

METIERS D'ART la lettre

supplément dossier technique 2

La commercialisation des Métiers d'Art en France

Une étude sur les Métiers d'Art en France aborde la question de la commercialisation de façon assez complète. Autour d'un constat : la commercialisation n'est pas aisée, l'étude aborde des pistes de travail, la structuration du marché, la demande, une analyse de la diffusion... Nous en résumons pour vous les grandes lignes.

la difficulté de la diffusion

En France, les Métiers d'Art se voient refuser l'étiquette de création artistique, passeport pour l'accès aux canaux de diffusion de l'art, galeries, expositions, salons et acheteurs. Ils se voient donc écartés de ce réseau de diffusion organisé structuré et puissant.

De fait, les Métiers d'Art en France n'ont toujours pas trouvé de place légitime entre les marchés et les foires directes aux particuliers (qui nécessitent que l'artisan soit aussi vendeur) et une petite centaine de galeries qui acceptent marginalement d'intégrer l'Artisanat d'Art dans leur diffusion.

les pistes de diffusion

On recense 4 principales manières de vendre les produits d'Artisanat d'Art :

- les foires professionnelles : peu nombreuses, très visibles. Efficacité nuancée, à envisager dans le cadre d'un effort de plusieurs années.
- les foires et salons grand public : nombreux. Perspectives de rentabilité à court terme mais perspectives moyen terme limitées. Aborder en groupe permet d'améliorer la visibilité.
- les galeries spécialisées : quelques dizaines. Nécessité d'accepter le dépôt de consignation et ses contraintes financières.

- les galeries généralistes : quelques dizaines qui émergent. Ces galeries ou collectifs d'artistes, choisissent d'intégrer les objets d'artisanat d'art dans leur diffusion.

la demande

80% des achats se situent dans une tranche de prix inférieure à 460 T. Au delà de ce montant, l'achat nécessite une réflexion, un échange.

Les consommateurs d'Artisanat d'Art se répartissent pour l'essentiel autour des catégories suivantes :

- **consommateurs particuliers français**, avec d'une part les collectionneurs (plutôt tournés vers les objets anciens), d'autre part les amateurs d'art contemporain ou d'artisanat d'art (appréciant les objets originaux). Tous bénéficient de revenus confortables .
- **particuliers étrangers résidents**, à la recherche d'objets pour meubler maison ou appartement avec la "french touch".
- **touristes**, pour une consommation plus touristique qu'artistique, avec une recherche d'objet symboliquement représentatif de la France et de ses territoires.
- **les entreprises et l'Etat** achètent peu d'Art, et moins encore d'Artisanat d'Art.