

Regards Croisés

Numéro 9

du 24 février au 11 mars 2006

DES ARTISANS CHAMPIONS D'EUROPE

Dans une compétition que les spécialistes qualifient de plus difficile que le Mondial, les handballeurs français sont devenus champions d'Europe.

Cette victoire a mis en évidence l'enthousiasme d'un groupe, la complémentarité et le talent des membres de l'équipe, le charisme de l'entraîneur et révélé, par ailleurs, un sponsor aussi inhabituel qu'inattendu : l'Artisanat, première entreprise de France.

Certes, les artisans ont l'habitude, au plan local, d'accompagner les activités sportives dans les communes où ils exercent : mais jamais ils ne s'étaient manifestés au niveau d'une équipe nationale et d'un championnat d'Europe, jusqu'à présent, laissant ce type de partenariat aux grands groupes nationaux ou internationaux.

Non contents d'être seulement la 1ère entreprise de France, les artisans s'affichent désormais sur des maillots de champions d'Europe, confirmant ainsi leur ambitieuse stratégie de communication et de promotion de l'image des métiers. A ce niveau d'investissement, une question peut légitimement se poser : pourquoi ? Au moins pour trois raisons.

Tout d'abord, il convient de dire que les artisans ont longtemps souffert d'une sorte d'indifférence à l'égard de leur secteur d'activité et beaucoup d'entre eux auraient pu



dire ce que l'entraîneur de l'équipe de France de handball, Claude Onesta, déclarait au lendemain de la victoire de son équipe « Nous disposons d'un véritable produit de luxe que l'on ne sait pas vendre ». Dans le 21ème siècle de l'image et de la communication, le savoir-faire est en effet impératif mais il n'est rien sans le faire-savoir.

A moins d'accepter l'idée d'être submergés par les grandes entreprises, les artisans doivent donc impérativement entrer dans la compétition de la communication et de l'image.

En second lieu, il faut ajouter que la communication est d'autant plus efficace qu'elle se double de cette dose d'émotion qui ouvre les portes de l'extraordinaire et de l'exceptionnel. Voir le slogan « L'Artisanat, 1ère entreprise de France » sur une brochure ou sur le maillot de l'équipe de France de handball n'a

pas la même saveur. Il y a dans le second cas, une association d'idées qui donne nécessairement un côté dynamique, un côté moderne, un côté sympa à un secteur qui doit se battre en permanence contre des clichés archaïques. En d'autres termes, s'il y a un secteur qui a besoin de ce supplément de rêve pour présenter ses métiers, pour démontrer leur relation avec la technologie et l'innovation, c'est bien l'Artisanat.

En troisième lieu, la communication a rendu à l'Artisanat sa fierté et démontré l'intérêt de la solidarité. Pour financer cette campagne, chaque artisan ne verse que quelques euros, avec lesquels il ne pourrait, bien évidemment, rien faire dans ce domaine très budgétivore de la publicité. Mais ces quelques euros deviennent des millions par la force du nombre et l'intelligence de la mobilisation.

Et c'est aussi pour cela que l'Artisanat est bien dans son siècle et qu'il reste plus que jamais un atout pour la France et une chance pour l'Europe.

L'interviewé ?

Pascal PELLAN

Secrétaire Général

Chambre de Métiers et de l'Artisanat
des Côtes d'Armor (St Brieuc)

p.pellan@cm-saintbrieuc.fr

02 96 76 50 00



Regards Croisés

Pour un coup d'essai dans le sponsoring sportif, c'est plutôt un coup de maître.

Chaque artisan verse, au titre de la promotion de l'artisanat, une somme de 10 euros qui est affectée à un fond spécial, le Fond National de Promotion et de Communication de l'Artisanat (FNPCA), géré paritairement par l'Union Professionnelle Artisanale (UPA) et l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers et de l'Artisanat.

Actuellement, la présidence du Fonds est assurée par Alain Griset, président de l'APCM, Assemblée Permanente des Chambres de Métiers et de l'Artisanat.

C'est ainsi qu'est née la campagne si largement médiatisée,

« **l'Artisanat, première entreprise de France** ».

“ Parmi les autres créations, citons les kits de communication à l'adresse des écoles et les campagnes en faveur de l'apprentissage, avec des slogans qui font tilt. ”



“ Dernière nouvelle : Saint-Brieuc a été retenue comme ville-étape du championnat du monde de handball féminin de 2007 ”

Retrouvez Regards Croisés sur www.artisans-22.com

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : JEAN-CLAUDE MOY
RESPONSABLE RÉDACTION : PASCAL PELLAN