



# Artisanat de l'Ameublement

## Rapport 2022

Mars 2023

Rapport 202é - Programme CODIFAB Artisanat de l'Ameublement

## INTRODUCTION

Le programme d'action 2022 a été réalisé sans rencontrer de difficultés de mises en œuvre dans son ensemble sauf le programme Formation Professionnelle.

Le programme **Formation Professionnelle** a été le plus affecté par des actions non réalisées. Ceci notamment du fait d'une faible activité en formation continue qui n'a pas généré de revenus suffisants pour les actions prévues en auto financement (détail dans le rapport). Le projet de « CQP Villiers » est légèrement en retard de réalisation et finalisé à 80%.

La majorité des actions ont pu être dans l'ensemble conduites à leur terme avec la participation des entreprises et des partenaires envisagés.

Le budget global du programme a été respecté de même que les budgets de chacun des 5 programmes constitutifs pour la part financée ou cofinancée par le CODIFAB : les 5 programmes étant : Politique de la qualité AEF et ATF, Communication, Formation Professionnelle, Projets structurants et Fonctionnement.

\* \*  
\*

### I. Politique de la qualité

#### LABEL ARTISANS EBENISTES DE France

#### Action Eco conception / Artisan'Act

Les objectifs 2022 étaient de

- **Promouvoir et communiquer sur les projets** conçus par les 3 groupes d'artisans participants (R-Alpes / Vendée / Sarthe-Maine et Loire) et qui ont réuni plus d'une vingtaine d'artisans.
- Les livrables attendus étaient :
  - **Réalisation d'une vidéo** pour le groupe du projet « Les Barges de Loire », groupe Sarthe - Maine et Loire ». La vidéo a été transmise en copie à chacun des participants qui peuvent 'en servir sur leur site internet, lors d'expositions ou de portes ouvertes. Elle est également présente sur le site du Label AEF. (illustration site AEF, capture d'écran)
  - **Participation à 5 manifestations** de la réalisation du groupe d'artisans de Vendée : **la cuisine COCON**.

Quatre des 5 chambres de Métiers de la Région Pays de la Loire, excepté la Mayenne, ont souhaité accueillir cette réalisation pour l'exposer dans leur locaux.

Ces expositions à caractère local-départemental visaient à la sensibilisation des entreprises de l'artisanat tous Métiers confondus et ont également invité le public à en bénéficier. Elles ont fait l'objet de parutions sur les sites internet des Chambres de Métiers participantes et ont contribué à diffuser l'idée que l'écoconception était un concept à portée des entreprises de l'artisanat.

L'U2P de la Région Pays de la Loire a communiqué sur la thématique de la participation à un projet exemplaire d'une réalisation en commun entre les employeurs et les salariés des entreprises de l'artisanat.

Dans le cadre d'une communication grand public, le projet COCON a bénéficié d'une page de rédactionnel dans la revue trimestrielle «Maison et Jardin » pour l'édition de mars-avril-mai- 2022.



**Cuisine Cocon – Ecoconception – ARTISANACT exposée dans l'accueil de la CMA 85**

Ces actions avaient pour but de valoriser et communiquer sur la capacité d'entreprises de l'artisanat à répondre au défi de l'écoconception. Cette confirmation ouvre la porte à une communication d'ampleur nationale vers les entreprises de l'artisanat sur l'écoconception et les obligations induites par la loi AGECE.

### **Le Label Artisans Tapissiers de France, ATF : PARIS DECO OFF/HOME**

Quatre objectifs étaient assignés à la participation des entreprises du Label ATF à l'événement Paris Déco OFF.

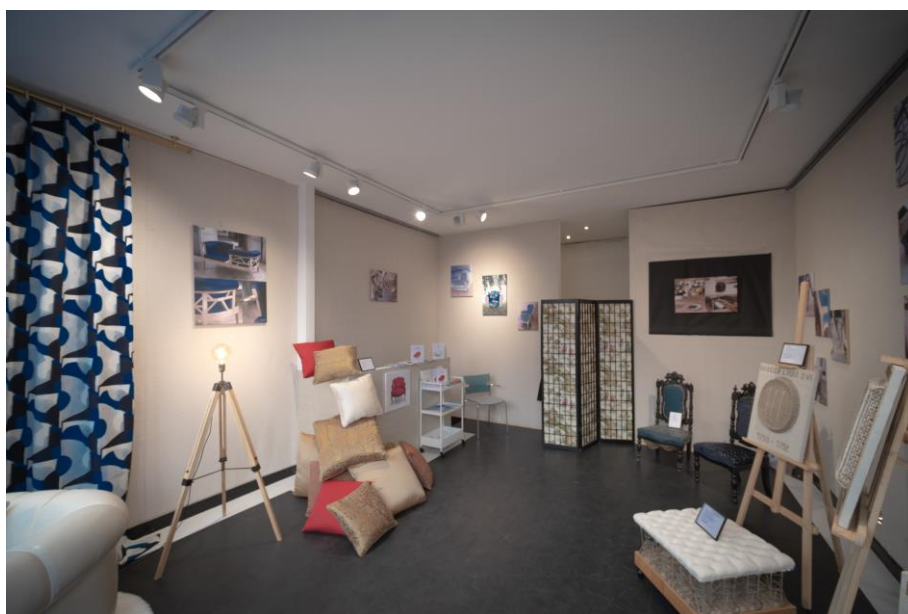
- **Rencontrer, faire connaître et promouvoir le Label auprès des consœurs et confrères toujours mobilisés en nombre pour cet événement.**
- **Se faire remarquer en tant qu'organisation par les Editeurs de tissus d'ameublement pour à terme engager des échanges avec ceux-ci sur les thématiques de :**
  - la valorisation des entreprises (tapissiers) qui font le choix du haut de gamme ou du luxe,
  - la prise en compte des problématiques environnementales dans la production et la diffusion d'objets ou la réalisation de chantiers qui intègrent les tissus d'ameublement.
  - Faire connaître, valoriser et promouvoir le Label auprès de prescripteurs (presse, décorateurs, architectes, designers).
  - Consolider le Label comme un outil de rapprochement des entreprises et de dynamisation des liens et échanges.

La principale difficulté et inconnue en 2022 était due au report des dates de mise en œuvre de l'événement qui ont été déplacées de janvier à mars. Malgré cela, le public professionnel était au rendez-vous et il est juste d'affirmer que les 4

objectifs assignés à cet engagement ont tous été atteints. Ce premier pas vers une action collective concrète pour le Label ATF a conduit les adhérents du Label à demander le renouvellement de la participation au Label lors de l'édition 2023.



Vitrine du show-room ATF - Détail PARIS DECO OFF MARS 2022



Vue partielle de l'intérieur du show-room ATF PARIS DECO OFF 2022

## Communication des Labels AEF et ATF.



## Pages d'accueil des sites Internet AEF et ATF



Pour chacun des Labels les sites internet ont été maintenus, développés, enrichis. Le travail et l'engagement sur les médias numériques (sites, réseaux sociaux ) étant plus poussé par le Label AEF, ce qui est dû au fait que l'animation et la mise en œuvre de la communication est totalement sous-traitée à une agence de communication pour les ébénistes. Le site s'est notamment enrichi en fin d'année d'un projet de « design motion » actuellement en deuxième redéfinition (version définitive février 2023).

**Presse déco** , habitat et art de vivre : Des pages publicitaires ont été publiées dans le trimestriel «**Maison et Jardin** » pour communiquer sur les deux labels et les sites internet de ceux-ci (septembre 2022) ainsi que sur la participation du Label ATF à Paris Off 2023 (décembre 22/fevrier 23). Les articles parus sont ensuite postés sur les supports numériques : sites des Labels et de la Profession, dans les Newsletters ainsi que sur le Blog de la Profession.

La fréquentation des sites et celle des parutions Facebook ou Instagram (Label AEF uniquement) se situe entre 1300 et 1500 abonnés pour les différents canaux.



## COMMUNICATION - PROGRAMME CODIFAB ARTISANAT 2022

Les actions afférentes au programme « COMMUNICATION » visent et servent les objectifs suivants

- **Apporter de la visibilité aux entreprises de l'artisanat.**
- **Sensibiliser et informer les entreprises de l'artisanat sur l'évolution des métiers, de leur environnement économique et institutionnel.**
- **Mobiliser les entreprises sur des thématiques collectives qui privilégient le lien de l'entreprise au marché et au consommateur, ou entraînent l'acquisition d'avantages concurrentiels.**

**Sensibiliser, Informer, Mobiliser les entreprises** sur des thématiques collectives : Les Journées de l'ARTISANAT sont un excellent outil, les supports numériques (blog, sites des labels, site de la Profession et Newsletters viennent en complément.

En 2022, le fil rouge des **Journées de l'artisanat** - organisées à Bayeux - était articulé autour des sujets de

- **L'Econception** : sujet concernant **TOUTES** les entreprises (ébénistes, agenceurs, tapissiers, autres).
- **L'Ecolabélisation** : le sujet a été présenté par Patrick Perier, Directeur du Pôle **Ameublement du FCBA** et concernait par ordre d'engagement les entreprises adhérentes au Label AEF, puis celles du Label ATF. Pour information et sensibilisation toutes les entreprises non-labélisées.
- **Les nouveaux producteurs** (laine/ soie imprimés) revendiquant des démarches écoconception/développement durable.  
Deux productrices engagées dans des démarches responsables, Céline Camilleri/Tisserande - laine et Catherine Mettetal/ Soieries - étaient invitées et ont participé aux échanges avec les entreprises présentes.

Les échanges ont **mobilisés plus de 60 entreprises en présence**, adhérentes et non adhérentes de la Profession, venues de tout le territoire national (Rhône, Tarn, Vendée etc...).

## CONCLUSION DES JOURNEES DE L'ARTISANAT

A la suite de ces journées et échanges le Label AEF à inscrit le projet d'Ecolabélisation dans son plan de marche 2023/2027.

Le sujet du plan « d'écoconception » , obligatoire pour toutes les entreprises à partir de janvier 2024, deviendra une priorité de la communication en 2023 et fera l'objet d'actions ciblées vers les entreprises et de mise en œuvre d'actions d'accompagnement de celles-ci. Ces thématiques orienteront fortement les priorités, les actions et décisions des prochaines années. L'enjeu est d'accompagner les entreprises de l'artisanat dans les évolutions majeures du marché.

## Visibilité des entreprises de l'artisanat

**Salons et Expositions :** 2 événements grand public ont fait l'objet d'une action dans le cadre du programme CODIFAB en 2022. Il s'agit du salon **Habitat et Jardin à Chambéry** (avril) et du salon **Art et Décoration (octobre)** à Paris. Le bilan de ces actions est paradoxal :

- l'événement de Chambéry a mobilisé 6 entreprises, demandeuses d'exposition après la période suivant le confinement et a satisfait les participants quant à la fréquentation.
- L'événement Parisien a poursuivi sa descente aux enfers et se dirige vers une disparition désormais inévitable. L'absence de fréquentation a déçu les entreprises participantes qui renoncent à poursuivre. Le problème de fond étant qu'il n'existe plus aucun salon grand public permettant aux entreprises de l'artisanat de promouvoir leur activité et leur production sur Paris et l'Île de France.

Le recours aux salons et expositions reste « mitigé » dans ses résultats. Ces actions restent toutefois une attente de nombre d'entreprises pour qui les salons, foires et expositions demeurent un moyen d'accès direct important aux consommateurs et pour gagner en visibilité. Les engagements budgétaires sont néanmoins très mesurés dans la période post-confinement.

**Les supports numériques et Internet, la Presse :** les Newsletters de la Profession, le Blog services, les sites Internet de chaque Label, les réseaux sociaux (Labels uniquement) sont les outils de communication indispensables pour générer des liens ou des contacts et diffuser des messages au quotidien. Il est permis d'avancer que si l'on ne peut s'en passer, ils ne génèrent toutefois qu'un faible engagement concrète ou une faible réaction de la part des internautes ou participants. Ce sont des outils qui contribuent à « faire exister », mais ne déclenchent pas de démarches d'engagement (adhésions aux labels par exemple).

Dernier support utilisé par l'Artisanat : **les revues « habitat-Art de vivre »** , deux titres ont été sélectionnés en fonction de leur lectorat et de leur accessibilité budgétaire : **Maison et Jardin** ainsi que **SENIOR ACTUEL**. Nos publions un à deux publi-reportages par an dans chacun des deux titres de la presse.

En 2022, l'un était consacré aux **Métiers Rares** de l'artisanat dans les deux revues, l'autre à la participation du Label ATF à **PARIS DECO OFF/ PARIS DECO HOME**.

Nous ne disposons pas de mesure d'impact et d'intérêt du lectorat de ces revues quant aux sujets liés à l'artisanat. Nous savons en revanche que les articles sont vus par nombres d'entreprises qui en font mention lors d'échanges avec la Profession.

C'est dans l'utilisation conjointe de ces différents outils : presse, Sites Internet, Réseaux Sociaux, Salons et Expositions - qu'est travaillée et construite la visibilité de l'artisanat et ses entreprises ainsi que le soutien du CODIFAB.



## FORMATION PROFESSIONNELLE ET Economie Circulaire - ESS - PROGRAMME CODIFAB 2022

Le projet de l'action « Formation Professionnelle et Economie circulaire » n'a pu être que partiellement réalisé en 2022.

Une difficulté d'exploitation a généré un problème de financement des actions projetées en autofinancement, notamment celles conçues en direction de l'ESS. Ce qui a empêché la mise en œuvre complète des projets, plus particulièrement celle des stages pour l'ESS ainsi que la création et diffusion des vidéos visant la valorisation des parcours de qualification conçus par l'artisanat pour les salariés en insertion.

Ces deux actions étaient prévues pour être réalisées en autofinancement, sans cofinancement du Codifab.

- **Exploitation rendue impossible** : Les CQP et référentiels de formation exploités aisément les années précédentes devaient pour pouvoir poursuivre leur exploitation être validés par le RNCP. Ces référentiels ont été déposés en **octobre 2021** auprès du RNCP. ils n'ont été examinés **qu'un an après**, en **septembre 2022** et furent ajournés par la commission en charge au RNCP.
- La situation a de fait conduit à un gel total des stages pour l'ESS et en définitive à une année blanche sur le plan budgétaire. Ce sont **48 000 €** de ressources en autofinancement qui manquent à la réalisation du programme initial.

Le principal objet du financement CODIFAB pour la Formation Professionnelle était consacré à la réécriture du **CQP Villiers** (pour les tapissiers). Ce travail a été réalisé à **90 %**. L'objectif de disposer d'un nouveau référentiel de formation pouvant être proposé aux artisans sera réalisé en avril 2024.

La conformité aux règles de certification ont été prises en compte par les groupes de travail de formateurs (préparation examens) dans le développement du projet et celle d'un lieu de formation adapté et sa mise en œuvre en 2024 (modalités de mise en œuvre des modules et stages en respect de la Certification Qualiopi, lieu de formation et contraintes d'accueil des publics).

### PROJETS STRUCTURANTS PROGRAMME CODIFAB 2022

L'objet de cette action était

1. De connaître et mesurer les principales évolutions du secteur de l'artisanat depuis 2015. C'est un apport nécessaire pour la connaissance du secteur après la crise sanitaire et l'évolution de l'activité et éclairer les décisions de la Profession pour le moyen terme.
2. Poursuivre le travail d'enquête (entretiens qualitatifs) et de **sensibilisation** auprès des entreprises de l'artisanat sur deux sujets vitaux : la transmission de l'entreprise, la Transition numérique.

#### Rapport sectoriel Artisanat de l'ameublement :

L'étude a été menée par le bureau d'études Xerfi Spécifics. Le travail a été mené avec la même méthodologie que les 4 études précédentes et permet ainsi des comparaisons dans la continuité.

L'Etude est mise à disposition de tous demandeurs et publiée sur le site Internet de la Profession.

### **L'évolution du secteur de l'artisanat présente deux caractères inquiétants pour**

- La croissance explosive des entreprises n'employant aucun salarié ces 6 dernières années (2015-2021) et en parallèle la baisse de leur part dans le chiffre d'affaires total du secteur, indicatrice de perte de ressources et de revenus. Une grande frange de l'artisanat est dans la paupérisation, au mieux frôle celle-ci.
- L'élévation de l'âge moyen des chefs d'entreprises, celui-ci s'élevant désormais à plus de 55 ans pour 43 % des responsables. Cette situation indique qu'engager un travail sur la transmission d'entreprise devient une priorité pour la Profession.

### **Enquêtes qualitatives et Sensibilisation sur les thèmes Transition Numérique/ Transmission d'entreprise. Entretiens qualitatifs et rencontres avec des chefs d'entreprises (25 entretiens).**

**Transition numérique :** au terme d'une quinzaine d'entretiens menés avec des responsables d'entreprises ce sujet ne paraît pas être une préoccupation particulière des entreprises de l'artisanat. Elles ne se sentent écartées de la transition numérique que dans les aspects administratifs de la gestion de l'entreprise, mais sont épaulées sur le terrain par les cabinets comptables ou les centres de gestion auxquels les entreprises recourent habituellement, les Chambres de Métiers sont également déjà très actives sur le sujet au niveau départemental. A souligner : ne sont pas formulées d'attentes spécifiques à l'égard de la Branche.

**Transmission d'entreprise :** à l'inverse du thème précédent ; ce sujet éveille nombre de questions parmi les chefs d'entreprises interrogés. Un besoin d'éclairage, d'information et d'accompagnement dans la planification et la mise en œuvre se révèlent rapidement.

De même, acquérir une connaissance précise des nombreux impétrants et de leurs apports concrets dans ce domaine est incontournable et génère donc de très nombreux échanges avec les institutions et partenaires potentiels.

L'intervention de la Branche ou de la Profession semble être perçue comme légitime et utile sur le sujet.

Cela indique qu'il faut développer des outils et des actions pour devenir un tiers de confiance, un acteur et un référent dans l'accompagnement des entreprises de l'artisanat dans ce domaine. Ces éléments feront l'objet du programme 2023 du CODIFAB.

## **BUDGET FONCTIONNEMENT PROGRAMME CODIFAB 2022**

Le budget de fonctionnement présente une dépense réalisée de 166 920 € TTC pour une affectation prévisionnelle de 166 992 € TTC en budget CODIFAB.

Malgré les problèmes induits par l'inflation en 2<sup>e</sup> partie d'année le budget a été respecté en grande partie du fait de la tempérance des fournisseurs (loyers) et des prestataires récurrents.

\* \*

\*