

## **Métiers d'Art et Innovation**

Comme l'indique le rapport « *Pour une nouvelle vision de l'innovation* » remis le 30 avril dernier à Mme Christine Lagarde, ministre de l'Économie, de l'industrie et de l'emploi, par M. Pascal Morand et Mme Delphine Manceau, l'innovation, qui est la clef du développement économique, doit être élargie et repensée en France. Ce rapport souligne en effet que les discours publics portant sur l'innovation sont souvent centrés sur la R&D et l'innovation technologique et sont donc en décalage avec les pratiques des entreprises, pour lesquelles l'innovation intègre aussi les usages, les modèles économiques, le design et le marketing.

Précisément, dans le secteur des métiers d'art, face aux difficultés conjoncturelles et structurelles dont souffrent les professionnels (atomisation, isolement, absence de réseaux de commercialisation structurée, difficulté à se mettre en phase avec la demande, demande insuffisante / méconnaissance du public,...), **l'innovation doit être protéiforme.**

L'innovation étant néanmoins **une notion relative** (ce qui est un nouveau pour l'un peut relever d'une pratique largement banalisée pour un autre), précisons d'emblée que la création d'un pôle métiers d'art est en soi une innovation pour un nombre important de collectivités qui, partout en France, cherchent à s'inspirer des réussites de villes labellisées VMA pour, à leur tour proposer un environnement économique et culturel favorable à un regroupement d'ateliers ; regroupement qui offre une réponse pertinente aux difficultés précédemment mentionnées (le regroupement donne en effet de la visibilité auprès des consommateurs, permet de sortir de l'isolement, favorise les échanges entre professionnels, permet d'accéder à de l'information, etc.).

Ces dernières semaines, avec un autre consultant, M. Olivier Contant, nous avons cherché à **identifier et classer les multiples facettes de l'innovation dans les métiers d'art**, afin d'en déduire des pistes pour l'accompagnement individuel et collectif des professionnels des métiers d'art. Ce travail est un point de départ, qui pourrait être utilement complété à l'occasion d'un atelier technique, avec l'apport des élus et techniciens du réseau VMA. Un des résultats de ce travail pourrait être alors de faire émerger les modalités de démarches d'innovation mutualisées à l'échelle des territoires.

Revenons à l'innovation. Celle-ci peut être envisagée du point de vue de l'objet sur lequel elle porte. On distingue alors généralement : l'innovation d'offre, l'innovation de processus et l'innovation de modèle économique (la moins connue certainement, qui consiste à redéfinir les sources de revenus de l'entreprise et leur part respective).

Pour les métiers d'art, **l'innovation d'offre** est pour l'essentiel à rechercher dans le design et la créativité. De nombreux témoignages indiquent l'existence d'une tendance favorable à l'alliance de la tradition et de la création : l'idée du designer crée de la valeur ajoutée et la référence à un savoir-faire, à une tradition, à une histoire ou à un territoire crée aussi de la valeur ajoutée. C'est donc la conjonction des deux qui permet de viser les seuls positionnements viables pour les métiers d'art : le haut de gamme, la pièce unique ou la série limitée.

Des exemples (parfois anciens) d'initiatives de villes labellisées VMA peuvent être cités : les résidences de designers de Desvres, Vallauris ou Nontron, le programme *Avantcraft* à Niort, le projet de pôle de création design de Desvres, etc.

Plus prosaïquement, face à la préoccupation la plus souvent exprimée par les professionnels des métiers d'art : la commercialisation, le design peut être mobilisé pour aider les entreprises à se rapprocher du marché, en les amenant à s'interroger sur le couple produit/marché. Le designer peut en effet apporter aux entreprises de métiers d'art des ressources sur la fonctionnalité et l'utilité de l'objet, mais aussi des informations sur les tendances et les attentes des consommateurs.

Par ailleurs, le design peut aider à intégrer expressément les enjeux du développement durable dans la réflexion attachée à la conception des produits, en vue de répondre à une demande émergente, mais croissante, en faveur de produits socialement et environnementalement responsables.

**L'innovation de processus** est quant à elle davantage multiforme. Elle concerne l'utilisation de nouveaux matériaux et de nouveaux procédés : citons par exemple le recours au laser et aux matériaux composites, notamment dans la restauration du patrimoine, la conception et la fabrication assistées par ordinateur (CFAO) ou encore la rareté de certains matériaux ou la nocivité de techniques qui conduisent des métiers d'art à révolutionner leurs pratiques.

Mais l'innovation processus concerne aussi la commercialisation, et doivent être mises en exergue à cet égard des innovations à l'œuvre depuis peu :

- d'une part, *Ateliers d'Art de France* et la *Fédération Nationale des Ateliers d'Art* testent séparément des concepts novateurs de boutiques collectives, avec l'ambition de voir ces concepts se propager à travers des réseaux qui associeraient collectivités territoriales et groupements de professionnels ;
- d'autre part, la vente en ligne, adaptée pour une partie des métiers, matériaux et productions, est aujourd'hui largement sous-utilisée : des expériences pilotes, désormais davantage individuelles que collectives, mériteraient d'être accompagnées et évaluées, avec l'objectif de les dupliquer pour pouvoir les diffuser auprès d'un nombre plus important d'ateliers.

Enfin, **l'innovation de modèle économique** me paraît peu perçue dans les métiers d'art, peu prise en compte par les professionnels comme par les institutions. Pourtant, un mouvement de tertiairisation des métiers d'art est en route, me semble-t-il, avec le développement de l'offre de stages de découverte, poussé par le formidable essor des loisirs créatifs. En outre, la vente de prestations de visites guidées d'ateliers est de plus en plus fréquente et il pourrait certainement être fait appel plus systématiquement à la référence québécoise des économusées.

Mais force est de constater qu'aujourd'hui le recours formel au design ou à l'innovation de processus est exceptionnel et ponctuel. L'innovation dans les métiers d'art est mise en œuvre de façon isolée, non systématique.

Une étude récente que j'ai eu la chance de conduire pour la Communauté de Communes du Pays de la Faïence de Desvres m'a convaincu de l'importance de **sensibiliser les professionnels des métiers d'art à l'innovation**. C'est clairement un préalable à toute volonté publique d'accompagnement à l'innovation. Il est indispensable en effet de convaincre les professionnels que l'innovation est accessible aussi à la TPE, qu'elle est protéiforme et qu'elle utilise des méthodes éprouvées aux résultats reproductibles. Cela suppose de multiplier les actions de sensibilisation et les rencontres (conférences, colloques, petits déjeuners, etc.) au cours desquelles des entreprises de toute taille et de tout métier peuvent directement témoigner devant d'autres professionnels des méthodes qu'elles ont utilisées et des résultats qu'elles ont obtenus. Au cours de ces rencontres, doivent être mis en avant aussi les moyens disponibles pour les diverses formes d'innovation : pôles d'innovation, centres de transferts de technologie, centres de ressources divers, aides financières, etc.

Ensuite, et ensuite seulement, **la stimulation de l'innovation par l'intermédiaire de démarches individuelles ou collectives** sera pleinement pertinente. On pourrait alors imaginer que les villes du réseau VMA favorisent le regroupement de professionnels autour de démarches débutant par une phase de sensibilisation puis de diagnostics individuels, et pouvant aller jusqu'au partage d'informations, de moyens ou de compétences auxquels ils ne pourraient avoir accès isolément. Cette perspective est particulièrement envisageable auprès de villes qui ont déjà elles même fait preuve d'innovation en faveur des métiers d'art, par exemple en structurant leur démarche sous forme de SPL ou de cluster, en créant des pépinières d'entreprises ou des incubateurs dédiés aux seuls métiers d'art ou encore en se dotant de centres de ressources et de maisons des métiers d'art orientés sur l'accompagnement individuel, l'information et le conseil aux artisans d'art. Toutes ces réalisations servent déjà, ou pourraient facilement servir de supports à des actions mutualisées allant du design à la veille et à la collecte d'informations sur l'environnement des métiers d'art, en passant notamment par l'innovation organisationnelle, l'innovation technologique et bien sûr la mise en œuvre d'actions collectives de commercialisation : boutique collective, commercialisation en ligne, promotion mutualisée auprès de prescripteurs, participation collective à des salons, etc.

Bref, le thème de l'innovation dans les métiers d'art est (évidemment !) éminemment stratégique et large, et il est possible pour vos villes de participer, selon diverses modalités, à l'accompagnement à l'innovation et d'échanger utilement sur vos pratiques. Mais avant toute chose, il importe de sensibiliser les professionnels des métiers d'art aux enjeux de l'innovation, en prenant bien garde de démythifier et de dédramatiser le concept même d'innovation. Ensuite, auprès du réseau VMA et de ses partenaires (l'Institut Supérieur des Métiers et le réseau des pôles d'innovation de l'artisanat, les Ateliers d'Art de France, le VIA, la SEMA, etc.), il sera certainement possible de trouver appuis techniques et personnes ressources en faveur du transfert de démarches pertinentes et de bonnes pratiques. Et le cas échéant, vous pourrez faire appel à des consultants pour vous accompagner !

Je vous remercie de votre attention.