



Métiers d'Art Et Développement Local

*Chambre d'Agriculture, de Commerce, d'Industrie, des Métiers et  
de l'Artisanat (CACIMA) de Saint-Pierre et Miquelon*

**DIAGNOSTIC INITIAL  
ET DEFINITION DE PISTES DE DEVELOPPEMENT POSSIBLE  
POUR LA STRUCTURATION DE L'ARTISANAT D'ART  
A SAINT-PIERRE ET MIQUELON**

**RAPPORT D'ETUDE**

**Septembre 2009**

Jean-Michel KOSIANSKI

1210, route de Grézac le Haut - 34700 Lodève

Tél. & Fax : 04 67 88 60 97 - Portable : 06 18 05 47 41

Courriel : [dexteris@orange.fr](mailto:dexteris@orange.fr)

Internet : [www.dexteris-consultant.com](http://www.dexteris-consultant.com)

SIRET : 47808219100014 - URSSAF : 340000003622908006 - TVA : FR26478082191

## SOMMAIRE

### CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ETUDE

1. La recherche de pistes pour un développement économique endogène de l'Archipel *page 4*
2. Trois tentatives récentes de structuration de l'artisanat d'art *page 5*
3. Les métiers d'art à Saint-Pierre et Miquelon : la reconnaissance d'une potentialité économique dont les facteurs de structuration restent à identifier *page 5*
4. Les objectifs de l'étude : d'un diagnostic à la définition de pistes de développement *page 6*

### DIAGNOSTIC

*page 7*

1. Préambule : les métiers d'art et le développement local
  - 1.1 *Les métiers d'art* *page 8*
  - 1.2 *Le développement local* *page 10*
2. Le tourisme à Saint-Pierre et Miquelon
  - 2.1 *Un tourisme à l'état de potentialité* *page 12*
  - 2.2 *Des synergies possibles entre tourisme et métiers d'art* *page 14*
3. Les métiers d'art à Saint-Pierre et Miquelon
  - 3.1 *L'absence de savoir-faire artisanaux traditionnels* *page 15*
  - 3.2 *Peu de professionnels, beaucoup d'amateurs* *page 16*
  - 3.3 *Une problématique propre à Saint-Pierre et Miquelon* *page 18*
4. Les potentialités et les faiblesses des métiers d'art de Saint-Pierre et Miquelon *page 19*

### PROPOSITIONS

1. Les enjeux *page 23*
2. Les bénéficiaires *page 24*
3. Un programme d'actions pluriannuel *page 24*

<b>4. Sensibiliser aux métiers d'art</b>	page 26
4.1 <i>Des journées d'information sur les métiers d'art et les formations</i>	page 27
4.2 <i>Une exposition annuelle</i>	page 28
4.3 <i>Une rencontre annuelle avec un professionnel de haut niveau</i>	page 28
4.4 <i>Une valorisation de l'artisanat traditionnel dans les musées</i>	page 29
4.5 <i>Un développement des loisirs créatifs</i>	page 29
<b>5. Accompagner les porteurs de projets et les professionnels</b>	page 30
5.1 <i>La formation initiale</i>	page 31
5.2 <i>Le perfectionnement</i>	page 31
5.3 <i>Un dispositif accompagnement à la création et au développement         d'entreprises métiers d'art</i>	page 32
5.4 <i>Des aides à l'investissement</i>	page 34
5.5 <i>La création d'une ligne de produits porteurs de l'identité de l'Archipel</i>	page 35
5.6 <i>La commande publique</i>	page 36
5.7 <i>Les Prix SEMA</i>	page 36
<b>6. Valoriser les métiers d'art de l'Archipel</b>	page 37
6.1 <i>Des instruments de promotion collective</i>	page 37
6.2 <i>La labellisation des démarches exemplaires</i>	page 38
6.3 <i>Un pôle métiers d'art</i>	page 39

## CONTEXTE ET OBJECTIFS DE L'ETUDE

### **1. La recherche de pistes pour un développement économique endogène de l'Archipel**

L'Archipel de Saint-Pierre et Miquelon est le seul territoire français en Amérique du Nord. L'économie s'y est construite et développée autour de la pêche, mais les difficultés successives rencontrées par cette mono activité ont plongé ce territoire dans autant de périodes de crise.

Le moratoire de 1992 sur la pêche à la morue, qui a provoqué un arrêt brutal de la grande pêche, oblige l'Archipel à rechercher d'autres voies de développement économique. Ces voies ont jusqu'ici été de nature exogène principalement (ou pour le moins dépendantes de décisions prises à l'extérieur du territoire), avec le recours à l'investissement public : marchés publics et autres travaux de même nature (aéroport, hôpital, bâtiments administratifs,...). Dans le futur, elles pourraient être davantage de nature endogène, à partir de la valorisation de ressources peu ou pas exploitées. Ainsi, l'aquaculture et le tourisme sont régulièrement évoqués comme des voies de diversification économique possibles pour l'Archipel.

La culture et les métiers d'art pourraient venir enrichir la piste du développement touristique. En matière culturelle :

- le Musée de l'Arche, qui dépend de la Collectivité Territoriale de Saint-Pierre et Miquelon, présente des collections permanentes et des expositions temporaires évoquant les thèmes majeurs de l'histoire et de l'identité de l'Archipel,
- plusieurs lieux de mémoire, comme par exemple le Musée Héritage, ont été réhabilités ou construits à partir d'initiatives privées ; malgré leur fragilité, ils permettent de témoigner aussi de l'histoire, des origines de la population de l'Archipel, de ses traditions et de son mode de vie autour de la pêche.

## **2. Trois tentatives récentes de structuration de l'artisanat d'art**

La Chambre d'Agriculture, de Commerce, d'Industrie, de Métiers et de l'Artisanat (CACIMA) de Saint-Pierre et Miquelon a pris trois initiatives au cours des quinze dernières années, afin de faire la démonstration que l'artisanat d'art pouvait constituer une activité professionnelle et un secteur économique à part entière dans l'Archipel :

- dans la première moitié des années 90, en accompagnement des initiatives culturelles précitées, la CACIMA (alors nommée Chambre de Commerce, d'Industrie et de Métiers, ou CCIM) a organisé des formations de courte durée, autour du travail du bois, du cuir et du verre ; ces stages ont connu un grand succès, mais aucun bénéficiaire n'a souhaité entrer dans une logique d'entreprise et s'investir régulièrement : la fabrication d'objets n'est restée qu'une activité de loisirs ; durant cette période, la CCIM a toutefois accompagné aussi la création d'un atelier de transformation de cuir de morue, toujours en activité ;
- au début des années 2000, suite à l'étude de faisabilité d'un projet intitulé « Un luthier à Saint-Pierre et Miquelon », la CCIM s'est engagée dans une nouvelle stratégie en mettant en place un programme en quatre points : détection, sélection, formation et accompagnement à l'installation et à la commercialisation ; aucun bénéficiaire de cette action n'a pu ou souhaité pérenniser une activité de lutherie, du moins à titre professionnel ;
- puis il a été envisagé en 2002 un projet sur le thème des arts du feu, avec l'appui technique du CERFAV (pôle national d'innovation pour les arts verriers) ; cependant, à cause d'un pilotage défectueux, ce projet n'a pu être développé correctement.

## **3. Les métiers d'art à Saint-Pierre et Miquelon : la reconnaissance d'une potentialité économique dont les facteurs de structuration restent à identifier**

La CACIMA a retiré des expériences passées un ensemble d'enseignements pour le futur. En particulier :

- la nécessité de privilégier des activités de qualité, présentant un potentiel élevé de valeur ajoutée et pouvant avoir un effet d'entraînement en termes de développement économique et touristique ;
- la nécessité de procéder à une sélection rigoureuse des bénéficiaires pour toute nouvelle action visant à encourager un exercice professionnel des métiers d'art.

En tenant compte des résultats et des enseignements des premières tentatives de développement de l'artisanat d'art dans l'Archipel et dans une optique affirmée de développement local, la CACIMA souhaite engager aujourd'hui une action de structuration des métiers d'art. Plus précisément, elle a proposé pour la thématique I (relative à la diversification économique) du Contrat de Développement Etat – Collectivité Territoriale (CDECT) 2007-2013 une fiche action pour les métiers d'art s'inscrivant à l'intérieur des enjeux de cette thématique : « *le programme d'appui à la diversification économique a pour objectif principal de mettre en place les conditions nécessaires au développement de l'ensemble des secteurs et notamment de filières considérées jusqu'ici comme mineures en matière de retombées économiques, tout en inscrivant les projets d'investissement dans une dimension de développement durable* »<sup>1</sup>.

Pour guider l'ensemble des acteurs concernés, en avril 2009, la CACIMA a confié à Dexteris Consultant la réalisation d'une étude qui, selon les termes de son cahier des charges, devra :

- permettre de « *poser une vision globale* », laquelle constituera « *la feuille de route que les différents acteurs locaux impliqués devront s'approprier pour certains, valider pour d'autres* »,
- « *être une ouverture, une motivation à mettre en œuvre plus qu'un constat statique et généraliste* ».

#### **4. Les objectifs de l'étude : d'un diagnostic à la définition de pistes de développement**

Considérant que la création d'activités économiques dans le secteur des métiers d'art, comme dans d'autres, nécessite d'être accompagnée pour assurer développement et durabilité, considérant que la structuration professionnelle d'un pôle métiers d'art, composé d'entreprises ou de porteurs de projet volontaires et organisés, est l'une des voies possible de structuration de l'artisanat d'art à Saint-Pierre et Miquelon, la CACIMA a passé commande à Dexteris Consultant d'une étude visant :

- d'une part, la réalisation d'un diagnostic initial,
- d'autre part, la définition de pistes de développement possible pour la structuration de l'artisanat d'art à Saint-Pierre et Miquelon.

Plus précisément, cette étude doit proposer une vision globale des métiers d'art à Saint-Pierre et Miquelon, avec :

- un diagnostic permettant de faire un état des lieux et d'identifier les potentialités et les faiblesses de ce secteur dans l'Archipel ;
- la formulation argumentée d'enjeux pour le développement et la structuration d'activités d'artisanat d'art présentant un potentiel économique ;
- un scénario décliné en un ensemble de propositions (actions et méthodes) destinées à guider les acteurs (publics et privés).

---

<sup>1</sup> CDECT 2007- 2013, Diversification économique.

## DIAGNOSTIC

Le présent diagnostic se fonde pour l'essentiel sur les informations recueillies auprès de 20 acteurs publics et privés rencontrés entre le 11 et le 17 avril 2009. Par ordre alphabétique :

- Claude ANIEL, Menuisier-ébéniste et luthier,
- Stéphane ARTANO, Président du Conseil Territorial de Saint-Pierre et Miquelon,
- Rosiane ARTUR de LIZARRAGA, Conservatrice du Musée de l'Arche,
- Isabelle BONNET, Pôle Emploi,
- Brigitte et Roland CHATEL, Commerçants et responsables bénévoles du Musée Héritage,
- Karine CLAIREAUX, Maire de Saint-Pierre,
- David CORMIER, Ferronnier,
- Bernard DETCHEVERRY, Fabricant amateur de bijoux en pierres des îles,
- Christine FLEURENCE, Directrice Générale du Comité Régional du Tourisme de Saint-Pierre et Miquelon,
- Jean-Claude GIRARDIN, Artiste peintre,
- Michel LE CARDUNER, Secrétaire du Carrefour Culturel Saint-Pierrais,
- Joëlle LEMAINÉ, Présidente de l'Association des Artisans de Miquelon,
- Françoise LETOURNEL, Première Vice-Présidente du Conseil Territorial de Saint-Pierre et Miquelon,
- Bernard LLINARES, Directeur de la Chambre d'Agriculture, de Commerce, d'Industrie, des Métiers et de l'Artisanats de Saint-Pierre et Miquelon,
- Michel LLORCA, Galeriste,
- Pierre N'GUYEN, Directeur du Travail et de l'Emploi,
- Isabelle et Thierry RUEL, Artisans d'art et commerçants,
- Pierre SALOMON, Ancien luthier.

Des documents ont également été mis à notre disposition par la CACIMA :

- *Formation : construire et valoriser le produit touristique*, janvier 2009, Protourisme,
- *Mise en place d'un Pôle d'Economie du Patrimoine à Saint-Pierre et Miquelon*, document non daté, document de réflexion de la Chambre de Commerce, d'Industrie et de Métiers de Saint-Pierre et Miquelon,
- *Pour un développement touristique de Saint-Pierre et Miquelon*, juillet 2006, Magali Ferrand, SODEPAR.

Lors de notre séjour à Saint-Pierre et Miquelon, et par une recherche documentaire effectuée sur Internet, il nous a été donné d'accéder à divers autres documents. En particulier :

- *Annuaire des artistes de Saint-Pierre et Miquelon*, 2006, Arts'chipel,
- *En direct de votre Collectivité*, mars 2009, lettre d'information du Conseil Territorial de Saint-Pierre et Miquelon, n°2,
- *L'Artisanat à Saint-Pierre et Miquelon*, 2005, Artisans Réunis de l'Archipel,
- *Saint-Pierre-et-Miquelon et le Canada atlantique : stratégie pour une coopération profitable et durable*, mars 2007, rapport de mission de Denis Detcheverry, Sénateur de Saint-Pierre-et-Miquelon,
- *Terre insolite !*, guide touristique 2004.

L'ensemble des informations réunies a permis de réaliser un diagnostic structuré en trois chapitres :

- le tourisme à Saint-Pierre et Miquelon,
- les métiers d'art à Saint-Pierre et Miquelon,
- les potentialités et les faiblesses des métiers d'art de Saint-Pierre et Miquelon.

Ce diagnostic permettra la formulation d'enjeux, puis de propositions dans la partie suivante du rapport. Néanmoins, un certain nombre d'informations préalables sur les métiers d'art et le développement local nous paraissent utiles à rapporter en préambule, car il nous importe de mentionner d'emblée que la volonté du territoire de structurer son artisanat d'art nous semble contrainte aujourd'hui par :

- une référence insuffisante à l'excellence des savoir-faire, quand on y parle de métiers d'art,
- une référence insuffisante à l'identité et à la culture du territoire, quand on y évoque le développement local.

## **1. Préambule : les métiers d'art et le développement local**

### **1.1 Les métiers d'art**

Le secteur des métiers d'art concerne plus de 200 métiers, issus de savoir-faire le plus souvent séculaires, assimilables à un patrimoine vivant et immatériel. D'après une récente étude du Ministère chargé de l'artisanat<sup>2</sup>, il existe 38 100 entreprises de métiers d'art en France. Elles emploient 102 700 personnes et réalisent un chiffre d'affaires de 7,8 milliards d'euros.

---

<sup>2</sup> Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi, 2008, « Les métiers d'art », *PME/TPE en bref*, Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales, n°33, mai.



Il n'existe pas de définition officielle des métiers d'art, pas même de définition satisfaisante « (...) eu égard à l'impossibilité de dégager des critères convenables pour suppléer ce qu'a d'ambigu, à jamais, la notion d'art »<sup>3</sup>. La SEMA fournit toutefois la définition suivante du « professionnel métier d'art » : « un professionnel dont le métier nécessite la maîtrise d'un savoir-faire, de techniques et d'outils traditionnels mais aussi innovants dans le but de créer, transformer, restaurer ou conserver, seul ou en équipe sous sa responsabilité, des objets d'art, utilitaires et décoratifs produits en petite série ». D'après le Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi, « le professionnel des métiers d'art et de création est celui qui, avec une compétence technique certaine dans le traitement d'une ou plusieurs matières, crée et fabrique, seul ou en équipe, un petit nombre d'objets appréciés à la fois pour leur utilité et leur beauté ». Deux critères permettent donc d'appréhender un métier d'art :

- un savoir-faire manuel d'excellence, appliqué à un matériau et issu de pratiques traditionnelles dont la maîtrise exige en général un long temps d'apprentissage ;
- un objet utilitaire (éventuellement une prestation) à fort contenu esthétique, unique ou produit en petite série.

Le Ministère chargé de l'Artisanat a publié par arrêté, au JO du 27 décembre 2003, la « liste des métiers de l'artisanat d'art ». Pour la première fois, une liste officielle comprenant 238 métiers permet de circonscrire le secteur des métiers d'art. Les métiers d'art y sont classés en 19 domaines, définis selon :

- le matériau : bois, cuir, métal, pierre, terre, textile et verre ;
- ou l'activité : art floral, arts du spectacle, arts et traditions populaires, arts graphiques, arts mécaniques - jeux - jouets, bijouterie - joaillerie - orfèvrerie - horlogerie, décoration, facture instrumentale, luminaire, métiers liés à l'architecture, mode et tabletterie.

Comme le mentionne la « liste des métiers de l'artisanat d'art », trois grands ensembles de métiers peuvent être distingués :

- les métiers de la création, permettant la conception ou la réalisation d'objets d'art originaux ;
- les métiers de la tradition, visant la réalisation, à partir de modèles et techniques hérités du passé, d'objets d'art traditionnels ;
- les métiers de la restauration/conservation, qui s'exercent sur le patrimoine immobilier ou mobilier.

---

<sup>3</sup> DEHAYE P., 1976, *Les difficultés des métiers d'art*, rapport au Président de la République, Paris, La Documentation française.

A partir de ces considérations introductives sur les métiers d'art, nous souhaitons attirer l'attention des acteurs de Saint-Pierre et Miquelon sur le fait que, hormis pour les savoir-faire liés au cuir de morue, « *la maîtrise d'un savoir-faire, de techniques et d'outils traditionnels mais aussi innovants* » et la « *compétence technique certaine dans le traitement d'une ou plusieurs matières* », qui constituent les dimensions fondamentales de l'exercice d'un métier d'art, nous semble faire défaut aujourd'hui dans l'Archipel. Or il est inconcevable de chercher à vendre auprès d'un public sensibilisé des produits qui ne seraient pas parfaitement exécutés : l'excellence et le geste expert (que seules une exigence personnelle et une longue pratique du métier autorisent), ainsi que la créativité, sont requis pour prétendre appartenir au secteur des métiers d'art.

## ***1.2 Le développement local***

Le développement local peut être défini comme un processus mis en œuvre par les acteurs d'une communauté locale en difficulté en vue d'un développement basé sur la valorisation des ressources de leur territoire.

Les pratiques de développement local concernent le plus souvent des territoires situés à l'écart des zones de développement ou soumis à des difficultés économiques et sociales structurelles. Le développement local vise à y réduire la dépendance envers les décisions ou les initiatives d'origine externe, en favorisant l'expression de la force endogène du territoire.

Parmi les principes qui régissent le développement local, trois au moins ont à notre sens un écho pour un projet lié aux métiers d'art :

- la ressource humaine constitue la force motrice du développement,
- les micro initiatives participent au développement,
- le développement nécessite le décloisonnement et le partenariat du plus grand nombre possible d'instances locales.

En outre, il importe de rappeler que :

- il ne peut exister un seul modèle de développement local : ancrée dans un territoire et liée à l'environnement dans lequel elle a cours, toute action de développement local est unique ;
- les pratiques du développement local supposent l'identification à un espace et l'appropriation de celui-ci : la conception d'un projet de développement par une communauté ne peut se concevoir sans référence à sa culture, définie comme l'ensemble des comportements, des savoirs, des relations et des coutumes qui modèlent une société et sur lequel est fondé le sentiment d'appartenance.

Un ouvrage consacré à la valorisation des savoir-faire artisanaux et industriels locaux<sup>4</sup> identifie cinq enjeux pour les territoires : le maintien du tissu économique et social, l'attractivité vis-à-vis de l'extérieur, la reconnaissance du potentiel auprès des habitants, le renforcement de l'identité et la mise en réseau d'acteurs.

Identité collective et sentiment d'appartenance sont des préalables du développement local. Selon l'ethnologue Pierre Centlivres<sup>5</sup>, l'identité d'un territoire est triple : elle est historique, vécue et projective et vécue. L'identité historique se construit sur des événements passés importants pour la collectivité et/ou sur un patrimoine socioculturel, naturel ou économique. L'identité vécue est le reflet de la vie quotidienne et du mode de vie actuel. L'identité projective se fonde sur un projet : elle est une représentation plus ou moins élaborée du futur du territoire. Ainsi, si une action de développement local a besoin de prendre appui sur une identité, celle-ci peut en retour être influencée par le développement local.

L'économiste Xavier Greffe, auteur notamment d'ouvrages de référence sur le développement local et l'économie de la culture, argue que le patrimoine culturel, qu'il soit matériel ou immatériel, diffuse des références à l'ensemble des membres de la collectivité et participe au sentiment d'appartenance. La DIACT, à travers l'expérience des Pôles d'Économie du Patrimoine, avance que le patrimoine fait lien entre le passé et le contemporain, entre l'homme et son territoire, entre l'humain et la nature : « *Il est, par là même, facteur d'appropriation. Celle-ci au cœur de la proximité, rassure, crée du lien, des dynamiques, de la cohésion et de la créativité. La valorisation du patrimoine trouve son ambition dans cet aller-retour entre tradition et modernité, entre identité et projet, entre local et mondial* »<sup>6</sup>.

Pour ce qui est des métiers d'art plus précisément, diverses publications professionnelles et universitaires indiquent que, en tant que patrimoine culturel immatériel, l'artisanat d'art participe au sentiment d'appartenance des habitants et joue un rôle dans la constitution des identités sociales, professionnelles et territoriales. Ces publications mettent en avant en particulier que l'artisanat d'art enrichit les hommes par la connaissance de métiers qui ont construit leur environnement. Il nourrit leur sentiment d'appartenance à une culture et participe à la préservation des racines, contribuant ainsi à promouvoir le respect de la diversité culturelle et la créativité humaine.

L'affirmation de l'identité et de la culture de Saint-Pierre et Miquelon, qui constitue une des clés de son développement touristique (comme cela sera indiqué ci-après), est aussi un socle pour le développement local. Les acteurs de l'Archipel en ont-ils tous pleinement conscience ?

<sup>4</sup> ADAM S., CHEVALLIER D., GAUCHER S. et GRANDCLAUDON C. (sous la direction de), 2000, *Savoir-faire artisanaux et industriels*, Paris, Les Éditions du CNFPT, collection Territoires ruraux.

<sup>5</sup> CENTLIVRES P. et HAINARD J. (sous la direction de), 1986, *Les rites de passage aujourd'hui. Actes du colloque de Neufchâtel 1981*, Lausanne, L'Âge de l'homme.

<sup>6</sup> VIRASSAMY C., 2002, *Les pôles d'économie du patrimoine*, Paris, La Documentation française, collection Territoires en mouvement.

## **2. Le tourisme à Saint-Pierre et Miquelon**

### **2.1 Un tourisme à l'état de potentialité**

Le tourisme est de l'avis général (trop) peu développé aujourd'hui à Saint-Pierre et Miquelon. Très saisonnier et quantitativement restreint, il est le fait d'un public de visiteurs davantage que de touristes.

L'étude « **Pour un développement touristique de Saint-Pierre et Miquelon** » fournit un ensemble d'informations, d'analyses et de propositions permettant d'appréhender le contexte touristique de l'Archipel ; les éléments suivants sont issus de cette étude (qui n'a toutefois pas été validée par le Conseil Territorial).

6 millions de touristes ont visité les provinces atlantiques en 2004 et les flux d'une province à l'autre sont importants. Les principales activités de ces touristes sont :

- d'abord les activités dites de « sightseeing » : découverte de lieux touristiques, promenades et randonnées, visites d'espaces protégés et de plages ;
- ensuite les activités de shopping et de visite de boutiques artisanales ;
- les animations et les attractions, particulièrement sur l'île du Prince Edouard et au Nouveau Brunswick.

De plus, est observé un développement des croisières dans les eaux de l'Atlantique Nord :

- la Nouvelle Ecosse et le Nouveau Brunswick connaissent une fréquentation importante ;
- les croisiéristes ont un pouvoir d'achat élevé : lors de leur escale à Halifax, ils dépensent en moyenne 100 \$CAN.

A l'intérieur de cet environnement, les marchés touristiques de Saint-Pierre et Miquelon seraient :

- les marchés canadiens de proximité : Halifax/Moncton et St John's,
- les marchés canadiens éloignés,
- les marchés du Canada Atlantique,
- les croisières,
- les marchés de niche (notamment les philatélistes).

Mais le contexte interne du développement touristique est difficile :

- les entreprises sont fragiles,
- la capacité d'accueil de l'Archipel est limitée,
- la faible organisation des acteurs et leur méconnaissance des pratiques de l'industrie touristique constituent des entraves au développement.

Pour favoriser le développement touristique, l'étude (non validée par le Conseil Territorial, rappelons-le) propose de trouver un positionnement différenciateur, axé sur l'histoire, la vie quotidienne, l'artisanat et l'art de vivre français. Il s'agit donc de mettre en avant l'identité et la culture propre à Saint-Pierre et Miquelon, territoire français au cœur d'un environnement nord-américain. La promesse à faire au touriste est de vivre dans l'Archipel autre chose que ce qu'il lui est donné de vivre dans les provinces (et les îles) du Canada Atlantique.

Un tel positionnement passe par la mise en œuvre d'une politique touristique volontariste :

- travailler un produit mettant en avant le caractère français : racines historiques, vie quotidienne, produit français à emporter, découvertes culinaires, artisanat d'art,
- développer des lieux animés avec une ambiance française,
- construire des produits touristiques (équipements et animations) « tout temps »,
- avoir une information touristique performante et de développer un lieu de rendez-vous original, point central de l'information et de l'accueil des publics.

**Le compte-rendu de la formation « Construire et valoriser le produit touristique »** fournit d'autres éléments intéressants sur le lien entre tourisme et métiers d'art, du point de vue des diverses catégories de visiteurs et touristes de Saint-Pierre et Miquelon. Il apparaît ainsi que :

- les principales motivations de visite par les clientèles nord-américaines sont :
  - o un Archipel français à moins de 3 heures de chez eux,
  - o avec la gastronomie française, l'art de vivre à la française, etc.
- la découverte de l'artisanat d'art figure parmi les motivations de la clientèle métropolitaine dont la venue est suscitée par la visite de la famille ou d'amis, mais pas chez celle venant pour affaires ou pour vacances ;
- l'artisanat d'art fait partie des motivations des croisiéristes ;
- les « individuels affaires » sont à la recherche de produits souvenirs, parmi lesquels figurent les produits artisanaux ;
- la « visite découverte accompagnée » figure parmi les motivations des excursionnistes individuels et en groupes.

Par ailleurs, la nouvelle Directrice du Comité Régional du Tourisme nous a indiqué sa volonté de mettre en avant le côté « destination exclusive » de Saint-Pierre et Miquelon, basé sur la rareté et à la cherté de la destination. Son souhait est de développer une stratégie visant un positionnement haut de gamme et une augmentation de la qualité et de la valeur ajoutée des prestations touristiques.

## **2.2 Des synergies possibles entre tourisme et métiers d'art**

La forte volonté institutionnelle exprimée en faveur du développement touristique fait du tourisme, dans la perspective d'un projet de structuration de l'artisanat d'art, une potentialité (beaucoup) plus qu'une faiblesse.

Globalement, la stratégie de valorisation de l'art de vivre à la française, voire de « destination exclusive », parce qu'elle passe par davantage de qualité dans l'offre touristique, est porteuse pour le développement des entreprises de métiers d'art, qui selon Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi sont « *fondatrices de l'identité économique et culturelle de nos territoires* » et « *reconnues pour l'excellence de leur activité* »<sup>7</sup>.

De plus, la clientèle (actuelle et potentielle) des visiteurs et des touristes de Saint-Pierre et Miquelon semble intéressée par les métiers d'art :

- les touristes des provinces atlantiques visitent les boutiques artisanales,
- la découverte des métiers d'art correspond à une attente déjà repérée auprès des métropolitains (pour partie), croisiéristes, « individuels affaires »,...

Si d'après les commerçants que nous avons interviewés, le « visiteur moyen » actuel, notamment celui en provenance de Terre-Neuve, serait de faibles niveaux économique<sup>8</sup> et culturel et achèterait surtout des cartes postales et des babioles, il nous a été indiqué l'existence d'une demande pour des objets fabriqués localement et porteur de l'identité de l'Archipel. Difficile à quantifier mais apparemment significative, cette demande serait plutôt le fait de ceux qui séjournent dans l'Archipel (les touristes à proprement parler) et porterait sur des produits dont le prix n'excéderait pas 60€ (30€ semblant correspondre à un prix recherché par une majorité de clients potentiels).

Enfin, il existe un autre facteur favorable à une mise en tourisme de l'artisanat d'art local : le faible nombre de sites touristiques à visiter offre une opportunité pour des propositions de visites d'ateliers. Ces visites auraient l'avantage de rentrer dans un produit touristique « tout temps » et pourraient se structurer en s'inspirant du modèle canadien des « économusées », comme cela sera indiqué dans la deuxième partie de l'étude.

Mais parce qu'il existe une inadaptation qualitative entre l'offre actuelle en matière d'artisanat d'art et la demande touristique potentielle, il convient de considérer que des synergies entre métiers d'art et tourisme ne peuvent être envisagées qu'à la condition que les ateliers s'inscrivent pleinement dans le processus général d'amélioration de la qualité et de la valeur ajoutée des prestations touristiques, voulu et encouragé par la CACIMA.

<sup>7</sup> Source : [www.patrimoine-vivant.com](http://www.patrimoine-vivant.com)

<sup>8</sup> Ce ressenti d'acteurs est certainement à manier avec prudence et susceptible d'évoluer à court ou moyen terme ; il est pour le moins à mettre en regard d'une donnée statistique qui nous a été fournie par ailleurs et selon laquelle la croissance du PIB de la province de Terre-Neuve-et-Labrador a été de + 9,1% en 2007 (soit environ le triple de l'année 2006).

A cette condition, les synergies escomptées pourront profiter à la fois à l'attractivité touristique de l'Archipel et au développement des ateliers, étant donné qu'il est généralement admis que :

- le tourisme peut constituer une opportunité pour un professionnel des métiers d'art soucieux de :
  - o faire connaître un savoir-faire,
  - o séduire un public de curieux,
  - o se faire connaître auprès d'une clientèle potentielle,
  - o communiquer et échanger sur les métiers ;
- les métiers d'art présentent un ensemble d'attraits pour un responsable du tourisme :
  - o ce sont des marqueurs de territoire,
  - o leurs productions touchent un marché au positionnement spécifique,
  - o ils peuvent constituer l'élément structurant d'un produit de tourisme culturel, en permettant de diversifier l'offre existante,
  - o ils peuvent permettre l'installation d'un équipement touristique (musée, centre d'interprétation, maison des métiers d'art, atelier-musée,...) s'intégrant d'emblée au territoire.

### **3. Les métiers d'art à Saint-Pierre et Miquelon**

#### **3.1 L'absence de savoir-faire artisanaux traditionnels**

La pêche a induit par le passé l'essor d'activités artisanales. En particulier, dès le début du XIX<sup>ème</sup> siècle sont apparus des forges et le travail du bois, avec principalement la charpente de marine. Cependant, de l'avis de tous les acteurs rencontrés, il n'existe pas à proprement parler de savoir-faire artisanaux traditionnels à Saint-Pierre et Miquelon. Nous ne disposons pas de suffisamment d'éléments pour discuter de ce sentiment ; néanmoins, il importe de considérer que :

- le maintien d'un atelier de forge marine à Saint-Pierre semble constituer un enjeu patrimonial pour la Collectivité Territoriale et une association au moins ;
- le travail du cuir de morue, qui bénéficie d'une marque déposée (*Cuir marine*), constitue une activité spécifique au territoire.

En tout état de cause, l'absence (réelle ou supposée) de savoir-faire artisanaux traditionnels dans l'Archipel ne peut constituer *a priori* une faiblesse pour un projet de structuration et de développement des métiers d'art. Il s'agirait même plutôt d'un trait commun avec la plupart des projets de « pôles métiers d'art » de métropole. En effet, peu de ces projets trouvent leur fondement dans la présence d'un savoir-faire traditionnel : dans une majorité de cas, le pôle est le résultat d'une démarche volontariste d'acteurs publics locaux désireux de créer un environnement favorable à la venue d'entreprises de métiers d'art sur leur territoire.

Dans ces démarches, la stratégie mise en œuvre doit toutefois chercher à compenser l'absence d'un savoir-faire traditionnel, dont la référence, *via* l'identité précédemment évoquée, peut aider à mobiliser les habitants. Il s'agira donc de recourir à la culture : « *Un lien entre les préoccupations de développement économique des métiers d'art et les préoccupations d'ordres touristique, patrimonial, d'identité ou d'attractivité du territoire doit être trouvé. Une politique métiers d'art doit prendre appui sur la tradition et la culture. A défaut, il faut qu'elle s'inscrive dans une démarche globale de développement du territoire. Même si les actions de développement local liées aux métiers d'art poursuivent des objectifs essentiellement économiques et touristiques (installation ou développement d'entreprises métiers d'art, valorisation de leur présence auprès d'une clientèle régionale et touristique), elles doivent obligatoirement s'accompagner d'un volet culturel (expositions, actions pédagogiques,...) permettant de sensibiliser les habitants, de conforter le choix d'une thématique, etc. et globalement d'ancrer la démarche dans une réalité locale* »<sup>9</sup>.

### **3.2 Peu de professionnels, beaucoup d'amateurs**

A partir des visites et des entretiens effectués en avril 2009, nous avons pu recenser la présence des professionnels des métiers d'art suivants :

- un peintre sur porcelaine,
- un fabricant de boîtes en bois et accordeur de pianos,
- un ferronnier formé et outillé également pour le travail de la forge,
- un menuisier-ébéniste ayant une activité secondaire de lutherie (instruments à cordes de la Renaissance),
- un galeriste, autrefois potier,
- un artiste peintre,
- une maroquinière de cuir de morue (maîtrisant aussi les savoir-faire de la tannerie), aujourd'hui en semi-activité.

Ces professionnels nous ont fait part de divers projets et idées :

- obtention du label « écomusée », pour la peinture sur porcelaine, le cuir de morue et la forge,
- transmission des savoir-faire de l'atelier de tannerie et de transformation du cuir de morue,
- reprise de l'activité de forge,
- création d'un atelier de fusing et de thermoformage,
- conception de nouveaux objets : couteau inspiré des couteaux traditionnels des pêcheurs, objets touristiques inspirés de l'identité de l'Archipel, objets mêlant au moins deux matières (bois flotté et verre, ferronnerie et verre,...), nouvelle gamme de produits en cuir de morue,
- offre de séjours de découverte de la peinture sur porcelaine et de la maroquinerie de cuir de morue.

---

<sup>9</sup> KOSIANSKI J.-M., 2005, « Créer un pôle de métiers d'art, ce n'est pas si facile... », *Espaces*, n°231, novembre, pp 31-38.



Il est à noter que la plupart de ces projets et idées sont ceux d'un couple dynamique : Isabelle et Thierry Ruel.

Pour le reste, ce qui est nommé « artisanat d'art » relève de deux associations (une à Saint-Pierre et une à Miquelon) regroupant des fabricants (non professionnels) d'un artisanat de loisir<sup>10</sup>. Ceux-ci sont beaucoup plus nombreux que les professionnels inscrits auprès de la CACIMA : ils seraient au moins 24 d'après une plaquette intitulée « L'Artisanat à Saint-Pierre et Miquelon »<sup>11</sup> et ils bénéficient de deux lieux d'exposition-vente (un par île).

En outre, il nous a été indiqué :

- un projet de transformation de laines locales à Miquelon,
- la présence de personnes ayant des activités non déclarées et non présentées dans les boutiques des deux associations précitées : bijoux en perles, tapisserie d'ameublement, facture de guitare<sup>12</sup>,...
- un intérêt manifesté par plusieurs jeunes à l'égard de professions relevant du secteur des métiers d'art : bois, bijou, stylisme, soufflage de verre, maroquinerie, métal,...

L'intérêt des jeunes de l'Archipel pour les métiers d'art se heurte aujourd'hui à une pratique locale essentiellement amateur, relevant de l'autodidaxie et dont les produits de niveau médiocre ou moyen sont destinés à être exclusivement diffusés sur place. Ce contexte ne peut être de nature à encourager ce public à se former et à envisager un exercice professionnel et exigeant. Il encourage au contraire une pratique souterraine et peu qualitative... présentée pourtant comme « l'artisanat d'art de Saint-Pierre et Miquelon » à l'aéroport de Saint-Pierre par exemple.



*Objets exposés à l'aéroport de Saint-Pierre dans la vitrine de « L'Artisanat d'art de Saint-Pierre et Miquelon »*

<sup>10</sup> Il peut être fait mention aussi de l'existence d'une galerie commercialisant des créations de professionnels des métiers d'art extérieurs à l'Archipel (bijoux, objets de décoration en bois, etc.) et des œuvres de l'artiste local Jean-Claude Girardin.

<sup>11</sup> Faut-il rappeler qu'au sens de la loi du 5 juillet 1996, un artisan est une personne physique ou morale immatriculée au Répertoire des Métiers, qui n'emploie pas plus de 10 salariés et qui exerce à titre principal ou secondaire une activité professionnelle indépendante de production, de transformation, de réparation ou de prestation de services relevant de l'artisanat et figurant sur une liste établie par décret en Conseil d'Etat ?

<sup>12</sup> Avec un projet d'économusée de la lutherie, qui appelle la même prudence que celle signifiée plus loin (cf. § 6 de la 3<sup>ème</sup> partie de l'étude) à propos de la fréquente évocation du concept d'économusée par divers porteurs de projet de l'Archipel qui semblent méconnaître la charte et sous-estimer les critères de sélection du réseau.

Un enjeu de sensibilisation aux métiers d'art apparaît indissociable d'une volonté de structuration de l'artisanat d'art de Saint-Pierre et Miquelon. Il s'agira de mettre en avant, conformément aux éléments de définition fournis précédemment, que les métiers d'art relèvent d'une pratique professionnelle reposant sur « *une compétence technique certaine* » et qu'ils visent à créer ou fabriquer des objets « *appréciés à la fois pour leur utilité et leur beauté* ». L'objectif principal de la sensibilisation sera de faire émerger des porteurs de projets parmi les jeunes. A titre secondaire, l'effort de sensibilisation soutiendra un volet culturel favorable à l'adhésion des habitants et à l'ancrage du projet de développement des métiers d'art dans une réalité locale, comme spécifié ci-dessus.

### **3.3 Une problématique propre à Saint-Pierre et Miquelon**

La problématique à laquelle est confronté Saint-Pierre et Miquelon en matière de métiers d'art diffère de celles de la métropole, où les projets visent :

- soit à soutenir des savoir-faire traditionnels menacés, en réponse à des préoccupations de maintien de l'identité territoriale et de développement économique et/ou touristique,
- soit à créer un environnement économique et culturel favorable à la venue d'ateliers de professionnels des métiers d'art.

Dans le premier cas, il s'agit souvent d'accompagner des entreprises détentrices de machines et de savoir-faire anciens dans une mutation ou un repositionnement de leur production et dans l'affirmation d'une référence au territoire qui peut avoir valeur de marque ou de label aux yeux des consommateurs. Dans le second cas, il est proposé à des entreprises de métiers d'art, qui dans leur grande majorité souffrent d'atomisation, d'isolement et d'une insuffisante visibilité de leur offre, de se regrouper pour bénéficier des avantages de la concentration et de la proximité. Conséquemment, dans les deux cas sont ciblés des professionnels déjà en activité ; quelquefois (mais très rarement), le projet vise l'insertion de jeunes diplômés, avec la mise en place d'un dispositif destiné à les accompagner dans la professionnalisation et la création d'entreprise.

A Saint-Pierre et Miquelon, la problématique n'est ni d'aider ou de faire venir des professionnels confirmés, ni d'accompagner des jeunes diplômés. Il s'agit pour l'essentiel de :

- faire émerger des porteurs de projets parmi un public à sensibiliser à la possibilité d'un exercice professionnel des métiers d'art,
- créer les conditions de la viabilité économique de projets liés aux métiers d'art.

Le second enjeu concerne également les (quelques) ressortissants métiers d'art de la CACIMA.

#### **4. Les potentialités et les faiblesses des métiers d'art de Saint-Pierre et Miquelon**

Les perspectives de développement d'un tourisme de qualité à Saint-Pierre et Miquelon constituent assurément un potentiel pour un projet de développement de l'artisanat d'art. Néanmoins, pas plus dans l'Archipel qu'en métropole, on ne peut ni ne doit concevoir les métiers d'art comme un secteur dépendant (exclusivement ou essentiellement) du tourisme. D'ailleurs, de ce point de vue, il est rassurant de relever que, à l'inverse d'une majorité de leurs homologues métropolitains, les élus de Saint-Pierre et Miquelon sont conscients qu'il est impossible de faire dépendre le développement des métiers d'art locaux du seul potentiel touristique de leur territoire.

Dans une publication de 2005 consacrée aux « pôles métiers d'art », nous avons indiqué : « *L'analyse des expériences en la matière montre que la réussite d'un projet de pôle de métiers d'art obéit à des règles élémentaires. Parmi celles-ci, nous insisterons ici sur une condition sine qua non : la capacité de la collectivité à comprendre que les touristes ne sont pas nécessairement des clients pour l'artisan d'art ou, du moins, qu'ils ne peuvent être leurs seuls clients. En effet, si dans un pôle de métiers d'art, le nombre, la variété et la complémentarité des créations et savoir-faire favorisent une émulation qui élève la qualité des productions et, surtout, rendent le territoire attractif vis-à-vis des touristes-consommateurs, il faut savoir que, sauf exception, un artisan d'art ne peut vivre de la seule vente directe de ses créations dans l'atelier. Il est donc dans l'obligation de participer à des foires, salons et marchés, de commercialiser ses créations auprès de boutiques et galeries, de participer à des expositions, de se faire connaître par Internet, etc. A la limite, plus le savoir-faire d'un professionnel des métiers d'art est pointu et plus sa production vise l'excellence, moins sont grandes ses chances de débouchés sur place. Il attend alors de son environnement local un appui à la recherche de débouchés à l'extérieur du territoire : communication collective, aide à la participation à des salons, sensibilisation de prescripteurs (décorateurs, galeristes, etc.)* ».

**Si le tourisme doit être considéré comme une opportunité, il ne peut être envisagé comme le principal débouché pour l'artisanat d'art d'un territoire.** Dit autrement, il paraît plus pertinent de créer des dynamiques collectives pour aider les professionnels à promouvoir leurs produits là où se situent leurs marchés (souvent en milieu urbain, voire à l'étranger) que de les encourager à adapter leur offre à la demande touristique ; d'autant qu'il peut être fait le constat en un certain nombre de sites touristiques, qu'une trop grande dépendance à l'égard du tourisme tire les productions vers le bas.

Le projet de structuration de l'artisanat d'art de Saint-Pierre et Miquelon semble donc devoir :

- d'une part (et principalement), être conçu dans la perspective d'un véritable projet de développement local lié aux des métiers d'art, c'est-à-dire comme une action collective construite entre des acteurs publics (CACIMA, collectivités locales, services de l'Etat) et des professionnels désireux de trouver des réponses collectives à des préoccupations individuelles concernant essentiellement la promotion et la commercialisation, sur place et (surtout) à l'extérieur du territoire,
- d'autre part (et complémentirement), chercher à tirer parti du potentiel touristique de l'Archipel, en inscrivant expressément le développement des métiers d'art à l'intérieur d'une stratégie touristique visant une haute qualité des prestations et un positionnement différenciateur autour de la valorisation de l'art de vivre à la française.

La recherche de marchés à l'extérieur du territoire concernera (évidemment) la France et le Canada, avec une priorité pour le Québec où les métiers d'art bénéficient d'un salon de renom international et d'une politique de promotion active auprès des habitants.

**Tous les acteurs publics rencontrés ont fait montre d'un grand intérêt pour les métiers d'art et d'une analyse réaliste quant à leur situation actuelle et aux conditions de leur éventuel développement.** Il existe en particulier une forte volonté publique d'encourager une pratique professionnelle des métiers d'art :

- les collectivités locales se déclarent favorables à l'accompagnement d'un projet impulsé par la CACIMA, en particulier dans la perspective d'un pôle/regroupement de professionnels des métiers d'art : acquisition de bâtiments historiques par la Collectivité Territoriale, aménagements urbains par la Ville de Saint-Pierre,...
- les élus et les administrations concernées par le travail et l'emploi sont prêts à soutenir une action de sensibilisation aux métiers d'art et d'accompagnement vers la formation et l'insertion dans ces métiers<sup>13</sup>.

**D'autres atouts pour le projet résident dans :**

- **le dynamisme de quelques acteurs**, porteurs de projets de développement des métiers d'art (M et Mme Ruel en particulier),
- **l'existence d'un produit phare**, attaché à l'identité de l'Archipel et certainement insuffisamment promu et développé aujourd'hui : le cuir de morue ou « cuir océan »<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> La Direction du Travail et de l'Emploi et le Pôle Emploi suggèrent aussi d'inclure la multi activité dans une réflexion structurelle autour des métiers d'art.

<sup>14</sup> Nous ne sommes pas en mesure de développer un argumentaire précis à propos de cette activité, car il ne nous a pas été donné de visiter l'atelier et de rencontrer sa responsable, en déplacement au moment de notre séjour à Saint-Pierre. Cependant, il nous a été fait part d'un projet de transmission de l'entreprise, qui nous conduit à préconiser aux acteurs publics une extrême vigilance quant aux conditions dans lesquelles s'effectuera la

**Au rang des faiblesses, il doit être mentionné en premier lieu le niveau insuffisant des savoir-faire et une perception non professionnelle des métiers d'art, qui ne confèrent pas à ce secteur un réel attrait** auprès de jeunes ou de jeunes adultes à la recherche d'une voie professionnelle : l'artisanat d'art est aujourd'hui perçu à Saint-Pierre et Miquelon comme une activité de loisir, au mieux comme une activité secondaire, pas comme un secteur et comme un ensemble de métiers dont on peut faire un exercice professionnel à titre principal ou unique.

Si le constat d'un niveau insuffisant des savoir-faire concerne en tout premier lieu les personnes exerçant une activité de loisirs (qui donne pourtant lieu à commercialisation *via* des associations locales), il concerne aussi, du fait d'un manque d'ancienneté dans l'exercice du métier, les quelques professionnels inscrits à la CACIMA. Ceux-ci semblent d'ailleurs avoir conscience de la nécessité de se perfectionner<sup>15</sup>, car ils savent que la concurrence dans les métiers d'art se fait par la qualité et que pour vivre de leur métier ils devront aller vers les marchés canadiens et français pour le moins, où sont déjà implantés un nombre significatif de professionnels dont le niveau moyen des productions est incontestablement supérieur à celui des objets fabriqués localement<sup>16</sup>.

Augmenter le niveau, tant sur le plan de la maîtrise des techniques et des savoir-faire que de la créativité et de l'esthétisme des objets, est une des clefs de la réussite de la structuration de l'artisanat d'art de l'Archipel. Cela pose la question de la formation :

- formation initiale des porteurs de projets,
- perfectionnement et formation continue des artisans déjà installés.

**Les autres faiblesses diagnostiquées sont :**

- **la présence sur place d'une clientèle quantitativement restreinte**, qu'il s'agisse des habitants (ils sont moins de 7 000) ou des visiteurs et touristes (estimés à environ 13 000 par an) ;
- **la situation insulaire** qui a pour incidences :
  - o un éloignement, qui rend difficile les travaux personnalisés et sur mesure (lorsqu'il y a nécessité de rencontres fréquentes avec le client) et/ou un service après-vente ;
  - o des contraintes et coûts liés au transport, obligeant à viser des productions à forte valeur ajoutée et prix élevé (afin que le coût du transport devienne marginal par rapport au prix et ne constitue plus un frein pour la clientèle).

---

transmission des savoir-faire: il conviendra de veiller à ce que la qualité du savoir-faire et de la production soit au minimum au niveau de ce qu'elle est aujourd'hui.

<sup>15</sup> Cependant, la stratégie affichée par Isabelle et Thierry Ruel interroge. Ce couple dynamique cherche à diversifier et élargir toujours plus son offre, car il fait le constat qu'aucune activité ne génère sur le plan local suffisamment de chiffre d'affaires pour être viable ; au risque de demeurer à un niveau de maîtrise des savoir-faire insuffisant. Ne devrait-il pas plutôt viser à améliorer la qualité de ses productions, pour pouvoir vendre avec une marge plus élevée et élargir la clientèle vers le Canada et la métropole ?

<sup>16</sup> Les témoignages des « luthiers » de Saint-Pierre, qui ont été confrontés à cette concurrence professionnelle à l'occasion de salons et de visites d'acheteurs organisés en métropole, attestent de l'existence d'un « gap ».

Bien que peu nombreuse, la clientèle locale représente néanmoins un potentiel de débouchés pour l'artisanat d'art local : aujourd'hui, la moitié du chiffre d'affaires des ateliers serait le fait des résidents, qui achètent des objets pour eux-mêmes et pour offrir. Au sein de cette clientèle, il doit être considéré en particulier la présence d'un millier de fonctionnaires, majoritairement des métropolitains, qui cherchent à rapporter chez eux des cadeaux porteurs de l'identité de l'Archipel, notamment à la période de Noël. Par ailleurs, il doit être tenu compte d'un haut niveau de pratiques associatives et amateurs, favorable à une offre solvable d'ateliers de découverte des métiers d'art (hors saison notamment).

## PROPOSITIONS

### 1. Les enjeux

Le diagnostic des potentialités et faiblesses de l'Archipel au regard des métiers d'art a permis de formuler un ensemble de constats et d'analyses, dont se dégagent **deux grands enjeux pour le développement et la structuration de l'artisanat d'art** :

- **faire émerger des porteurs de projets parmi un public à sensibiliser à la possibilité d'un exercice professionnel des métiers d'art,**
- **créer les conditions de la viabilité économique de projets liés aux métiers d'art.**

Le deuxième enjeu se décline lui-même en trois items :

- **former les porteurs de projets et les artisans déjà installés,**
- **chercher à tirer parti du potentiel touristique de Saint-Pierre et Miquelon,**
- **trouver des réponses collectives à des préoccupations individuelles de promotion et de commercialisation.**

A partir de ces enjeux, un scénario peut être proposé. Il se décline en quinze propositions d'actions pouvant être mises en œuvre dans le cadre d'un programme d'action pluriannuel articulé autour de **trois objectifs** :

- **sensibiliser,**
- **accompagner,**
- **valoriser.**

Chaque proposition d'action va faire l'objet ci-après d'une description et d'une argumentation. Les actions les plus structurantes ou les plus originales bénéficieront d'un complément d'information dans une annexe du rapport, sur la base d'un benchmarking.

Préalablement, il peut utilement être précisé quels sont les publics visés par les propositions.

## **2. Les bénéficiaires**

Le public *a priori* directement concerné<sup>17</sup> par un projet de structuration des métiers d'art de Saint-Pierre et Miquelon se compose schématiquement de deux ensembles :

- les scolaires et les jeunes adultes (20-30 ans) en recherche d'un projet professionnel,
- les ressortissants de la CACIMA relevant de la liste officielle des métiers de l'artisanat d'art.

Nous renonçons délibérément à évoquer ici une catégorie pourtant nombreuse : les adultes ayant une pratique « artisanale » amateur. Cette catégorie est composée pour l'essentiel de retraités et de fonctionnaires qui, comme en témoignent les résultats d'actions initiées dans un passé récent par la CACIMA, ne peuvent être envisagés comme des porteurs de projet de création d'activité économique : il a été fait état au cours d'entretiens d'une « production qui relève du loisir plus que de l'économique » et d'un exercice par « des gens qui n'y croient pas ». Ces personnes ne sont donc pas concernées par la perspective d'une structuration et d'un développement des métiers d'art.

L'objectif explicite de la CACIMA est d'accompagner des personnes motivées par un exercice professionnel des métiers d'art, c'est-à-dire des personnes soucieuses de la qualité de leur travail et désireuses de s'inscrire auprès de la chambre pour faire de l'exercice d'un métier d'art leur source de revenu unique (ou pour le moins principale). Cette vision est conforme avec l'exigence qui doit accompagner tout projet lié aux métiers d'art. Comme dit plus haut en effet, les métiers d'art se fondent sur un métier dont la maîtrise nécessite des années de pratique. Ils relèvent de l'excellence, voire du luxe : « *les entreprises qui exercent une activité dans le secteur des métiers d'art, doivent être mieux reconnues car elles sont détentrices d'un savoir-faire unique et constituent un patrimoine vivant qu'il convient de préserver et de transmettre* » indiquait en décembre 2003 le Ministère chargé de l'Artisanat à l'occasion de la publication de « la liste officielle des métiers d'art ».

## **3. Un programme d'actions pluriannuel**

### **Objectif n°1 - Sensibiliser aux métiers d'art**

Par :

- des journées d'information sur les métiers d'art et les formations,
- une exposition annuelle,
- une rencontre annuelle avec un professionnel de haut niveau,
- une valorisation de l'artisanat traditionnel dans les musées,
- un développement des loisirs créatifs.

---

<sup>17</sup> Les habitants de Saint-Pierre et Miquelon, voire les visiteurs et les touristes, constitueront des publics visés indirectement ou à titre secondaire par certaines actions, notamment celles relevant de la sensibilisation aux métiers d'art.



## Objectif n°2 - Accompagner les porteurs de projets et les professionnels

Par :

- la formation initiale,
- le perfectionnement,
- un dispositif d'accompagnement à la création et au développement d'entreprises métiers d'art,
- des aides à l'investissement,
- la création d'une ligne de produits porteurs de l'identité de l'Archipel,
- la commande publique,
- les Prix SEMA.

## Objectif n°3 - Valoriser les métiers d'art de l'Archipel

Par :

- des instruments de promotion collective,
- la labellisation des démarches exemplaires,
- un pôle métiers d'art.

Ce programme d'actions pluriannuel pourra faire l'objet d'une mise en œuvre échelonnée dans le temps, selon le calendrier suivant :

Action	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Années 5 et suivantes
<b>Sensibiliser aux métiers d'art</b>					
Des journées d'information sur les métiers d'art et les formations					
Une exposition annuelle					
Une rencontre annuelle avec un professionnel de haut niveau					
Une valorisation de l'artisanat traditionnel dans les musées					
Un développement des loisirs créatifs					
<b>Accompagner les porteurs de projets et les professionnels</b>					
La formation initiale					
Le perfectionnement					
Un dispositif d'accompagnement à la création et au développement d'entreprises de métiers d'art	Etude de faisabilité	Mobilisation des partenaires			
Des aides à l'investissement					
La création d'une ligne de produits porteurs de l'identité de l'Archipel					
La commande publique					
Les Prix SEMA					
<b>Valoriser les métiers d'art de l'Archipel</b>					
Des instruments de promotion collective					
La labellisation des démarches exemplaires					
Un pôle métiers d'art					

#### **4. Sensibiliser aux métiers d'art**

Sensibiliser (mais aussi former et perfectionner) sont des préalables à l'accompagnement et au développement économiques de l'artisanat d'art à Saint-Pierre et Miquelon.

Un consensus semble exister autour de l'intérêt de donner une vision nouvelle des métiers d'art dans l'Archipel, afin d'encourager des orientations vers ce secteur. En conséquence, seront à cibler prioritairement les jeunes et les jeunes adultes, c'est-à-dire des porteurs de projet potentiels, à court ou moyen terme. Il s'agira de mettre en avant vis-à-vis d'eux la possibilité d'un exercice professionnel des métiers d'art, supposant une parfaite maîtrise de savoir-faire et un statut. Pour ce faire, devront être mis en avant pour leur exemplarité : des objets, des savoir-faire et des professionnels, ainsi que les possibilités de formation à ces métiers.

Les professionnels installés à Saint-Pierre et Miquelon et l'ensemble des habitants pourront bénéficier (parfois directement, parfois indirectement) de la sensibilisation, ce qui favorisera la mise en œuvre d'un projet territorial de développement des métiers d'art. En effet, comme cela a été indiqué précédemment, la dimension culturelle sous-tendant la sensibilisation favorise l'adhésion de la population à un projet de développement local.

Au-delà du contexte territorial, il peut être pris en considération aussi que les métiers d'art sont perçus au plan national comme un secteur offrant des potentialités en termes de formation et d'insertion. Représentant un ensemble de filières professionnelles diversifiées, faisant appel à des techniques tant nouvelles que traditionnelles, aux qualifications valorisantes, les métiers d'art peuvent constituer un secteur attractif pour des jeunes à la recherche d'un « métier passion ». Toutefois, insuffisamment connus du grand public, les métiers d'art n'attirent pas un nombre suffisant de jeunes : de nombreux professionnels des métiers d'art cherchent aujourd'hui des techniciens qualifiés ou des successeurs qu'ils ne trouvent pas (en particulier dans les métiers de la restauration/ conservation et de la tradition).

Toujours au plan national, indiquons qu'il est admis que sensibiliser le grand public, c'est aussi participer à former et informer des clients potentiels pour les métiers d'art. Ce secteur souffre effectivement d'une demande insuffisante, dont la cause principale est une méconnaissance du public :

- peu de consommateurs identifient le secteur/ l'univers des métiers d'art,
- peu de consommateurs connaissent la dimension culturelle des produits issus des métiers d'art et en conséquence peu aussi comprennent « pourquoi c'est cher ».

Lors d'assises nationales des métiers d'art organisées par la SEMA en 2007, le Directeur du CREDOC affirmait : « *Les métiers d'art pâtissent (...) d'un problème de notoriété. Plutôt que de chercher à le modifier par une communication publicitaire onéreuse, il semble plus avantageux de chercher à multiplier les occasions de rencontre avec des métiers d'art afin de faire comprendre toute la diversité de l'offre des professionnels des métiers d'art. Il existe un fort potentiel de développement des ventes auprès des non-acheteurs et des acheteurs occasionnels* ».

Au final, les publics visés par la sensibilisation seront nombreux :

- à titre principal : les scolaires et les demandeurs d'emploi, mais aussi les habitants (consommateurs potentiels),
- à titre secondaire : les professionnels des métiers d'art,
- et de façon indirecte : les visiteurs et les touristes.

#### ***4.1 Des journées d'information sur les métiers d'art et les formations***

Chaque année, il sera proposé des journées d'information à destination des scolaires et des jeunes adultes à la recherche d'une voie d'insertion professionnelle. Ces journées seront conçues dans le cadre d'un partenariat entre la CACIMA, le Pôle Emploi et les établissements scolaires.

La présentation de l'ensemble des métiers d'art et l'information sur les formations et les débouchés constitueront le cœur de l'action. Il sera fait appel au matériel pédagogique que la SEMA peut gracieusement mettre à la disposition d'acteurs publics : fiches métiers, films, etc. La SEMA est une association reconnue d'utilité publique, placée sous la tutelle du Ministère chargé de l'Artisanat. Son Délégué territorial est le Directeur de la CACIMA.

Le Pôle Emploi pourra de son côté se rapprocher de l'ex Direction Régionale Ile-de-France de l'ANPE, en vue d'un transfert d'expérience : dans le cadre d'un partenariat avec la SEMA notamment, cette Direction a conduit une action expérimentale de sensibilisation et de détection de demandeurs d'emplois présentant des aptitudes pour l'exercice d'un métier d'art<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Dans le cadre d'un programme Equal, en Ile-de-France et Rhône-Alpes, l'ANPE et la SEMA ont également réalisé des actions de pré qualification aux métiers d'art, intitulées « SEMAville ». Chaque action démarre par des journées de découvertes des différentes filières de métiers d'art, au cours desquelles demandeurs d'emploi et jeunes peuvent tester leur aptitude. Après évaluation, ceux qui le souhaitent se voient offrir la possibilité d'entrer dans un parcours pré qualifiant, qui mêle chantier et qualification. Conçu dans le cadre de la Politique de la Ville, « SEMAville » implique demandeurs d'emploi et artisans locaux dans la réalisation d'œuvres pérennes et d'aménagements urbains visant l'embellissement d'un quartier. Des informations en vue d'un transfert d'expérience peuvent être obtenues auprès de la SEMA (contact : Mme Catherine Virassamy, responsable du service Information et action européenne, courriel : virassamy@eurosema.com).

#### **4.2 Une exposition annuelle**

Il conviendra d'organiser chaque année la venue d'une exposition de grande qualité, permettant de présenter l'excellence et la variété des métiers d'art. Cette exposition pourra être choisie parmi les nombreuses expositions « clé en main » organisées généralement par :

- des groupements de professionnels, tels que : l'Association des Grands Ateliers, la Fédération Française des Dentelles et Broderies, l'Association Française de Tournage d'Art sur Bois et diverses associations nationales ou régionales de céramistes, bijoutiers, etc.
- ou des collectivités territoriales, directement ou indirectement *via* des associations qu'elles soutiennent (comme par exemple la Fédération Régionale des Métiers d'Art d'Alsace, le Pôle Régional des Métiers d'Art de Poitou-Charentes, les Ateliers de Paris, le Pôle Expérimental des Métiers d'Art de Nontron, etc.).

La plupart du temps, les expositions sont prêtées gracieusement (car elles sont conçues comme un instrument de promotion collective pour les exposants) : l'organisme d'accueil doit seulement prendre en charge le transport, l'assurance et (évidemment) la communication et les frais de vernissage.

En outre, des organismes comme la SEMA, les Ateliers d'Art de France ou des Chambres de Métiers et de l'Artisanat pourraient être sollicités par la CACIMA, pour le prêt d'expositions qu'ils organisent et présentent dans leurs locaux. L'Institut Supérieur des Métiers, chargé de promouvoir les « Entreprises du Patrimoine Vivant », devra aussi être sollicité.

Pour ce qui est du lieu, la Directrice du Musée de l'Arche est favorable à l'accueil d'expositions temporaires dédiées aux métiers d'art, sur le principe du partenariat construit avec la CACIMA pour l'exposition sur la lutherie française (cette exposition avait eu un impact significatif sur la fréquentation du musée).

Idéalement, chaque exposition devra être accompagnée d'une invitation faite à un professionnel de haut niveau (dont des pièces sont exposées) de séjourner à Saint-Pierre et Miquelon pour animer diverses manifestations autour de l'exposition.

#### **4.3 Une rencontre annuelle avec un professionnel de haut niveau**

Chaque année, en lien avec l'exposition précitée, un professionnel de haut niveau sera invité à participer à :

- des démonstrations sur le lieu de l'exposition,
- une conférence à destination du grand public,
- des animations à destination des scolaires : démonstrations, rencontres, ateliers de découverte ou de pratique artistique,...
- une master class à destination de professionnels et de publics en formation, de Saint-Pierre et Miquelon et des provinces atlantiques du Canada (ce qui permettra d'initier des contacts entre professionnels de l'Archipel et professionnels canadiens).

Les rencontres entre ce professionnel et les différents publics de l'Archipel (professionnels, scolaires, demandeurs d'emplois et habitants) devront constituer un temps fort de la vie locale et être fortement valorisées par les médias.

Le professionnel, au-delà de la proposition d'animation d'une master-class, pourra être amené à s'impliquer également dans une action de perfectionnement des artisans d'art de Saint-Pierre et Miquelon (cf. paragraphe 5.2).

#### ***4.4 Une valorisation de l'artisanat traditionnel dans les musées***

Aucun musée de l'Archipel n'évoque expressément les savoir-faire artisanaux. Des possibilités de valorisation de l'artisanat local existent pourtant, autour de l'évocation de métiers liés à la pêche et à l'architecture : la forge, la charpente, etc. Pourrait être mis en avant aussi un savoir-faire actuel, propre à l'Archipel : le travail du cuir de morue.

Une réflexion devra donc être initiée avec les responsables des musées, en faveur de la définition d'une action de valorisation de l'artisanat traditionnel de l'Archipel. Les habitants de l'Archipel constitueront le public visé prioritairement par cette action. Il s'agira en effet d'ancrer la thématique « artisanat d'art » dans la réalité et la culture locales. Une recherche scientifique sur les métiers artisanaux pourra être conduite sous l'autorité du Musée de l'Arche, comme cela a pu être fait déjà pour l'architecture traditionnelle. Pour le moins, il devra être recherché comment valoriser explicitement les savoir-faire attachés aux objets exposés dans les musées et fabriqués localement : doris, ustensiles, etc.

A terme, il pourra être suggéré au Musée de l'Arche d'ajouter le thème de l'artisanat d'art à son offre de circuits de découverte.

#### ***4.5 Un développement des loisirs créatifs***

La sensibilisation du grand public, c'est-à-dire des clients potentiels, par une valorisation culturelle des métiers d'art pourra aussi être menée à travers un développement des loisirs créatifs et des stages de découverte des métiers d'art : en appréhendant par soi-même la difficile maîtrise des savoir-faire et des gestes, on comprend mieux la valeur et le prix d'un objet conçu et fabriqué par un professionnel. Dans le cas de Saint-Pierre et Miquelon, cette proposition d'action apparaît d'autant plus réaliste qu'il existe un haut niveau de pratiques associatives et culturelles dans l'Archipel.

Cependant, la formulation d'une offre de cours à destination des habitants (lucrative) ne pourra être encouragée qu'après qu'il ait été constaté une progression de la qualité des savoir-faire auprès d'un nombre significatif d'ateliers. Cette proposition est donc expressément conditionnée à l'installation préalable de (véritables) professionnels des métiers d'art dans l'Archipel. Dès lors, l'offre pourra également être élargie sous forme de séjours de découverte destinés aux touristes, dans le cadre de produits à organiser avec le CRT et des professionnels du tourisme (hébergeurs, etc.).

## **5. Accompagner les porteurs de projets et les professionnels**

Les principaux besoins évoqués au cours des entretiens avec les professionnels des métiers d'art de l'Archipel portent sur quatre points :

- les locaux de production,
- l'investissement (matériel),
- l'accompagnement individuel,
- la promotion et la commercialisation.

A ces demandes doit être ajouté un autre besoin, non nécessairement perçu par les professionnels, mais important à notre sens pour la réussite du projet de structuration de l'artisanat d'art dans l'Archipel : la formation. La formation initiale et le perfectionnement (formation continue) devront même constituer les bases de l'action d'accompagnement et de développement des ateliers, car il n'y a pas de viabilité économique possible pour un atelier dont les productions ne seraient pas de qualité suffisante. Les métiers d'art relèvent de l'excellence, rappelons-le.

Cependant, si la maîtrise d'un savoir-faire est une condition nécessaire à l'exercice professionnel d'un métier d'art, elle ne constitue pas une condition suffisante pour la réussite économique : le professionnel doit aussi savoir vendre, communiquer et bien évidemment administrer et gérer ; idéalement, il doit aussi être à l'écoute de son marché et innover, ou pour le moins faire preuve de créativité. Or le propre de l'immense majorité des artisans d'art est de posséder un goût assez modéré pour tout ce qui ne relève pas strictement de l'exercice du métier. Ils sont en effet généralement moins des dirigeants d'entreprise que des hommes (ou des femmes) de métier, passionné(e)s par le travail d'un matériau et/ou motivé(e)s par l'acte de création.

Une action collective pertinente pourra donc viser à mutualiser des moyens de conseils et d'informations, pour pouvoir accompagner individuellement et collectivement un ensemble de professionnels des métiers d'art et de porteurs de projet. Ainsi, en plus de la question (fondamentale) de la formation (initiale et continue), la structuration de l'artisanat d'art à Saint-Pierre et Miquelon passera par la mise en place d'une structure originale d'accompagnement, complétée par des actions destinées à favoriser l'investissement d'une part, les débouchés et commandes sur place d'autre part.

Les publics visés par l'accompagnement seront :

- les porteurs de projet, sensibilisés et détectés grâce aux actions préconisées ci-dessus,
- les professionnels des métiers d'art,
- et de façon indirecte : les habitants, les visiteurs et les touristes.

Il sera demandé en échange aux bénéficiaires (directs) de s'impliquer dans des actions de sensibilisation, voire pour les plus avancés d'entre eux dans l'accompagnement des futurs porteurs de projet.

Indiquons ici que les propositions ci-après (tant pour l'accompagnement que pour la valorisation) semblent entrer pleinement dans les grandes orientations économiques énoncées dans la *Lettre d'information du Conseil Territorial de Saint-Pierre et Miquelon* de mars 2009, à propos du schéma stratégique de développement. En particulier : renforcer la compétitivité, l'attractivité et le développement équilibré (...) en misant notamment sur l'innovation, amener les entreprises d'un même secteur d'activité à travailler en partenariat entre elles et avec les centres de formation ainsi qu'avec d'autres acteurs extérieurs à l'Archipel, accompagner les entreprises dans leur effort de diversification de leurs activités notamment afin de devenir moins dépendantes de la commande publique, redonner lisibilité et efficacité aux interventions publiques pour mieux accompagner les projets des entreprises.

### ***5.1 La formation initiale***

L'objectif sera de former des jeunes et des jeunes adultes par la mobilisation de financements publics pouvant leur permettre d'aller suivre une formation en métropole.

Les services de l'Etat et la Collectivité Territoriale sont favorables à la mobilisation de fonds en ce sens, comme ils ont pu le faire au cas par cas par le passé.

Il sera pertinent de se fixer un objectif d'accompagnement d'au moins 1 à 2 porteurs de projet nouveau par an, sur une période d'au moins cinq ans, afin que l'action ait une visibilité et un impact suffisants.

A son (éventuel) retour à Saint-Pierre et Miquelon, il devra être proposé au jeune diplômé un cadre propice au démarrage et au développement de son activité, comme spécifié au paragraphe 5.3.

### ***5.2 Le perfectionnement***

Comme dit précédemment, il est important de viser à perfectionner les ressortissants de la CACIMA ayant une activité en lien avec l'artisanat d'art, pour hausser le niveau de leur production (surtout) et encourager leur créativité.

Certaines actions de sensibilisation, en permettant la confrontation des acteurs locaux avec des œuvres et des professionnels de haut niveau, participeront à cet objectif : les expositions et les rencontres annuelles préconisées aux paragraphes 4.2 et 4.3 apporteront aux professionnels de l'Archipel des idées et favoriseront contacts, échanges et découverte de techniques ou de matériaux.

Mais le perfectionnement devra surtout s'envisager par des modalités d'échanges suivis avec de très bons professionnels. Deux pistes ont moins sont à envisager :

- les résidences,
- le mentorat/coaching.

La CACIMA a une expérience des résidences, puisqu'elle a favorisé plusieurs fois par le passé le séjour de professionnels des métiers d'art (français) à qui il a été demandé de s'impliquer dans des actions de transmission de leur savoir-faire. Il pourra être fait appel à cette expérience, mais en adaptant les modalités de l'action, puisqu'il s'agira dans le futur d'accompagner des professionnels exerçant des métiers différents. Au rythme d'une résidence par an, il sera fait appel à des professionnels des métiers d'art de haut niveau, aptes à s'impliquer dans une action « multi matériaux », soit parce qu'ils maîtrisent ces matériaux, soit parce qu'ils sont portés sur les créations composites (résultat de l'association de plusieurs matériaux). Pourront être invités aussi des designers et d'autres créatifs : un architecte, un plasticien, etc. Outre leur apport de connaissances techniques, de savoir-faire et d'expertise, ces professionnels seront sollicités pour :

- apporter aux professionnels locaux des contacts, des réseaux, etc.
- s'impliquer dans une action de sensibilisation : idéalement, les résidents seront chargés de conduire l'action décrite au paragraphe 4.3.

Pour ce qui est du mentorat/coaching, il s'agira de se rapprocher du Conseil des Métiers d'Art du Québec pour envisager les conditions d'un transfert de leur expérience de « mentorat-consultation » décrite au chapitre suivant.

### ***5.3 Un dispositif d'accompagnement à la création et au développement d'entreprises métiers d'art***

Cette action sera la plus innovante et la plus structurante. Elle constituera le cœur d'un programme de structuration et d'accompagnement des métiers d'art et donc exigera la plus grande implication de la part des acteurs publics.

Il existe en France deux ensembles complémentaires de dispositifs d'accueil et d'accompagnement de porteurs de projets de création d'entreprise :

- les couveuses d'entreprises, qui permettent de tester un projet en grandeur réelle préalablement à la création d'entreprise proprement dite ;
- les pépinières d'entreprises, qui accompagnent une entreprise dans les phases de création puis de démarrage de son activité.

Pépinière et couveuse sont des outils de développement local, complémentaires des dispositifs d'appui et des acteurs locaux du développement économique : la plupart du temps, le porteur de projet a en amont dégrossi son idée avec un organisme d'accompagnement et, à sa sortie, il sera orienté vers une chambre consulaire.

Pépinière et couveuse peuvent constituer les deux pans d'un projet global d'accompagnement à la création d'entreprises : une couveuse se situe en amont d'une pépinière et permet de « pré-tester » la faisabilité de projets qui pourront ensuite être accueillis en pépinière.



Les avantages d'un dispositif couplant couveuse et pépinière sont de l'ordre des synergies et des économies d'échelle. En particulier :

- la pépinière peut offrir aux entrepreneurs à l'essai un atelier et des équipements de production mutualisés,
- dès la décision de création d'entreprise arrêtée, l'ancien entrepreneur à l'essai peut être accueilli en pépinière en tant que chef d'entreprise ; ainsi, il continuera de bénéficier d'un accompagnement et de conseils, allégés par rapport à ceux de la couveuse mais permettant d'éviter un retour brutal au « droit commun » et un isolement du créateur d'entreprise,
- les moyens humains et les frais fixes peuvent être partagés entre pépinière et couveuse, permettant de réaliser des économies d'échelle.

Au sein de l'ensemble des couveuses d'entreprises, il y a lieu de distinguer un sous-ensemble particulier, celui des « coopératives d'activités et d'emploi », lesquelles revendiquent une « formule spécifique » d'accompagnement où « *accompagnants et accompagnés forment une seule entreprise* ». Grâce à son statut de SCOP (société coopérative), la coopératives d'activités et d'emploi peut en effet offrir à l'accompagné un statut d'entrepreneur salarié en CDI. Et lorsque son activité se révèle viable, il se voit proposer une alternative à la création d'entreprise : il peut décider de continuer à exercer son activité au sein de la coopérative et en devenir salarié-associé.

Un dispositif de type « coopérative d'activités et d'emploi » nous semble intéressant à envisager pour Saint-Pierre et Miquelon, notamment pour cette alternative qu'il offre à l'exercice indépendant d'un métier d'art. De plus, parce qu'une société coopérative favorise la mutualisation et les échanges, elle paraît particulièrement adaptée à la conduite d'une action de développement local à l'échelle d'un territoire comme celui de l'Archipel.

Le dispositif devra toutefois être d'un type particulier, pour deux raisons au moins. En premier lieu, il va de soi que la capacité d'appui et d'expertise que développera la structure devra bénéficier aussi aux entrepreneurs indépendants, notamment à ceux déjà installés, demandeurs d'accompagnement. Ensuite, il faudra certainement coupler la couveuse/coopérative d'activités avec de l'immobilier.

Pour le moins, le dispositif d'accompagnement à la création et au développement d'entreprises métiers d'art devra se concevoir comme une plate-forme de services spécialisés et personnalisés, accessible aux porteurs de projet, aux créateurs d'entreprise et aux professionnels des métiers d'art (indépendants et coopérateurs), qui devront pouvoir y trouver des réponses pour toute préoccupation concernant les fonctions situées en amont (veille sur les marchés, propriété intellectuelle, sourcing, gestion, comptabilité, etc.) et en aval (promotion et commercialisation) de la production.

Compte tenu de l'importance de cette proposition, et dans la perspective d'une mise en œuvre du dispositif préconisé à partir de la 3<sup>ème</sup> année du programme d'actions (2012 ?), une étude de faisabilité devra être réalisée dès la première année (2010 ?). L'étude de faisabilité devra permettre de dimensionner le projet et préciser :

- les modalités de l'accompagnement : définition des services, besoins en locaux de production,...
- les partenariats, les recettes d'activité et les cofinancements (subventions).

#### **5.4 Des aides à l'investissement**

Les professionnels des métiers d'art rencontrés ont fait part de deux types de besoins relevant de l'investissement :

- des locaux de production permettant aussi l'accueil du public (et bien situés par rapport aux visiteurs et touristes),
- des aides financières pour l'équipement.

Le premier besoin sera pris en compte dans le cadre de l'étude du dispositif d'accompagnement évoqué ci-dessus. Il sera évoqué également plus bas à propos de « pôle métiers d'art ». Le second besoin pourra s'inspirer de l'expérience du Conseil Général de la Haute-Loire, première assemblée départementale à avoir mis en place un dispositif d'aide et d'accompagnement des métiers d'art. Ce dispositif, défini et mis en œuvre dans le cadre d'un partenariat étroit avec la Chambre de Métiers et de l'Artisanat, se compose de trois axes. Un d'entre eux vise à faire bénéficier les ateliers de « micro subventions » :

- au démarrage : les « aides starter » concernent des entreprises en phase d'installation et portent sur un investissement initial (plafonné à 20 000 € HT) ; l'aide maximum est de 25% ;
- pour le développement : l'investissement concerné (plafonné aussi à 20 000 € HT) porte sur le matériel de production (machine, outillage,...), le matériel d'exposition (éclairages, mobilier de présentation,...), la matière d'œuvre utile à la production et à la commercialisation (hors main d'œuvre), les investissements liés au développement durable (mise aux normes, investissements liés aux économies d'énergie,...) et le matériel informatique ; l'aide maximum (total des aides du Département et de la Région) est de 30%.

D'après le Conseil Général de la Haute-Loire, bien que les subventions attribuées portent majoritairement sur des petits montants, elles s'avèrent généralement décisives pour le maintien ou le développement de très petits ateliers.

### **5.5 La création d'une ligne de produits porteurs de l'identité de l'Archipel**

Dès qu'il sera constaté une progression de la qualité des productions auprès d'un nombre significatif d'ateliers, il sera intéressant d'envisager :

- soit une action visant à donner une identité à l'ensemble des productions locales, ce qui favorisera leur valorisation et leur promotion dans l'Archipel et à l'extérieur ;
- soit la création d'une ligne spécifique d'objets porteurs de l'identité de l'Archipel ou inspirés de son patrimoine, et destinée à la clientèle à la recherche d'un objet souvenir ou d'un objet cadeau.

Idéalement, les produits devront faire référence à la fois :

- à l'Archipel, par les matériaux utilisés et/ou par l'identité et les valeurs dont ils seront porteurs (motifs, décors ou usages spécifiques),
- et à la France, par l'excellence de leur exécution.

Cette préconisation rejoint vraisemblablement le point de vue de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Réunion, qui exhorte ses ressortissants à partir de leur « culture de l'exotisme » et d'y ajouter une meilleure maîtrise des savoir-faire et une culture de l'excellence. L'exemple de l'Ile de la Réunion (rapporté en annexe) pourra d'ailleurs être pris pour référence par rapport à la première piste, qui nécessitera la collaboration d'un designer à qui il sera demandé d'apporter des méthodes de création utilisant les références culturelles de l'Archipel.

Pour ce qui est de la deuxième piste, il pourra être mis sur pied une opération tirant parti de diverses expériences conduites en métropole, par exemple dans les Régions Centre et Poitou-Charentes. Ces expériences enseignent en particulier que :

- c'est aux responsables de boutiques de sites culturels ou d'offices de tourisme (voire à d'autres clients : collectivités pour des cadeaux de prestige par exemple) de définir un cahier des charges à partir duquel il est demandé aux professionnels des métiers d'art de proposer des prototypes,
- l'accompagnement d'un designer (ou d'un consultant ayant une bonne connaissance du marché des objets dérivés et des objets souvenirs) permet aux responsables de boutiques et aux professionnels des métiers d'art de formuler des propositions créatives, situées en dehors de leur offre habituelle.

Par ailleurs, rappelons ici que, par manque d'information, il ne nous est pas possible de proposer une action à l'égard du cuir de morue. Cependant, il convient de considérer que cette matière et les savoir-faire qui lui sont associés sont spécifiques à Saint-Pierre et Miquelon et porteurs de potentialités (le marché - international - du cuir et de la maroquinerie est particulièrement dynamique depuis plusieurs années). Il faudra donc veiller à ce que la transmission de l'entreprise (et de ses savoir-faire) se déroule de manière optimale. Ensuite, en s'inspirant du cas de l'*Atelier de la Nacre* sur l'Ile d'Aix ou du modèle des écomusées (ces deux références sont en annexe), il y aura lieu de sensibiliser et d'accompagner le repreneur dans le développement d'une activité à fort potentiel, tant auprès du marché local qu'à l'extérieur.

## **5.6 La commande publique**

Les collectivités locales pourront aider l'essor d'une production de qualité par une politique de commande aux professionnels des métiers d'art. En fonction des métiers présents dans l'Archipel, cette commande pourra porter sur :

- la réalisation d'aménagements urbains, d'espaces publics, de signalétiques (panneaux de rue, signalétiques touristiques,...) ou de mobilier urbain,
- des aménagements intérieurs (locaux du CRT, d'administrations, etc.),
- des œuvres originales, en vue de la constitution d'un fonds (comme aux Iles de la Madeleine par exemple),
- ou des objets : cadeaux de prestige ou objets à vocation touristique (comme envisagé ci-dessus).

Selon l'intérêt des élus pour cette proposition, une alternative plus ambitieuse encore peut être imaginée :

- création d'une artothèque, par l'acquisition d'œuvres auprès des artistes (peintres, plasticiens, photographes,...) et des artisans d'art de l'Archipel ; cette action permettrait également de poursuivre un objectif de diffusion artistique auprès des habitants,
- création d'un fonds de dotation ou d'une fondation, pour mobiliser le mécénat (des entreprises et/ou des particuliers) aux côtés des fonds publics<sup>19</sup>.

## **5.7 Les Prix SEMA**

La SEMA organise chaque année les « Prix SEMA ». Ils sont remis aux niveaux départemental, puis régional et national. Sont concernés les professionnels de métropole et d'outre-mer. Les « Prix SEMA » visent à promouvoir l'excellence des savoir-faire et les professionnels qui en sont les détenteurs. Ils sont consacrés alternativement aux métiers de la tradition, de la création contemporaine ou de la conservation-restauration du patrimoine.

Dans chaque département (ou territoire), le Préfet est invité à organiser le Prix SEMA. Il peut convenir, après accord, d'en confier l'organisation au Président du Conseil Général (ou Territorial) ou de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat. L'attribution du Prix SEMA est faite par un jury présidé par le Préfet ou par le Président du Conseil Général (ou Territorial) ou de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat.

Dès qu'il sera constaté une progression de la qualité des productions auprès d'un nombre significatif d'ateliers (une dizaine), l'organisation du « Prix SEMA » pourra concourir à encourager (et à récompenser) la qualité auprès des professionnels de l'Archipel.

---

<sup>19</sup> Les dons des particuliers et des entreprises bénéficient depuis de la loi du 1<sup>er</sup> août 2003 sur le mécénat de dispositions juridiques et fiscales particulièrement attractives.

## **6. Valoriser les métiers d'art de l'Archipel**

Par valorisation, il faut entendre promotion et commercialisation. Et il faut envisager deux volets :

- la valorisation à Saint-Pierre et Miquelon,
- la valorisation hors Saint-Pierre et Miquelon.

Deux des artisans d'art interviewés (apparemment peu portés sur le volet commercial) évoquent l'intérêt d'une structure collective ou publique pour promouvoir et commercialiser les productions des professionnels des métiers d'art en dehors de l'Archipel. Un soutien public pourrait selon eux se justifier si cet organisme était chargé de commercialiser aussi les produits agroalimentaires et touristiques. De plus, ils arguent que produits artisanaux et agroalimentaires participent à l'identité (culturelle) et à l'attractivité (touristique) de Saint-Pierre et Miquelon. Une autre personne évoque l'intérêt d'un stand collectif, qui permettrait de promouvoir simultanément les métiers d'art et le tourisme. En tout état de cause, la nécessité de trouver des débouchés en dehors de l'Archipel, pour les productions locales futures, rendra obligatoire un volet « soutien à la promotion et à la commercialisation hors territoire ». Mais il faudra aussi mieux valoriser localement les ateliers et leurs productions, dans la perspective du développement d'un tourisme de qualité souhaité et encouragé par les institutions publiques de l'Archipel.

### **6.1 Des instruments de promotion collective**

Hors Saint-Pierre et Miquelon, l'action de promotion collective reposera pour l'essentiel sur :

- l'organisation de stands collectifs sur des grands salons, à Paris (Carrousel des Métiers d'Art et de Création – à l'instar de la Réunion -, Foire de Paris – sur l'espace Métiers d'Art -,...), en province (Grenoble, Nîmes, Toulouse, Tours,...) et à Montréal, ainsi que dans les provinces atlantiques si des opportunités se présentaient (peut-être en liaison avec le Comité Régional du Tourisme),
- un site Internet, pouvant aller jusqu'à la vente en ligne pour une sélection de produits,
- des actions de relation presse, en lien éventuellement avec le Comité Régional du Tourisme.

La valorisation à Saint-Pierre et Miquelon nécessitera pour sa part l'édition de supports de promotion touristique (sur papier), à destination de tous les publics de visiteurs et de touristes, avec certainement un effort particulier à destination des croisiéristes (en réponse à l'idée exprimée par plusieurs acteurs de l'intérêt d'informer les croisiéristes avant leur débarquement) et autres excursionnistes.

## **6.2 La labellisation des démarches exemplaires**

**Il a été fait référence un grand nombre de fois au concept d'économusée au cours des entretiens** : toute personne envisageant la vente sur place semble vouloir obtenir le label de la Société internationale du réseau économusée® !

Quasiment tous nos interlocuteurs font état des chiffres de fréquentation des économusées canadiens, mais **ils paraissent méconnaître la charte et les critères de sélection (stricts) du réseau**. Ils semblent en particulier ignorer les exigences ci-après, pourtant explicites dans la charte des économusées (présentée en annexe) :

- être une entreprise privée à but lucratif opérant depuis plus de trois ans ;
- réaliser des produits dont la qualité est reconnue ;
- avoir la capacité et le désir d'innover dans sa production ;
- générer un chiffre d'affaires de plus de 75 000 \$ par an ;
- être localisé sur ou près d'une route touristique déjà identifiée ou en développement ;
- opérer dans des bâtiments ayant les espaces nécessaires pour recevoir des visiteurs.

Toutefois, il est intéressant que les artisans de Saint-Pierre et Miquelon aient pour référence le modèle de l'économusée, qui doit notamment les conduire à intégrer la dimension d'interprétation, que de très rares ateliers ont compris et mis en œuvre en métropole où ce modèle est (quasiment) inconnu.

Par conséquent, la CACIMA pourra envisager d'accompagner les entreprises motivées dans les adaptations rendues obligatoires par un objectif d'intégration au réseau des économusées. Mais préalablement, une rencontre devra être organisée avec la Société internationale du réseau économusée®, afin de vérifier la faisabilité d'une extension du réseau au territoire (français) de Saint-Pierre et Miquelon et d'en connaître les modalités, notamment financières.

De la même façon, la CACIMA pourra utiliser les critères d'éligibilité au label « Entreprise du Patrimoine Vivant » pour guider avec pertinence des ateliers dans des stratégies individuelles de progrès, que l'obtention de ce label sélectif viendra récompenser et valoriser.

### **6.3 Un pôle métiers d'art**

Un pôle métiers d'art pourra être envisagé sur un site semblant propice à cette idée : le quartier autour de l'ancienne forge marine.

Les collectivités sont prêtes à favoriser ou accompagner un pôle / un regroupement de professionnels des métiers d'art à cet endroit :

- la Mairie de Saint-Pierre, par des aménagements urbains : piétonisation, signalétique,...
- la Collectivité Territoriale de Saint-Pierre et Miquelon, par l'acquisition de bâtiments historiques en vue de leur mise à disposition en faveur d'activités à vocation économique.

D'autres lieux peuvent aussi être envisagés à Saint-Pierre pour la création d'un pôle métiers d'art :

- les salines : ces petites maisons en bardeau, qui servaient de lieu d'entreposage pour les pêcheurs, pourraient être aménagées comme l'ont été celles de Havre-Aubert, aux Iles de la Madeleine, ou d'anciennes « cabanes » d'ostréiculteurs du Château d'Oléron, en Charente-Maritime ; leur taille restreinte (moins de 40 m<sup>2</sup>) ne permet cependant pas d'envisager l'installation de tout type de métiers ;
- l'ancienne « usine à poissons », dont l'intérêt réside (malgré son mauvais état) dans la possibilité d'accostage des navires de croisière.

Un pôle métiers d'art peut être défini comme une concentration d'entreprises métiers d'art dans un territoire, qui entretiennent des relations entre elles et avec ce territoire. Les quelques travaux disponibles sur le sujet indiquent qu'un pôle métiers d'art se développe en règle générale au sein d'un environnement de qualité, favorable au développement d'un tourisme de type culturel. Un pôle métier d'art repose généralement sur trois dimensions :

- la production, par la présence d'un nombre significatif d'ateliers,
- la commercialisation, par des démarches commerciales collectives,
- la formation, avec une offre de formation initiale, continue et/ou de stages de découverte.

Polariser plusieurs ateliers en un même espace correspond donc à la première dimension. En outre, derrière cette polarisation se trouve généralement une politique d'immobilier d'entreprise portée par une collectivité et dont la finalité est de favoriser (sous différentes formes) la mise à disposition d'espaces de production à des conditions plus avantageuses que celles du marché.

Dans le cas de Saint-Pierre, un pôle métiers d'art pourra bénéficier de la volonté de la Collectivité Territoriale de se rendre acquéreur de lieux de mémoire, pour les mettre ensuite à disposition d'acteurs privés (associations ou entreprises) désireux de les réhabiliter et de les faire vivre.

Mais créer un pôle métiers d'art, c'est aussi mettre en œuvre une action en faveur de la commercialisation et une offre de formation. Concernant la commercialisation, il peut être précisé que l'expérience apprend que la réussite passe par l'accompagnement d'un ensemble de professionnels portés sur l'échange et intéressés par la coopération. De ce point de vue, il est important de considérer que les professionnels rencontrés se sont pratiquement tous spontanément déclarés favorables à la proximité et aux échanges entre ateliers, ainsi qu'intéressés par l'installation d'autres métiers d'art dans l'Archipel. Au-delà, les instruments de promotion collective évoqués au paragraphe 6.1 sont de nature à satisfaire les « obligations collectives » d'un pôle métiers d'art en matière d'aide à la diffusion et, plus encore, le dispositif d'accompagnement à la création et au développement d'entreprises métiers d'art décrit au paragraphe 5.3 (une coopérative d'activités et d'emploi dotée d'une possibilité d'hébergement immobilier ?) permettra d'offrir aux professionnels des métiers d'art une plate-forme de services spécialisés et personnalisés, apte à prendre en compte directement leurs préoccupations de promotion et de commercialisation.