécile LUCSKO, SYMPAM, Chargée de mission commerce et artisanat,
- Arzel MARCINKOWSKI, Conseil Général de l'Ardèche, Chargé de mission culture et arts plastiques,
- Cécile MATHIEU, SYMPAM, Chargée de mission TIC,
- Sébastien MATHON, Conseil Régional Rhône-Alpes, Chargé de mission Grand Projet Rhône-Alpes Grotte Chauvet,
- Brigitte MORON, Céramiste, Lagorce,
- Luc PARMENTIER, Fabricant de jouets en bois, Saint-André-Lachamp,
- Christiane PELLEGRIN, Secrétaire de Scarabée, Chassiers,
- Daniel PELLEGRIN, Ebéniste, Chassiers,

- Benoît PERRUSSET, Directeur de la Communauté de Communes Beaume Drobie,
- Thibault ROY, Communauté de Communes du Rhône aux Gorges de l'Ardèche, Chargée de mission Pays d'Art et d'Histoire,
- Paul SAVATIER, Conseil Régional Rhône-Alpes, Chargé de mission volet territorial du Grand Projet Rhône-Alpes Grotte Chauvet,
- Nicolas SIMON, SYMPAM, Chargé de mission développement durable (et commerce et artisanat par intérim),
- Jean-Philippe SIMONNET, Parc Naturel Régional des Monts d'Ardèche, Chargé de mission économie,
- Georges STAHL, Maître verrier, Président de l'IRMACC et de Trajectoires, Laboule,
- Eric STAMBIROWSKI, Sculpteur sur pierre, Saint-Marcel d'Ardèche,
- Barbara TOUZOT, Plasticienne, déléguée régionale du Syndicat National Sculpteurs et Plasticiens, Mirabel,
- Laurent UGHETTO, Conseiller Général de Vallon-Pont-d'Arc, Délégué au commerce et à l'artisanat,
- Laurye UMANO, Ardèche Développement, Chargée de mission,
- Sylvie VAN HAEKEN, Céramiste, Présidente de La Rue des Arts, Joyeuse,
- Claude VERNET, Bijoutier, Membre du Bureau de Trajectoires, Mézilhac.

Le présent rapport a principalement pour objet de répondre aux attentes relatives aux deux premiers volets de la mission d'accompagnement. Il doit en particulier contribuer à alimenter la réflexion du groupe de travail « Artisanat d'art ».

Le volet relatif aux perspectives du Grand Projet Rhône-Alpes « Grotte Chauvet » fera l'objet d'un compte-rendu spécifique ultérieur. Les principaux avis et propositions émis par les acteurs à propos de la Grotte Chauvet et de son prochain Espace de Restitution seront néanmoins rapportés ci-après, en liaison avec la problématique touristique.

Le compte-rendu des informations recueillies auprès des professionnels et des représentants des institutions se structurera conséquemment autour de quatre thèmes :

- les caractéristiques, l'accueil, la visibilité et la reconnaissance des ateliers des professionnels des métiers d'art en Ardèche Méridionale ;
- la demande adressée aux professionnels des métiers d'art de l'Ardèche Méridionale ;
- la commercialisation, la promotion et la formation ;
- la structuration du secteur et la gouvernance.

2. Les professionnels des métiers d'art en Ardèche Méridionale

2.1. Les caractéristiques de l'offre

Le secteur des métiers d'art concerne plus de 200 métiers, dont l'exercice requiert l'acquisition d'un savoir-faire manuel hautement qualifié, le plus souvent séculaire et dont la finalité est la production de services ou d'objets utilitaires à fort contenu esthétique. D'après le Ministère chargé de l'artisanat, il existe 38 100 entreprises de métiers d'art en France, dont 99% de TPE.

Bien qu'elles bénéficient d'une évolution des comportements de consommation favorable aux produits porteurs d'identité et de sens, beaucoup d'entreprises de métiers d'art sont aujourd'hui menacées. En effet, outre les conséquences de l'évolution des modes de production (mondialisation de la concurrence, délocalisations,...), les caractéristiques même de ce secteur constituent des causes de difficultés structurelles :

- atomisation, isolement des entreprises et difficulté à se regrouper ;
- insuffisante organisation de l'offre : il n'existe pas en France de réseaux de commercialisation structurés pour les produits des entreprises de métiers d'art.

L'atomisation, l'isolement (géographique) et l'absence de réseaux de commercialisation sont pointés par l'ensemble des acteurs rencontrés en Ardèche Méridionale. Par contre, contrairement à ce qui est observé habituellement, les ateliers semblent avoir une forte propension à l'échange et au regroupement.

L'isolement des ateliers apparait comme un enjeu important, si ce n'est fondamental : exerçant le plus souvent seuls, disséminés sur tout le territoire, inconnus le plus souvent des élus de leur commune, les professionnels des métiers d'art (PMA) de l'Ardèche Méridionale ont du mal à être perçus :

- d'une part, par la clientèle, qu'elle soit résidente ou de passage,
- d'autre part, par les institutions.

Pour autant, le sentiment d'isolement semble relatif. Il aurait même diminué depuis 2003, année de mise en place de premières actions structurantes, à l'initiative ou avec le soutien du Parc Naturel Régional (PNR) des Monts d'Ardèche.

Aux dires du PNR, trois associations aux vocations complémentaires contribuent aujourd'hui à structurer le secteur des métiers d'art et celui des arts visuels : *Az'Arts*, *D'Atelier en Atelier* et *Trajectoires*. Plus généralement, est exprimée **l'impression d'une structuration en cours du secteur des métiers d'art**, grâce :

- d'une part, à la présence de collectifs dynamiques, à l'action de collectivités (Pays, PNR, *Panoram'Art*,...) et à l'implication d'agents de développement (au Pays, au PNR, dans les Communautés de Communes et à *Amesud*) ;
- d'autre part, à une certaine prise de conscience par les PMA eux-mêmes qu'ils rencontrent les mêmes difficultés et besoins, qu'ils sont exposés aux mêmes problématiques, quels que soient le métier et le matériau.

Est néanmoins souhaitée la mise sur pied d'une véritable stratégie, qui permettrait de consolider cette dynamique¹ en :

- favorisant les rencontres et les échanges entre PMA,
- renforçant la prise de conscience de l'existence d'une problématique commune et de la pertinence de l'action collective,
- diffusant les informations auprès des ateliers.

Un certain décloisonnement entre PMA et plasticiens est caractéristique de l'Ardèche Méridionale (et du département plus généralement). Ce décloisonnement, qui bénéficie de l'action d'associations² réunissant les uns et les autres, est le fruit d'une « culture du collectif » : les habitants et l'ensemble des acteurs de l'Ardèche cherchent à faire face aux difficultés engendrées par l'isolement et l'éloignement en développant l'entraide et la solidarité.

Par contre, il est à considérer **l'expression (forte) par les ateliers de la Communauté de Communes Du Rhône aux Gorges de l'Ardèche d'un sentiment d'éloignement** par rapport aux institutions (le Pays principalement) et aux groupements (*Trajectoires* principalement) qui portent une action à destination des métiers d'art, ainsi que par rapport aux lieux où il se passe « quelque chose » (rencontres, expositions, etc.). Le fait que ces ateliers ne soient pas concernés par l'action du PNR des Monts d'Ardèche renforce ce sentiment d'éloignement, voire d'abandon ou de désintérêt à leur égard.

De son côté, **le Conseil Général de l'Ardèche exprime expressément le souhait de pouvoir mieux connaître la filière des métiers d'art**, ses besoins et ses potentialités en termes économiques, touristiques et culturels. Dans la perspective d'un développement touristique basé sur la culture (en lien avec l'ouverture prochaine de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet), le Conseil Général semble considérer comme stratégiques le développement et la promotion des ateliers d'artistes et d'artisans d'art du département. Mais il a besoin d'informations et de l'expression de projets collectifs avant d'envisager une intervention.

2.2. L'installation et l'accueil en Ardèche Méridionale

2.2.1. L'immobilier professionnel

Le territoire est attractif auprès des professionnels des métiers d'art pour un ensemble de raisons :

- la qualité de vie,
- la présence de nombreux créateurs (qui laisse entrevoir la potentialité d'accès à des réseaux),
- la proximité de grands centres urbains,
- un prix de l'immobilier moins élevé que dans les départements proches.

¹ *Le Mai des Métiers d'Art*, rencontre biennale organisée par *Trajectoires*, va dans le sens de cette stratégie.

² *Az'Arts, D'atelier en Atelier, Scarabée, Trajectoires*.

Mais parce qu'il est difficile d'y trouver un local pour installer un atelier, il y a consensus sur la nécessité d'une action publique, qui viserait à favoriser la mise à disposition de locaux fonctionnels à des tarifs raisonnables ou préférentiels. Cette offre immobilière correspondrait à un besoin des nouveaux arrivants, mais aussi de professionnels déjà installés, qui cherchent à déménager afin d'avoir pignon sur rue.

Parallèlement, les acteurs font le double constat de l'existence d'un nombre important de locaux vacants dans le parc privé, souvent non disponibles pour la location ou pour la vente, et de la nécessaire réhabilitation ou rénovation de ces locaux. Il est par conséquent attendu des élus locaux qu'ils sensibilisent les propriétaires, qu'ils mettent éventuellement en place des incitations financières ou qu'ils se substituent à l'initiative privée.

Il est évoqué aussi qu'aucune structure à l'intérieur du Pays ne dispose, et donc ne diffuse, l'information sur l'immobilier professionnel disponible ; certainement parce que la création et la mise à jour d'une base de données seraient lourdes à administrer. Face à ce constat, le PNR évoque une bonne pratique : la bourse aux locaux (recensant offres et demandes) du Parc Naturel Régional de la Haute Vallée de Chevreuse (Ile-de-France).

Par ailleurs, il est fréquemment préconisé de favoriser des **installations groupées, qui donneraient de la visibilité aux professionnels des métiers d'art³ et leur permettraient de développer la vente directe**. Certains acteurs proposent à ce propos de privilégier l'installation d'ateliers dans les bourgs centres, dans une logique de revitalisation commerciale (Joyeuse, Vals-les-Bains,...), d'autres dans les sites patrimoniaux (Viviers, villages de caractère,...) ou à Vallon-Pont d'Arc par rapport à la potentialité de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet.

Globalement, les acteurs reconnaissent aux « pôles métiers d'art » une capacité à répondre à divers besoins des PMA : avoir pignon sur rue, se sédentariser,... tout en permettant l'échange d'informations et la solidarité. Mais s'il semble que les professionnels soient plutôt au fait des avantages d'un pôle, il ne semble pas en être de même chez les élus : il conviendrait de les sensibiliser aux avantages et aux conditions de réussite d'une telle opération. A cet égard, l'exemple de Joyeuse est intéressant, car il enseigne qu'un pôle ne peut (et ne doit) se limiter à une simple offre de locaux. Outre l'implication collective des professionnels dans l'opération de *La Rue des Arts*, on peut en effet observer à partir du cas de Joyeuse que :

- les PMA expriment un besoin d'information et de promotion,
- les manifestations organisées en cœur de ville, à caractère culturel et/ou artisanal, sont essentielles dans la venue d'un public nombreux, qui découvre alors la présence des ateliers.

³ La question de la visibilité sera abordée plus précisément au paragraphe suivant.

Il pourrait être opportun par ailleurs de chercher à tirer les leçons de l'expérience de la Commune de Gluiras (dans le Nord Ardèche), qui a aménagé un bâtiment ancien (le Hameau de l'Hermet) en ateliers et logements destinés aux artistes et artisans d'art.

Une autre proposition est importante à rapporter, car évoquée au cours de plusieurs entretiens, alors que nous ne l'avions jamais entendue formulée ailleurs : **amener les collectivités qui voudraient bénéficier de subventions pour acquérir et réhabiliter des locaux en faveur de l'accueil des PMA à mettre en place une véritable politique locale des métiers d'art.** Cette politique comprendrait obligatoirement trois volets : la mise à disposition de locaux, la promotion des métiers d'art et la commande publique. Raoul L'Herminier, Vice-Président du Conseil Général, Conseiller Général du Canton de Joyeuse, suggère au SYMPAM de réfléchir à l'élaboration d'une « charte de soutien aux métiers d'art ».

Laurent Ughetto, Conseiller Général de Vallon-Pont d'Arc, avance qu'il y a vraisemblablement **un partenariat à proposer à l'association des Villages de Caractère** (une vingtaine de communes du département sera labellisée à terme), *via* l'ADT. Les Maires des *Villages de Caractère* expriment effectivement tous une même préoccupation : l'animation. L'implantation d'ateliers ou de boutiques collectives de PMA pourrait *a priori* répondre à cette préoccupation, à condition de ne pas se limiter à la mise à disposition de locaux et d'envisager au moins un programme d'expositions, manifestations, etc. porté par la Commune et un collectif de PMA. Il est à noter que les *Villages de Caractère* exerceront, d'après le Conseil Général, un rôle important dans la structuration d'une offre de tourisme culturel à partir du futur Espace de Restitution de la Grotte Chauvet.

2.2.2. L'accompagnement

Le problème de l'immobilier professionnel ne doit pas conduire à sous-estimer **d'autres freins à l'installation** sur le territoire :

- ceux qui arrivent en Ardèche Méridionale rencontrent un besoin de logement aussi (faut-il par conséquent aller jusqu'à des offres d'ateliers avec logement ?) ;
- ceux qui démarrent ont un besoin d'accompagnement (démarches à accomplir, choix d'un statut, repérage de lieux de diffusion, réseaux, etc.) ;
- et tous les PMA, ou du moins la majorité d'entre eux, ont un besoin d'information et d'appui à la communication et à la commercialisation.

L'exemple de Pèpit'Art à Chandolas conduit beaucoup d'acteurs à évoquer avec réalisme l'intérêt des pépinières spécialisées dans l'accueil de nouveaux ou de jeunes professionnels des métiers d'art ; avec réalisme parce que cette expérience permet de prendre conscience que :

- l'accompagnement individuel, indispensable pour que l'on puisse réellement parler de pépinière, nécessite la présence d'un personnel spécialisé ;

- des difficultés de tous ordres sont inhérentes à un tel équipement et à aux spécificités des métiers d'art, depuis la durée d'hébergement, jusqu'à la difficulté de trouver un atelier à la sortie de la pépinière, en passant par les problèmes de commercialisation, les problèmes relationnels entre hébergés, etc.

En tout état de cause, cet équipement, connu et reconnu tant par les professionnels que par les institutions, permet de donner corps à un objectif d'accueil et de structuration du secteur des métiers d'art appuyé par une intervention publique. Il permet en outre de percevoir qu'il faut adjoindre à la fonction première d'hébergement un accompagnement et une fonction de vitrine ou de boutique collective (plus largement, les difficultés de commercialisation rencontrées par les PMA accueillis à *Pépit'Art* semblent avoir permis de sensibiliser les institutions à la problématique économique des métiers d'art).

De plus, la proposition de dupliquer l'exemple de Chandolas conduit fréquemment à émettre **l'idée d'un réseau de pépinières**. Par exemple, pourrait être encouragée la création de deux autres équipements, de façon à munir chaque grande composante géographique du Pays (la vallée du Rhône, les Cévennes, la montagne ardéchoise) d'un lieu d'accueil/ lieu ressources pour les métiers d'art. Ces pépinières seraient créées à l'initiative de Communautés de Communes, qui pourraient mutualiser : la promotion, l'accompagnement et les problèmes de logement et de sortie des hébergés. Cette mutualisation pourrait être prise en charge budgétairement par le SYMPAM, en contrepartie de l'effort des Communautés de Communes en matière d'investissement et de loyers (inférieurs aux prix du marché). Dit autrement, il est envisagé une possible complémentarité d'action entre le Pays et les Communautés de Communes : le Pays structurerait et animerait, les Communautés de Communes hébergeraient.

D'autres idées ont été émises :

- une ou plusieurs pépinière(s) métiers d'art éclatée(s), pour répondre conjointement à un besoin d'immobilier professionnel et à un besoin de revitalisation des bourgs centres ;
- une friche artistique, à Aubenas par exemple où plusieurs bâtiments pourraient se prêter à ce genre de réalisation.

Au-delà de la question de l'accompagnement, les PMA évoquent **le problème de la professionnalisation**. Ils indiquent en particulier que :

- une sélection est nécessaire parmi les candidats souhaitant bénéficier d'un local public (et des avantages associés : loyer préférentiel, visibilité, voire accompagnement, etc.) ; cette sélection doit être effectuée en relation avec le milieu professionnel, car le principal critère doit être le savoir-faire, base de tout métier d'art ;
- beaucoup de PMA, parce qu'ils commercialisent peu, produisent peu ; or il faut une pratique longue et régulière du métier pour arriver à maîtriser un savoir-faire.

Globalement, par rapport aux préoccupations d'accompagnement et de professionnalisation des jeunes ou nouveaux professionnels, **un projet de Coopérative d'Activités et d'Emploi** paraît devoir être suggéré au SYMPAM⁴. Un tel projet pourrait être envisagé en relation avec le Conseil Général de l'Ardèche, qui souhaite voir portée une réflexion sur la professionnalisation des artistes et des PMA bénéficiaires du RSA.

Toujours en lien avec la problématique d'accueil de nouveaux professionnels, une autre suggestion allant dans le sens de **l'accueil de professionnels ayant une bonne maîtrise des savoir-faire et préparés à créer une entreprise** a été émise. Il s'agirait de se rapprocher d'organismes tels que l'IRMACC ou la *Maison de la Terre* de Dieulefit, pour leur proposer un partenariat en faveur d'un accueil privilégié (*via* une pépinière ou un immobilier dédié) de leurs anciens élèves. Une autre suggestion encore, inspirée du dispositif de transmission des savoir-faire de l'IRMACC, serait d'impliquer les PMA dans l'accompagnement (parrainage), voire dans la formation des professionnels désireux de s'installer en Ardèche Méridionale.

Au-delà de l'accueil de nouveaux professionnels, il est souhaité que le territoire soit en mesure de **proposer un accompagnement individualisé à tout PMA le demandant**. Cette offre pourrait être envisagée comme un « accompagnement hors les murs » effectué par le personnel de la (ou des) pépinière(s) évoquée(s) ci-dessus. Le Conseil Général indique à ce propos que la Région Rhône-Alpes finance la mutualisation de postes dans les domaines artistiques et culturels : peut-être pourrait-il être intéressé par une telle perspective.

⁴ Les coopératives d'activités et d'emploi s'adressent aux porteurs de projet qui ont finalisé leur projet et souhaitent le valider concrètement : elles permettent de tester un projet en grandeur réelle dans un cadre sécurisé et d'apprendre le « métier » de chef d'entreprise.

La coopérative d'activités et d'emploi (CAE) offre :

- un cadre juridique de transition : le porteur de projet bénéficie d'un statut d'entrepreneur salarié,
- un encadrement pédagogique : conseil individuel, formation pratique et mise en réseau avec d'autres entrepreneurs à l'essai et avec l'environnement.

Au cours de son passage en CAE, la personne accompagnée va démarrer une petite production, démarcher des clients, vendre ses produits et émettre des factures. La coopérative réalise le suivi de la comptabilité du projet et en détermine le résultat économique.

La principale particularité de la coopérative d'activités et d'emploi (par rapport aux couveuses classiques) est d'offrir un statut d'entrepreneur salarié en CDI : dès qu'il génère son premier chiffre d'affaires, l'entrepreneur signe un contrat de salarié en CDI avec la coopérative. Il est ensuite payé au prorata du chiffre d'affaires réalisé le mois précédent, déduction faite des cotisations sociales (salariales + patronales) et de la participation aux frais de la coopérative (à hauteur de 10% de son chiffre d'affaires). La coopérative, en retour, assure le règlement des cotisations sociales, reverse la TVA, fait la facturation, les fiches de paie, le calcul mensuel des salaires, etc.

Quand l'activité se révèle viable, l'entrepreneur salarié peut :

- comme dans une couveuse, quitter la coopérative pour poursuivre son activité en fondant une entreprise,
- ou décider de continuer à exercer son activité au sein de la coopérative et en devenir salarié-associé.

Les coopératives d'activités et d'emploi sont des sociétés coopératives dont les salariés-associés sont majoritaires à au moins 51% du capital. Elles sont réunies au sein du réseau « Coopérer pour Entreprendre » : www.cooperer.coop

Enfin, la faible capacité financière des porteurs de projet et d'une majorité de PMA installés contraint fortement **les projets d'équipement** dans le secteur des métiers d'art ; cela apparaît d'autant plus dommageable que les projets sont souvent de faible ampleur financière, *i.e.* de l'ordre de quelques milliers d'euros. Il est donc suggéré la création d'une ligne de subventions au niveau du Pays et/ ou une modification des règlements des ORC et des OUC afin de descendre le seuil minimal de dépense éligible.

2.3. La visibilité

Il est fortement exprimé qu'il faut faire connaître les professionnels et leurs ateliers auprès des habitants, des élus/ des collectivités et des touristes, qui sont tous des clients potentiels pour les métiers d'art.

La signalétique est perçue comme l'instrument principal d'une meilleure visibilité des ateliers. Elle pourrait avoir un impact direct et immédiat sur leur fréquentation.

Il est à considérer que l'association *D'atelier en Atelier*, satisfaite de l'impact de ses journées portes ouvertes, envisage de porter à court terme un projet de « route des arts » à l'échelle du département. De son côté, le Parc Naturel Régional expérimente une signalétique auprès de Mairies volontaires ; il s'agit d'une signalétique commune aux PMA et aux agriculteurs, lesquels ne participent pas financièrement mais s'engagent à démonter leurs anciens panneaux non réglementaires.

Il est à noter que le PNR :

- n'est pas favorable, par souci de cohérence, à une signalétique qui serait limitée aux seuls ateliers des PMA, hors Parc ;
- déclare nécessaire, par expérience, la réalisation d'une étude préalable intégrant pré enseignes et micro signalétiques.

Généralement, il est souhaité que la signalétique soit accompagnée d'un **support papier, genre carto-guide** permettant de situer les ateliers sur une carte : un tel document, s'il est tiré à un nombre d'exemplaires important et largement diffusé, est perçu comme l'élément de base d'une action de promotion des PMA d'un territoire. Bien évidemment, il pourrait aussi être recouru (de façon complémentaire) aux TIC et à la géolocalisation.

Toutefois, doit être prise en considération l'expression par des représentants d'institutions qu'il y a **risque à multiplier les réseaux thématiques** ; cela brouille l'image et rend les choses moins visibles et compréhensibles du public. Il serait préférable selon eux de chercher à mettre en œuvre des synergies, par exemple avec les sites patrimoniaux ou avec les agriculteurs/ viticulteurs. Cette crainte est exprimée en particulier vis-à-vis des routes thématiques, actuelles ou en projet : art roman, vins, volcans,...

Par ailleurs, il est évoqué l'intérêt d'utiliser les **bistros de pays**, initiés par le SYMPAM, qui ont vocation à proposer des expositions et pourraient participer à promouvoir les savoir-faire et les ateliers situés dans leur environnement.

2.4. La reconnaissance

Les professionnels expriment largement la nécessité de montrer les métiers d'art, de les faire connaître, comprendre et apprécier, d'expliquer ce qu'ils sont, de sensibiliser, de faire de la pédagogie, etc. Derrière la préoccupation générale de reconnaissance de leur secteur, les PMA mettent en exergue plus particulièrement deux enjeux :

- faire comprendre la valeur et le prix de leurs objets, faire reconnaître le travail de la main ;
- mettre en avant les métiers d'art dans toutes leurs dimensions : les PMA sont des acteurs de la vie économique, culturelle, sociale,... ; ils sont, selon Georges Stahl, Président de *Trajectoires*, des « acteurs de connexion » entre habitants, collectivités locales, designers, clients ayant un besoin ou un désir particulier, etc.

Est évoqué aussi par les PMA leur lien avec le développement durable : un objet produit par eux est appelé à durer, voire à se transmettre au sein d'une famille (tandis qu'un produit de grande consommation a une courte durée de vie).

Globalement, les PMA souhaiteraient être plus souvent en situation de rencontre et de dialogue avec le(s) public(s).

Des propositions concrètes :

- **soutenir les expositions de qualité** proposées par *Trajectoires*, parce qu'elles permettent de montrer l'excellence et de positionner l'image des métiers d'art sur le haut de gamme, la qualité, l'unicité ;
- **sensibiliser les organisateurs de manifestations** à l'aspect professionnel et haut de gamme des métiers d'art, pour qu'ils soient vigilants dans la sélection de leurs exposants ;
- **mettre en place des résidences de très bons professionnels**, français ou étrangers, lesquelles pourront servir de supports pour des actions de promotion (exposition,...), de sensibilisation (interventions en milieu scolaire,...), de formation (master-classes,...), etc.
- **éditer un beau livre** ;
- **organiser un circuit à partir de l'installation d'œuvres** dans le territoire : il pourrait s'agir d'installations permanentes ou temporaires, en pleine nature ou dans les lieux classés monuments historiques par exemple.

Les expositions temporaires en Ardèche Méridionale sont contraintes par un manque de lieux adaptés à leur accueil. Des lieux publics sont donc souhaités, autant que faire se peut dans des sites prestigieux ou à forte fréquentation : Aubenas, Vallon-Pont d'Arc,... Parce qu'il n'y a pas de galerie sur le territoire, il est évoqué aussi l'intérêt d'une galerie municipale : une initiative serait à encourager à Aubenas, peut-être en liaison avec les diverses associations d'artistes et d'artisans d'art du Pays.

Les actions à destination des scolaires relèvent également de la préoccupation de reconnaissance. Pour favoriser leur développement, il est proposé de sensibiliser :

- d'une part, les enseignants à l'intérêt pédagogique d'une action avec un PMA ;
- d'autre part, les PMA à la variété des propositions pouvant être formulées à destination des établissements scolaires.

Il est exprimé toutefois qu'il existe une forte concurrence en termes de propositions d'interventions et de sorties (musique, sport,...), qui plus est dans un contexte de restriction budgétaire. Il pourrait donc s'avérer pertinent de valoriser, pour leur valeur exemplaire, les initiatives actuelles ou récentes. Il pourrait être aussi décidé de dédier une journée aux scolaires lors de l'opération *D'atelier en Atelier* ou encore d'élargir aux métiers d'art le règlement appliqué par le SYMPAM en matière de subventions culturelles (qui privilégie les projets intégrant un volet de sensibilisation des scolaires).

2.5. Les métiers d'art et les autres acteurs socioéconomiques du territoire

La visibilité et la reconnaissance des métiers d'art peuvent être servies également par des actions permettant de décloisonner et de rapprocher les métiers d'art d'autres acteurs socioéconomiques.

L'opération « Tables dressées » est souvent citée comme une bonne pratique et un exemple dont il faudrait s'inspirer. D'après Raoul L'Herminier, Vice-Président du Conseil Général et initiateur de l'opération, « Tables dressées » (grâce notamment aux salons auxquels ont pu participer les PMA) a permis de faire prendre conscience aux professionnels des métiers d'art :

- de l'existence d'un lien, en termes d'image et d'identité territoriale, avec les agriculteurs et les chefs cuisiniers ;
- de l'importance du concept d'une part, du savoir-faire d'autre part ;
- et d'opportunités sous-estimées par eux : l'utilitaire et la revente (à condition d'accepter d'en intégrer les contraintes).

En outre, il est exprimé qu'il existe sur le territoire de l'Ardèche Méridionale de nombreuses dynamiques, portées notamment par des syndicats mixtes (Grotte Chauvet, Gorges de l'Ardèche,...) et des groupements agricoles (Association 2000 Vins d'Ardèche,...). *Vinimage* (à Ruoms) par exemple cherche à développer des circuits autour du vin, du patrimoine et de l'artisanat traditionnel. Les PMA devraient se rapprocher de ces dynamiques, intégrer les réseaux existants, plutôt que de vouloir créer un réseau de plus.

3. La demande adressée aux professionnels des métiers d'art de l'Ardèche Méridionale

3.1. Les clientèles

Les résidents permanents ► ils sont peu nombreux et peu sensibles à la création et aux métiers d'art.

Les résidents secondaires ► ils présentent un ensemble de caractéristiques favorables : pouvoir d'achat, pratiques culturelles, recherche d'authenticité, voire sensibilité vis-à-vis des métiers d'art).

Les touristes ► ils viennent majoritairement dans l'Ardèche pour autre chose que la culture et la création, à savoir : le soleil, les sports de pleine nature et les plages. Il y a lieu toutefois de distinguer plusieurs clientèles et de :

- considérer qu'à chaque zone du Pays correspond un type de tourisme différent,
- privilégier ceux qui séjournent en chambres d'hôtes et gîtes et fréquentent les fermes auberges et les bons restos.

Par ailleurs, les professionnels des métiers d'art indiquent que, schématiquement :

- les petites pièces sont destinées à la clientèle touristique,
- les pièces plus personnelles sont commercialisées à l'extérieur du territoire.

Ces deux types de productions renvoient aussi à deux catégories distinctes de PMA. Les premiers ont une activité saisonnière et une production allant du bas au moyen/haut de gamme. Les seconds sont positionnés en haut de gamme, ne sont pas captifs du territoire. Entre les deux, il y a ceux qui font des petites pièces aussi, plutôt positionnés en moyen/haut de gamme, mais qui commercialisent hors Ardèche hors saison, en participant à des salons notamment. Le point commun à tous : ils ont de grande difficulté à vivre de leur activité.

Au final :

- vis-à-vis de la clientèle privée locale, l'enjeu est de sensibiliser le plus grand nombre et d'arriver à se faire connaître de la minorité déjà sensibilisée ;
- et, surtout, **les collectivités territoriales sont perçues comme le principal potentiel de clientèle pour les PMA ardéchois** ; en particulier pour des commandes spécifiques.

Ce dernier avis est tout à fait caractéristique : nous ne l'avons jamais entendu exprimé en d'autres territoires (même ruraux).

3.2. La commande publique et la clientèle publique

Il est très fréquemment exprimé, aussi bien par les professionnels que par les institutions, que **la commande publique constitue le principal potentiel/ la principale opportunité pour les professionnels des métiers d'art de l'Ardèche Méridionale**, car le département est peu peuplé et essentiellement fréquenté par des touristes peu portés sur la culture. L'expression d'un tel enjeu nous semble propre à l'Ardèche. Elle est certainement la conséquence d'une réalité, mais elle nous paraît également liée à une volonté et à un discours collectifs, portés avec conviction par un ensemble de professionnels, notamment ceux impliqués à la tête de *Trajectoires*.

Outre l'impact économique direct au profit des ateliers, objectif principal de la commande publique, il est mis en avant un certain nombre d'arguments ; principalement :

- la commande publique permettra de montrer au public les réalisations des PMA, ce qui servira leur visibilité, leur reconnaissance et leur promotion ;
- **la commande publique servira aussi le développement des communes** et du Pays : faire appel aux créateurs donnerait une nouvelle image, une identité et améliorerait le cadre de vie et l'esthétique dans les communes.

Sur ce second point, il est exprimé que les communes ont aujourd'hui tendance à installer du mobilier standard, produit en série et commandé sur catalogue, qui a pour conséquence de standardiser/ banaliser leur urbanisation. Elles doivent donc être incitées à faire appel aux matériaux locaux et aux artistes locaux.

Les élus du territoire (comme partout ailleurs en France) ne s'adressent pas aux professionnels des métiers d'art parce qu'ils n'ont pas conscience de leur présence, et encore moins de leur capacité à intervenir sur des chantiers ou des commandes. Les PMA doivent donc commencer par s'organiser pour s'adresser collectivement aux élus et aux équipes de maîtrise d'œuvre, avec l'appui vraisemblablement du Pays ou du Conseil Général, qui peuvent favoriser une mise en relation des élus municipaux avec les PMA. *Trajectoires* et le CAUE pourraient prendre une part active dans une action de sensibilisation aux enjeux de l'esthétique dans les communes. Au-delà, il est escompté que quelques élus du SYMPAM, déjà sensibles aux métiers d'art et à la commande publique, exercent un rôle de leader, dans un souci d'exemplarité. Un cas à valeur d'exemple existe sur le territoire du Pays : le projet de traversée de Maisonneuve, pour lequel la Commune de Chandolas bénéficie du partenariat de la Fondation de France par l'intermédiaire du programme *Les Nouveaux Commanditaires*.

Globalement, il est exprimé la nécessité de **sensibiliser les collectivités locales** :

- au « **dispositif du 1%** », en particulier pour les marchés inférieurs à 30 000 € (moindres contraintes en matière de mise en concurrence et moindre lobbying/ protectionnisme des plasticiens, la collectivité pouvant directement acquérir une œuvre auprès d'un professionnel de son choix) ;
- à la possibilité de recourir à des PMA pour des **aménagement extérieurs et intérieurs** (lieux de réception du public notamment) plutôt que d'acheter sur catalogue du mobilier standard,
- et plus globalement : au **beau**, aux effets de la **création** et de l'art sur la vie des habitants (la rencontre, l'échange, la citoyenneté,...), au fait que les commandes publiques et les acquisitions d'œuvre agissent sur l'*identité* de la commune et, en même temps, permettent de constituer son **patrimoine** de demain.

Afin d'inciter les collectivités du territoire à s'adresser aux PMA, il est suggéré aussi au SYMPAM :

- de se doter d'un règlement de subventions prévoyant des taux majorés pour les marchés confiés aux PMA (plutôt qu'à des fournisseurs de produits standardisés), qui pourrait vraisemblablement être fondé sur un argumentaire lié au développement durable (circuits courts, qualité et durabilité des objets,...) ;
- ou d'imposer aux collectivités qui voudraient être aidées en faveur de l'accueil de PMA (comme évoqué précédemment) une charte les engageant à mettre en œuvre un programme global de soutien aux métiers d'art : accueil + promotion + commande publique.

Par ailleurs, il est à noter que :

- les intentions exprimées ci-dessus pourraient rejoindre les projets de *Fibois*, autour de la réalisation de petits aménagements personnalisés/ sur mesure destinés aux collectivités (mobilier d'extérieur, signalétique, etc.) et du PNR des Monts d'Ardèche, en faveur de la création de mobilier extérieur en bois de châtaignier ;
- le Conseil Général suggère d'encourager les PMA à répondre collectivement à des appels d'offres ou des concours.

Trajectoires est porteur d'un projet de développement de la commande publique.

Les éléments que nous avons pu recueillir (verbalement seulement) auprès des représentants de l'association nous laissent envisager que le projet est aujourd'hui insuffisamment défini et structuré ; l'association est au stade de l'idée davantage que du projet. Potentiellement, à partir de l'idée de *Trajectoires*, le Pays de l'Ardèche Méridionale pourrait être conduit à développer un projet de référence. Mais il faudra au préalable clarifier beaucoup de points et certainement prendre le temps de conduire une étude avant d'engager des moyens publics, importants *a priori*.

L'exemple d'*Armande*, dans les années 90 en Languedoc-Roussillon, enseigne à la fois l'opportunité et la difficulté de conduire un projet dont l'objet est de développer la commande publique aux bénéfices d'un ensemble d'artisans d'art et d'artistes⁵. En se référant à cette expérience, connue des responsables de *Trajectoires*, l'association devrait pouvoir clarifier ses intentions et en déduire explicitement des objectifs, une organisation et des moyens. Un choix fondamental doit être opéré entre deux possibilités : faut-il une agence, qui représenterait un ensemble de professionnels et contractualiserait avec les donneurs d'ordre, ou (plus simplement) une interface chargée de mettre en relation clients publics et prestataires ? Une agence aura besoin de s'adosser à une structure publique, pour plus d'impact et de solidité (cf. l'expérience d'*Armande*). En tout état de cause, Georges Stahl, Président de *Trajectoires*, exprime la nécessité de voir des élus se mobiliser fortement auprès des PMA en faveur de ce projet. Un autre point fondamental de notre point de vue est la nécessité de prendre en considération la faible capacité des professionnels des métiers d'art à « dialoguer » avec une collectivité, en particulier avec ses techniciens, à intégrer des contraintes réglementaires (en matière de sécurité notamment), à répondre à un appel d'offres, etc. Il faudra très certainement mettre en place de l'ingénierie et de l'accompagnement au bénéfice des PMA.

Cependant, la commande publique ne peut concerner la totalité des PMA. Tous (loin s'en faut) n'ayant pas une production leur permettant d'intervenir sur des chantiers, **certainement faudrait-il élargir l'enjeu de la commande publique à l'acquisition d'objets par les collectivités** (en vue de cadeaux ou de collections) pour pouvoir faire adhérer un nombre significatif de professionnels à un projet à destination de la clientèle publique.

⁵ L'association *Armande* (contraction d'Art-Mende, le siège de l'association se situant à Mende, Lozère) a créé au début des années 90 le premier bureau d'études et de commercialisation de la création contemporaine dans l'art urbain.

Entre 1992 et 1996, *Armande* a conduit un travail de démarchage des collectivités territoriales et des établissements publics qui leur sont liés (collèges, hôpitaux,...) pour les inciter à faire appel aux savoir-faire d'artisans créateurs et d'artistes lors de chantiers : construction ou rénovation de bâtiments publics, aménagements urbains (places, ronds-points, etc.),...

Plusieurs chantiers, essentiellement dans le sud de la France, ont pu ainsi être offerts à quelque 650 créateurs : céramistes, sculpteurs, mosaïstes, peintres décorateurs, tailleurs de pierre, vitraillistes, lissiers,...

Parallèlement, *Armande* a mis en place des formations à destination des créateurs : droit, technique,...

Des problèmes de gestion ont conduit à la cessation d'activité d'*Armande*, dont la démarche demeure pertinente selon de nombreux acteurs et témoins de cette expérience. Selon son concepteur, un projet de cette ampleur :

- devrait être adossé à un Conseil Régional, certainement en lien avec un programme de développement des métiers d'art (et non à une commune, comme ce fut le cas pour *Armande*) incitant au développement de l'art urbain (par une action de sensibilisation des communes, voire par des aides financières) ;
- pourrait désormais être placé sous la conduite d'une SCIC (le statut associatif s'est révélé peu approprié au fonctionnement d'*Armande*).

Armande a fonctionné avec 3 permanents : un directeur et deux commerciaux. Elle a également bénéficié des conseils artistiques ponctuels du créateur de l'association, M. Loul Combres, céramiste, représentant de l'Internationale de la Céramique à l'UNESCO.

3.3. Le tourisme

Il est très largement exprimé que, **pour servir le développement des métiers d'art à partir de son potentiel touristique, l'Ardèche doit faire évoluer une image** faite essentiellement de soleil, d'eau et d'activités sportives de pleine nature. Cette évolution va être possible à court terme avec l'ouverture en 2014 de l'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet, fer de lance d'une action publique d'envergure destinée à structurer, développer et promouvoir une offre de tourisme culturel.

Actuellement, le tourisme est une opportunité pour les seuls professionnels qui proposent de petits objets : céramique, bijoux, etc. Il n'en est pas une pour ceux qui visent la pièce unique et il tendrait plutôt à tirer les productions vers le bas. Il est néanmoins exprimé qu'il serait pertinent de conduire une action de sensibilisation des professionnels du tourisme : **la présence des ateliers et de leur offre d'accueil et d'objets doit être portée à la connaissance des OT, des hébergeurs et plus généralement de toute personne ayant une fonction de prescription ou d'information vis-à-vis des touristes.**

Ont été en particulier formulées les propositions suivantes :

- développer la fonction de vitrine des OT au bénéfice des ateliers situés dans leur environnement (sur l'exemple de l'OTI à Joyeuse et Valgorge) ;
- favoriser une meilleure connaissance des PMA par les propriétaires de chambres d'hôtes et de gîtes et par les caves vinicoles.

Le développement d'une « mise en tourisme » des ateliers suppose des aménagements et des comportements qui ne sont pas obligatoirement présents chez tous les professionnels des métiers d'art. Le PNR des Monts d'Ardèche témoigne à ce propos que les PMA ont besoin d'accompagnement et de conseil pour pouvoir mieux organiser l'accueil dans l'atelier, la visite, l'agencement, pour pouvoir développer un discours ou un argumentaire, etc. Une action de formation et/ou des conseils pourraient donc être proposés aux PMA, pour leur permettre de tirer le meilleur parti possible du tourisme (actuel et futur). De plus, des PMA volontaires pourraient être guidés pour adapter leur offre aux attentes de la clientèle touristique.

En matière de stages de découverte, il existe dans le territoire des initiatives individuelles éparses, qui correspondent à une demande du public et semblent lucratives. Les stages permettent de compenser la baisse des ventes d'objets dans nombre d'ateliers. Certainement faudrait-il mieux organiser l'offre, pour pouvoir mieux la valoriser. Le PNR est intéressé par cette perspective : il envisage de développer, structurer et qualifier une offre (par l'attribution de la « marque Parc »).

3.4. L'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet

L'Espace de Restitution de la Grotte Chauvet (ERGC) nécessite, compte-tenu de l'importance des enjeux et des perspectives de développement qui lui sont liés, une évocation spécifique. Les développements au sein du présent document sont néanmoins succincts car, comme indiqué en introduction, un volet de la mission d'accompagnement est dédié aux perspectives pour les PMA du Grand Projet Rhône-Alpes « Grotte Chauvet » et ce volet fera l'objet ultérieurement d'un compte-rendu.

Un point important à mettre en exergue ici est l'idée que la Grotte Chauvet ne peut qu'interpeller les professionnels des métiers d'art, car les œuvres qui y ont été découvertes révèlent **une maîtrise exceptionnelle de l'esthétique, des matériaux et des savoir-faire**. Un tel constat ne peut échapper à un PMA et doit le conduire à se sentir comme un héritier/ un descendant des « artistes de la Grotte Chauvet », d'autant que le Conseil Général envisage de mettre en place une stratégie de communication et de développement autour de la valorisation du lien entre artistes de la Grotte Chauvet et artistes contemporains. L'image pourrait en être l'axe thématique principal⁶.

Pour ce qui est plus précisément de l'ERGC, le cahier des charges de l'appel à candidatures pour la délégation de service public a été publié en juillet 2010 ; le délégataire sera connu au plus tard début 2011. Celui-ci aura obligation d'investir dans trois espaces commerciaux : billetterie, restauration et boutique. Le cahier des charges rend obligatoire l'approvisionnement (partiel) auprès des agriculteurs ardéchois pour le restaurant et pour la boutique. Bien qu'il n'y ait aucune obligation similaire en matière d'artisanat d'art, **les PMA doivent être encouragés à se fédérer au plus vite, afin d'être en mesure de proposer, sitôt le délégataire désigné, une initiative collective par rapport à la boutique** ; par exemple autour d'une collection d'objets dérivés ou inspirés de la Grotte Chauvet, à l'instar des objets étiquetés « produit localement » dans la boutique de *Lascaux 2* (Dordogne).

Sébastien Mathon, Chargé de mission du Grand Projet Rhône-Alpes Grotte Chauvet auprès du SYMPAM et Paul Savatier, Chargé de mission du volet territorial du Grand Projet Rhône-Alpes Grotte Chauvet, préconisent expressément aux PMA de mettre en place une démarche collective/ une démarche de filière, car les demandes individuelles auront moins de chance d'être entendues qu'une demande portée par un collectif de professionnels. Ce collectif pourra **être force de proposition vis-à-vis du délégataire pour la boutique de l'ERGC et vis-à-vis du Syndicat Mixte** pour d'autres équipements ou fonctions prévus au sein de l'ERGC, dont l'« espace régional » et les « espaces d'animation préhistoire ».

Le Conseil Général de l'Ardèche indique qu'il peut soutenir des groupements d'entreprises et cite comme exemple un collectif d'ateliers qui serait désireux de développer un partenariat économique avec le futur délégataire de l'ERGC.

⁶ Les métiers d'art pourront-ils trouver pleinement leur place à l'intérieur de cette thématique ?

Sébastien Mathon et Paul Savatier indiquent par ailleurs qu'au sein du Grand Projet Rhône-Alpes (GPRA), les métiers d'art seront d'autant plus considérés que les professionnels arriveront à **argumenter sur la plus-value économique et l'effet multiplicateur de l'ERGC** sur leur activité.

L'enjeu touristique du « volet territorial du GPRA », dont l'objectif général est de préparer le territoire à tirer le meilleur parti possible des retombées de l'ERGC, est d'adjoindre à l'image naturelle de l'Ardèche une image culturelle, qu'elle n'a pas aujourd'hui. A cet effet, seront mises en avant les richesses patrimoniales et artistiques de l'Ardèche, dont les ateliers d'artistes et d'artisans d'art, et il est attendu que les sites et les professionnels concernés développent accueil et médiation.

Face aux diverses perspectives rapidement évoquées ici, il est symptomatique de relever que **peu de professionnels des métiers d'art font part d'une réflexion et de propositions à l'égard de la Grotte Chauvet**, de son prochain Espace de Restitution et du GPRA. Globalement au cours des entretiens, nous avons relevé **une difficulté des PMA à envisager l'imminence et l'impact de l'ERGC et conséquemment à se projeter et à proposer**, individuellement ou collectivement. Les PMA espèrent évidemment des retombées, mais ils n'expriment pour l'instant (sauf exception) aucun projet en lien direct ou indirect avec la Grotte Chauvet. Ils sont dans l'expectative.

Un frein à l'appropriation de la Grotte Chauvet semble être une méconnaissance du patrimoine de la grotte et de sa portée universelle par les habitants et les PMA de l'Ardèche. Face à ce constat, il a été exprimé par plusieurs interlocuteurs l'intérêt de porter à la connaissance des créateurs ardéchois les œuvres découvertes dans la Grotte Chauvet, avec le concours et la médiation des scientifiques de la grotte, afin de favoriser une assimilation individuelle. *Trajectoires* est d'ailleurs en cours d'élaboration d'un projet autour de la sensibilisation et de l'appui à l'émergence et à la promotion de créations inspirées de la Grotte Chauvet.

Le Conseil Général mentionne cependant que **des PMA ont spontanément proposé des produits inspirés ou dérivés de la Grotte Chauvet**, dans l'espoir de les commercialiser dans la future boutique de l'ERGC. Parmi eux, nous rendrons compte dans le rapport relatif au troisième volet de notre mission de l'expérience de Thomas Joseph et Jean-Philippe Bouchet, qui ont conçu, réalisé et commercialisé une série de neuf gravures inspirées de l'art pariétal.

Enfin, il doit être indiqué que **des avis négatifs** ont été parfois relevés auprès des PMA. Sont exprimés principalement :

- la crainte des conséquences d'une trop forte fréquentation touristique dans le Sud Ardèche, sur l'identité, la qualité de vie, le prix du foncier et de l'immobilier, etc.
- le sentiment que seules les grandes entreprises internationales accéderont aux marchés de construction et d'aménagement des bâtiments et des espaces intérieurs de l'ERGC ;
- le sentiment que seuls les revendeurs auront accès aux espaces de vente.

4. La commercialisation, la promotion et la formation des professionnels des métiers d'art en Ardèche Méridionale

En plus des avis et propositions formulés au fil des développements précédents, d'autres informations recueillies au cours des entretiens nécessitent d'être rapportées. Elles portent sur des points peu ou pas évoqués spontanément par les acteurs (à l'exception notable des manifestations commerciales), mais s'avèrent intéressantes dans la perspective de la construction d'un plan de développement du secteur des métiers d'art.

Sont principalement concernées : la commercialisation (boutiques collectives, salons et autres manifestations commerciales, Internet), la promotion et la formation.

4.1. Les boutiques collectives

Aucun professionnel des métiers d'art n'a évoqué spontanément la question des boutiques, du fait certainement de l'absence de toute initiative significative de lieu de vente collectif dans l'Ardèche Méridionale. La pertinence d'un projet de boutique collective a néanmoins été abordée par le Parc Naturel Régional et par une Communauté de Communes.

Questionnés sur le sujet, les PMA indiquent que les contraintes d'un tel équipement seraient certainement supérieures aux avantages : permanences à organiser, cherté des loyers dans les lieux touristiques, etc. Il est néanmoins admis qu'une telle proposition pourrait constituer une réponse au besoin de commercialisation de ceux qui n'ont pas pignon sur rue où sont situés loin des flux de passage commerciaux et touristiques.

Il est exprimé par ailleurs par les PMA qu'une boutique collective ne doit pas banaliser, mais au contraire aider à différencier leurs objets. Elle devrait donc être **accompagnée d'une fonction culturelle**, permettant de valoriser les objets et les métiers d'art. Pourrait aussi être envisagé un espace combinant boutique (pour les petits objets) et galerie (pour les pièces à visée plus artistique).

Le Conseil Général de l'Ardèche indique qu'il pourrait soutenir un projet de boutique collective au titre de ses aides aux groupements d'entreprises.

4.2. Les salons, les manifestations commerciales

Les PMA manifestent leur intérêt pour la création d'un **salon de qualité et d'envergure au moins départementale**. Ils souhaitent qu'un tel projet soit porté par une collectivité ou par une association, dans un objectif de soutien au développement économique des métiers d'art ; cet objectif d'intérêt général devra se traduire notamment par des tarifs de stands « raisonnables ». Mais existe-t-il un potentiel de visiteurs et d'acheteurs en Ardèche ? Par ailleurs est émise l'idée d'un salon ou d'un marché itinérant, avec charte de qualité et actions pédagogiques pour faire connaître et comprendre l'objet, le savoir-faire, le prix,...

Trajectoires, à partir de son expérience du *Mai des Métiers d'Art*, aimerait voir se développer en Ardèche et ailleurs un nouveau type de manifestation, alternatif aux salons. Ceux-ci, avec leur organisation en stands, sont trop connotés « commercial » aux dires de *Trajectoires* : ils ne mettent pas suffisamment en valeur l'unicité de chaque pièce et donc banalisent les métiers d'art, au lieu de les distinguer.

Les PMA expriment qu'il existe **très peu de manifestations porteuses** et favorables à la commercialisation des objets métiers d'art en Ardèche Méridionale. Font exception :

- les manifestations organisées par *Trajectoires*, unanimement appréciées pour leur recherche d'excellence à tout niveau ; elles privilégient un objectif culturel qui ne les empêche pas de générer des retombées économiques ;
- *Blou'Art*, organisé par *Scarabée* et perçu comme un exemple à reproduire en d'autres lieux (à l'initiative d'autres collectifs) ;
- le marché nocturne d'artisanat d'art organisé l'été par la Ville de Ruoms (strictement réservé aux professionnels).

Pour le reste, les PMA dénoncent le fait que **les termes de « métiers d'art » et d'« artisanat d'art » soient galvaudés par beaucoup d'organisateur de manifestations**, qui présentent sous cet intitulé des PMA de tout niveau (confirmés et débutants), mais aussi des amateurs et des revendeurs (souvent importateurs)⁷. Ces manifestations (majoritairement estivales et d'initiative publique ou parapublique) « plombent » l'image des métiers d'art ; elles nuisent à l'image d'excellence, d'exigence et de qualité que les PMA ont besoin de promouvoir. Ce constat n'est évidemment pas propre à l'Ardèche Méridionale. Il est cependant attendu que la volonté d'intervention du SYMPAM s'accompagne d'une sensibilisation des organisateurs à la nécessité de ne pas tout mélanger et d'avoir un minimum d'exigence de professionnalité et de qualité. Il s'agirait donc de commencer par valoriser les métiers d'art (et leur exercice professionnel) auprès des organisateurs de manifestations, pour espérer qu'ils puissent les valoriser à leur tour auprès du public. Il s'agirait aussi de les convaincre d'inviter des PMA à siéger au sein de leur comité de sélection.

Les PMA qui commercialisent leurs productions sur les marchés hebdomadaires du Pays souhaitent attirer l'attention du SYMPAM sur leur problématique propre. Il leur est en effet demandé une présence à l'année, alors que leurs ventes sont saisonnières (été + fêtes de fin d'année). En cas de refus, les PMA prennent le risque de ne pas avoir d'emplacements l'été, car en saison le nombre de demandes de commerçants non sédentaires est supérieur au nombre d'emplacements. Les PMA concernés souhaitent par conséquent que le Pays (et/ou le PNR) sensibilise les élus et les placiers des Communes à leur problématique. Les agriculteurs bénéficiant d'une

⁷ Certains revendeurs arriveraient à tromper les organisateurs de manifestations réservées aux professionnels des métiers d'art en obtenant une inscription au Répertoire des Métiers.

dérogation du fait du caractère saisonnier de leur production, ne pourrait-il pas être accordé également une dérogation aux artisans d'art du territoire du fait du caractère saisonnier de leur commercialisation ? Ces derniers seraient toutefois prêts à « jouer le jeu » en s'engageant sur une présence pendant six mois de l'année.

Enfin, et dans un autre ordre d'idée, face à l'insuffisance de la demande sur place et à un tourisme qu'ils jugent plus quantitatif que qualitatif, des professionnels expriment qu'une politique de développement économique des métiers d'art doit viser également à **promouvoir et favoriser la commercialisation des PMA à l'extérieur du département**. Pourraient être envisagées à cet effet :

- des aides en faveur de la participation à des salons extérieurs, en général chers et (donc) risqués ; éventuellement, ces aides pourraient être réservées aux jeunes entreprises ; une autre piste serait de proposer une subvention à tous, pour une première participation à un salon, puis avec un taux dégressif sur deux ou trois années ;
- l'organisation de stands collectifs, le cas échéant autour d'une démarche thématique renouvelée d'année en année, à l'instar des « Tables Dressées ».

4.3. Internet

Internet a été peu évoqué spontanément au cours des entretiens. Quand des avis ont été émis, ils se sont avérés peu étayés généralement, par manque d'expérience et de référence. On peut en déduire **une sous-utilisation d'Internet** par les PMA du territoire.

Sur l'alternative à privilégier entre site collectif et site individuel, les discussions ont fait apparaître **une préférence pour la création de sites individuels** : il est exprimé qu'il faut du temps, de la compétence et des moyens (logiciel,...) pour mettre en place un site personnel de qualité et actualisé, qui puisse servir de vitrine, de catalogue, voire de boutique.

Plusieurs témoignages indiquent qu'un site Internet est utile pour permettre à des prospects, vus sur des salons ou contactés à distance, d'en savoir plus sur le travail d'un professionnel, sans avoir à se déplacer dans son atelier. D'où aussi l'importance d'un site et de photos qui soient d'un niveau « le plus professionnel » possible. Ceux qui ont un site qu'ils jugent satisfaisant expliquent qu'ils ont été aidés par une connaissance ayant un savoir-faire d'infographiste et/ou un équipement adéquat : le « système D » prédomine.

L'intérêt d'un site portail pour les métiers d'art de l'Ardèche Méridionale est discuté. Il est exprimé que :

- une telle initiative nécessite un maître d'ouvrage et un budget annuel pour son suivi et sa mise à jour (ce qui est perçu comme un frein) ;

- dans un premier temps, les métiers d'art pourraient être mieux valorisés *via* les (nombreux) sites institutionnels existants : OT, collectivités territoriales, PNR, etc.
- plusieurs groupements se sont dotés de sites portails : *D'Atelier en Atelier*, *Scarabée*, *Trajectoires* ; il y a aussi *Les Chemins de la Création* et *Panoram'Art*.

Cette multiplicité d'initiatives semble faire douter de la pertinence et de l'efficacité d'une promotion collective sur Internet. Il faudrait pour le moins chercher à créer des liens et des renvois entre sites.

Aucun professionnel n'a évoqué le projet de vitrine virtuelle⁸, qui sera mis en ligne fin novembre à l'initiative du SYMPAM.

4.4. La promotion

Les Chemins de la Création et *D'Atelier en Atelier* constituent deux actions très bien perçues, en particulier par les PMA, en raison de leur pertinence (elles donnent de la visibilité) et de leur qualité. Pour *Les Chemins de la Création* sont plus particulièrement mises en avant la qualité du fascicule et sa bonne diffusion ; pour *D'Atelier en Atelier*, le côté événementiel et l'édition d'une carte (facilitant le déplacement des visiteurs). Dans les deux cas, l'impression d'un support papier est appréciée.

Des critiques sont néanmoins émises :

- il est constaté que *Les Chemins de la Création* avaient un meilleur impact quand ils concernaient un territoire plus étroit ; d'un autre côté, les PMA situés hors Parc regrettent que le document ne couvre pas une zone plus large ; pour concilier ces deux points de vue, pourrait donc être envisagée la réalisation d'une pochette regroupant un ensemble de documents/ cartes portant chacun(e) sur un territoire restreint (celui d'une Communauté de Communes par exemple) et couvrant au total un territoire plus large que celui du Parc ;
- les professionnels isolés géographiquement signalent le faible impact de *D'Atelier en Atelier* à leur niveau (mais s'impliquent-ils tous suffisamment pour faire connaître l'ouverture de leur atelier et l'opération dans leur proche environnement ?).

⁸ La vitrine virtuelle mettra en valeur l'ensemble des activités commerciales et artisanales du Pays de l'Ardèche Méridionale. Deux conditions pour y figurer : être adhérent d'une association (le projet cherche aussi à favoriser la structuration du tissu économique) et actualiser soi-même sa page au moins une fois par trimestre.

A partir de la page d'accueil, on pourra atteindre les pages individuelles, soit par une entrée thématique (dont les métiers d'art *a priori*), soit par association. Chaque association bénéficiera ainsi d'un « site dans le site ».

Pour chaque page individuelle sont prévus : photos, vidéo, géolocalisation, ainsi que l'accès à diverses fonctionnalités (e-mailing, envoi de SMS en masse,...).

Le SYMPAM portera l'action pendant 18 mois, puis sera relayé par un groupement.

Il n'est pas prévu de e-commerce durant la période sous maîtrise d'ouvrage du SYMPAM (cela lui est interdit).

Le groupement qui prendra le relais du SYMPAM pourra par contre développer cette fonction, s'il le souhaite. Une participation annuelle de 10 € par professionnel devrait alors suffire pour pérenniser le fonctionnement du site.

4.5. La formation

La formation constitue un autre sujet peu souvent spontanément évoqué lors des entretiens. Les propositions recueillies sont en outre éparses.

Les institutions indiquent qu'il y aurait lieu de sensibiliser la Maison de l'Emploi et de la Formation de l'Ardèche Méridionale aux besoins en formation continue des PMA ; il s'agit de faire en sorte que les métiers d'art ne soient pas oubliés dans l'offre territoriale de formation. Il a aussi été exprimé que cet organisme, par son réseau de pôles (un par Communauté de Communes), pourrait être invité à participer à un futur réseau d'appui aux PMA.

Quelques représentants d'institutions constatent par ailleurs le besoin en scénographie des PMA. Ils suggèrent la mise en place d'une action de formation destinée à améliorer la scénographie de leurs lieux de vente (ateliers-boutiques) et de leurs stands.

Les PMA expriment pour leur part :

- des besoins en gestion, promotion, commercialisation ;
- la nécessité d'inciter les nouveaux professionnels à élever leur niveau de savoir-faire et de qualité ;
- l'intérêt d'un regard extérieur sur leur production et de conseils, qui pourraient venir d'un designer, d'un expert du marketing ou directement des consommateurs ;
- l'intérêt de la venue de très bons professionnels, extérieurs au territoire, à l'occasion de résidences ou de manifestations ponctuelles (expositions, rencontres,...), pour montrer l'excellence dans les métiers d'art au public comme aux PMA ardéchois.

Enfin, il doit être signalé la réflexion prospective de Raoul L'Herminier, Conseiller Général de Joyeuse, qui propose au territoire de porter **un projet de formation ambitieux et original**. Ce projet serait celui d'une licence ou d'un master professionnel liant trois dimensions et croisant trois ensembles de publics :

- les trois dimensions : l'esthétique, la technique/ la connaissance des matériaux, le savoir-faire,
- les trois publics : les artistes, les architectes, les artisans.

Raoul L'Herminier argue que la parfaite maîtrise de l'esthétique, des matériaux et des savoir-faire caractérise les artistes de la Grotte Chauvet. Il propose donc de concevoir une formation visant l'excellence dans ces trois dimensions et qui serait en parfaite adéquation avec le témoignage et l'image de la grotte. Il préconise en outre d'innover en adjoignant au lieu de formation un lieu d'application : par exemple, une société coopérative pourrait s'y spécialiser dans la conception et la fabrication de

séries d'objets de haut de gamme. Le lieu pourrait également accueillir des résidences, proposer des stages de découverte, etc. Les partenaires à mobiliser seraient : le Conseil Régional, la Cité du Design, les Compagnons, le CNAM, le Pôle Matériaux de L'Isle d'Abeau,...

4.6. Autres avis et propositions

Diverses informations situées à l'extérieur des champs thématiques précédents sont rapportées ici, dans un souci d'exhaustivité.

Le point principal concerne un sentiment assez souvent exprimé qu'il faudrait **doter le territoire d'une identité/ d'une image métiers d'art qu'il n'a pas, faute de tradition** attachée à un savoir-faire ou à un matériau local. Cette absence d'identité/ d'image dessert le territoire (moindre attractivité) et les professionnels (difficile visibilité). Il est à noter que l'opération « Tables dressées » est perçue comme une initiative exemplaire en matière de construction d'identité et d'image, qu'il serait pertinent de renouveler ou dont il faudrait s'inspirer.

Les PMA aimeraient aussi que les institutions perçoivent leur **attachement au territoire**, que cet attachement leur soit reconnu et qu'il puisse conduire les acteurs publics à davantage les estimer et s'intéresser à eux.

A été exprimé aussi le sentiment qu'il faudrait proposer des **actions à destination des résidents secondaires et des commerçants**. Les premiers parce qu'ils constituent un potentiel de clientèle, les seconds parce qu'ils sont au contact des habitants et des touristes. Mais les acteurs ont du mal à concevoir des projets, par méconnaissance des profils des résidents secondaires et (pour les deux publics) par absence ou méconnaissance d'opérations de référence (qui auraient pu être menées ailleurs et/ou par le passé).

Enfin, **les ébénistes font ressortir une problématique propre** : les consommateurs ne savent pas que des meubles sont fabriqués artisanalement au XXI^{ème} siècle (c'est-à-dire qu'il existe une alternative au standard/ à la série), qui plus est des meubles qui ne soient pas nécessairement des copies. Encouragés par l'émergence d'une demande pour des meubles personnalisés et « qui durent », les ébénistes de l'Ardèche Méridionale envisagent la possibilité de se regrouper pour réaliser une communication collective et organiser un salon spécialisé.

5. La structuration et la gouvernance

La question de la structuration des métiers d'art en Ardèche Méridionale doit être abordée doublement. Elle concerne en premier lieu les professionnels, qui doivent passer d'une expression individuelle de leurs attentes et besoins à une expression collective, pour pouvoir être entendus par les institutions. Mais la structuration concerne aussi les institutions, qui doivent chercher à harmoniser et à mettre en synergie leurs compétences et leurs initiatives, ainsi que proposer aux professionnels les modalités d'une gouvernance pertinente.

5.1. La structuration des professionnels

Le territoire de l'Ardèche Méridionale est caractérisé par une capacité des ateliers à se regrouper, qui est peu fréquemment observée ailleurs. C'est un atout qu'il conviendra de prendre en compte dans la définition du plan de développement économique des métiers d'art projeté par le SYMPAM.

Pour autant les PMA ne sont pas aujourd'hui en mesure de tenir un discours collectif et les institutions leur demandent instamment de s'organiser en ce sens. Les groupements actuels ont en effet davantage pour objet d'organiser des actions de promotion et de commercialisation collective que de représenter les ateliers auprès des partenaires du secteur. Or seule une expression collective sera crédible et entendue des collectivités et du futur délégataire de l'ERGC.

Trajectoires constitue certainement une association à considérer différemment des autres groupements. La création de cette association de PMA a en effet été encouragée par les Pouvoirs Publics, qui attendent d'elle une mise en réseau des professionnels et une capacité à représenter ceux-ci auprès des institutions, en particulier auprès du SYMPAM. Toutefois, les professionnels impliqués à la tête de *Trajectoires* ont souhaité, en plus de favoriser la rencontre et l'échange entre PMA et entre PMA et institutions, porter également des actions de promotion (de haut niveau) permettant la rencontre et l'échange avec le public. Son action s'est donc d'une certaine façon élargie et « banalisée » (ou du moins rapprochée de l'action « courante » des autres associations).

L'association *Trajectoires* a-t-elle vocation à être tête de réseau et unique (ou principal) interlocuteur de l'ensemble des collectivités et institutions ? Les PMA répondent majoritairement à cette question que *Trajectoires* n'a pas de légitimité ou de prééminence particulière ; c'est une association parmi d'autres. Même si il lui est reconnu une action et un rayonnement supérieurs aux autres groupements, tous les PMA ne se reconnaissent pas pleinement dans son action et dans son discours (y compris parmi les adhérents, qui sont en général adhérents d'autres collectifs également).

Par conséquent, contrairement à la représentation que semblent en avoir quelques acteurs institutionnels, *Trajectoires* ne peut être considéré comme le représentant exclusif (ou principal) du milieu professionnel. Il faut donc attacher de l'intérêt à la suggestion quelquefois émise d'une fédération des associations de PMA à l'échelle du Pays (dont *Trajectoires* serait simplement un membre, aux côtés des autres associations) ou encore d'un conseil des métiers d'art (dont l'avis pourrait être sollicité par le SYMPAM pour toute question ayant trait aux métiers d'art et au sein duquel siègeraient les représentants des associations, mais aussi des galeries et des boutiques, des consommateurs, etc.).

En tout état de cause, il est très largement souhaité que des « ponts » soient établis entre les différents groupements du territoire, notamment autour de préoccupations très concrètes, comme la mise en commun de fichiers de personnes à inviter à toute manifestation liée aux métiers d'art.

Par ailleurs, il doit être rappelé que les professionnels de la Communauté de Communes du Rhône aux Gorges de l'Ardèche (DRAGA) ne se sentent pas intégrés dans les démarches associatives et institutionnelles du Pays. Ils ont le sentiment d'un éloignement du SYMPAM et des groupements de professionnels de l'Ardèche Méridionale. A l'initiative d'Eric Stambirovski, sculpteur sur pierre, une association devrait être constituée entre une vingtaine de professionnels de ce territoire. Elle devrait être opérationnelle pour les Journées (nationales) des Métiers d'Art 2011. Ses objectifs seront : la promotion et la défense des intérêts des PMA de la Communauté de Communes DRAGA. Il est projeté la création d'une plaquette collective destinée à donner de la visibilité aux ateliers à l'échelle de l'intercommunalité (puisque le territoire est situé à l'extérieur de la zone concernée par *Les Chemins de la Création*). Ce collectif souhaite en outre exprimer l'idée qu'il faut interdire l'accès des amateurs aux manifestations soutenues par des acteurs publics.

Enfin, s'il a été quelquefois exprimé la nécessité de développer, par des actions de formation, la compétence des responsables bénévoles des groupements, la question des salariés et des personnes ressources (au SYMPAM, à *Pépit'Art*, à *Trajectoires*, etc.) n'a jamais été véritablement évoquée par les acteurs. Il s'agit pourtant d'un point fondamental.

5.2. La structuration des institutions et la gouvernance

Le territoire de l'Ardèche Méridionale est caractérisé par une volonté d'intervention en faveur des métiers d'art de la part de deux structures dont les territoires se chevauchent partiellement : le Syndicat Mixte du Pays de l'Ardèche Méridionale (SYMPAM) et le Parc Naturel Régional (PNR) des Monts d'Ardèche. La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de l'Ardèche semble par contre peu encline à conduire une action propre à ce secteur.

Le PNR des Monts d'Ardèche œuvre depuis 2003 pour la mise en réseau et la structuration des ateliers, pour leur intégration dans la vie culturelle, économique et sociale et pour leur promotion. A l'avenir, les métiers d'art figureront toujours parmi les filières prioritaires du Parc ; ils seront inscrits dans sa prochaine charte de développement. Par conséquent, il est indispensable de :

- chercher à établir des complémentarités et des synergies entre le Pays et le Parc ;
- veiller à ne pas soumettre aux financeurs (notamment à la Région) des projets identiques ou redondants ;
- actualiser la convention d'articulation passée entre le SYMPAM et le PNR.

Dans la perspective d'un partenariat et d'une complémentarité d'action entre Pays et Parc, il peut être indiqué notamment que le PNR des Monts d'Ardèche envisage de poursuivre son soutien aux *Chemins de la Création* et au *Mai des Métiers d'Art*. Le premier point au moins nécessitera une discussion entre le Pays et le Parc : les ateliers du Pays situés hors Parc souhaitent explicitement pouvoir être intégrés dans *Les Chemins de la Création* ou bénéficier d'un document similaire à une autre échelle territoriale. Le PNR exprime en outre que le Parc, le Pays et *Trajectoires* devraient construire ensemble un projet de valorisation des métiers d'art dans le cadre du volet territorial du Grand Projet Rhône-Alpes « Grotte Chauvet ».

En matière de gouvernance, le PNR propose de réfléchir à une structure pouvant fédérer institutions et groupements à l'échelle géographique la plus large possible. Cette structure pourrait être de type associatif dans un premier temps et préfigurer une SCIC.

Au-delà de la question incontournable d'une articulation à trouver avec le PNR des Monts d'Ardèche, le SYMPAM aura très vraisemblablement nécessité de rechercher des complémentarités et des synergies avec **le Pays de l'Ardèche Verte** et plus largement avec toute structure institutionnelle susceptible de porter des projets en faveur des métiers d'art ailleurs dans le département ; il faudra en particulier prendre l'attache de **la Chambre de Métiers et de l'Artisanat** pour connaître ses éventuels projets.

De plus, la question de la structuration pose **le problème de la maîtrise d'ouvrage et de la maîtrise d'œuvre des projets** du futur plan de développement économique des métiers d'art de l'Ardèche Méridionale. Le SYMPAM, les collectivités qui la composent et les associations de PMA ne seront en effet pas nécessairement les porteurs idoines pour chacun des projets de ce programme d'action. Certains enjeux concernent en effet un territoire plus large que celui de l'Ardèche Méridionale. D'autres fois, enjeux et priorités, voire actions, sont déjà pris en compte par le PNR des Monts d'Ardèche.

Enfin, la question de la structuration amène à poser la question des ressources humaines. Il nous semble indéniable à l'issue de la phase d'entretiens que **le soutien au développement des métiers d'art en Ardèche Méridionale ne peut se concevoir sans la désignation d'un référent, d'une personne, d'un lieu ou d'un organisme ressources.** Cette « ressource » devra être apte à : répondre aux questions individuelles, accompagner individuellement (choix d'un statut, montage d'un dossier de demande de subvention, repérage de marchés, salons, concours,...) et collectivement (appui technique aux projets des associations), animer le réseau des métiers d'art de l'Ardèche Méridionale, réunir et diffuser l'information, etc. Aujourd'hui, les PMA ne savent pas à qui s'adresser. Certains ont identifié un agent de développement ou un confrère/une consœur situé dans leur environnement proche et qu'ils interrogent directement. Mais la grande majorité des PMA dit ne pas savoir à qui s'adresser (d'autant que la Chambre de Métiers et de l'Artisanat n'a pas cherché à développer une compétence spécifique) et il est jugé dommageable que chaque nouvel arrivant refasse les mêmes recherches individuelles, jusqu'à tomber sur la personne ressources ou le groupement qui lui permettra d'accéder à des informations, des réseaux,...

La personne ou l'organisme ressources aura aussi à faire prendre en compte les métiers d'art par les institutions (Communauté de Communes, etc.), les organismes (Maison de l'Emploi et de la Formation, *Fibois*,...) et les autres réseaux existants (agriculteurs, acteurs du tourisme,...).

Face à l'ampleur et à la variété des tâches, une personne seule ne semble *a priori* pouvoir suffire. Il faudra certainement une équipe ou une personne qui pourra prendre appui sur un ensemble d'institutions et d'organismes (Communautés de Communes, pôles de la Maison de l'Emploi et de la Formation, etc.) que les élus du Pays de l'Ardèche Méridionale devront mobiliser en vue de la constitution d'un réseau opérationnel et de proximité, au bénéfice de tout PMA ayant un besoin ou un projet et où que se situe son atelier.