

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIÈRES

L'OBJET DE LA CONSULTATION :

Élaboration de la campagne de relations presse des Journées Européennes des Métiers d'Art

Les prestations devront être exécutées, à compter de la date de notification du marché, dans le(s) délai(s) ci-dessous :
de la mi-novembre 2016 à la mi-novembre 2017.

ETENDUE DE LA CONSULTATION :

La consultation est passée en application de l'article 10 de l'ordonnance n°2015-899 du 23 juillet 2015 relative aux marchés publics et de l'article 27 du Décret n° 2016-360 du 25 mars 2016 relatif aux marchés publics.

Le pouvoir adjudicateur est l'INMA, 23 avenue Daumesnil, 75012 PARIS

Le représentant du pouvoir adjudicateur est Madame Marie-Hélène FREMONT, Directrice Générale de l'INSTITUT NATIONAL DES MÉTIERS D'ART.

INTERLOCUTEUR :

Madame Camille Bidaut
Responsable des Journées Européennes des Métiers d'Art
INMA
23, avenue Daumesnil
75012 Paris
01 55 78 86 10 / bidaut@inma-france.org

DESCRIPTION DES PRESTATIONS ATTENDUES :

1. L'Institut National des Métiers d'Art

L'Institut National des Métiers d'Art est **l'opérateur de l'État au service des métiers d'art**, secteur de l'économie et de la création française à haut potentiel de développement.

Le rôle de l'INMA est d'anticiper l'avenir du secteur, le préparer en créant les conditions favorables à son développement pérenne. De par son identité et son positionnement, l'INMA fédère l'ensemble des acteurs publics et privés en faveur du secteur et développe une expertise qui fait référence au plan national et international.

L'Institut National des Métiers d'Art est la **structure unique à caractère interministériel qui associe l'ensemble des acteurs du secteur professionnels et institutionnels, au service de l'intérêt général des métiers d'art**. L'INMA favorise les échanges, développe une expertise et donne une cohérence aux différentes dynamiques.

L'Institut National des Métiers d'Art (INMA) est une **association reconnue d'utilité publique et d'intérêt général**.

Il est placé sous la double tutelle :

- Secrétariat d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances, chargée du Commerce, de l'Artisanat, de la Consommation et de l'Économie sociale et solidaire
- du ministère de la Culture et de la Communication

Ses missions :

OPERATEUR DE L'ÉTAT AU SERVICE DES METIERS D'ART

Interface entre l'État, les collectivités territoriales et les professionnels, l'INMA :

- produit des données sur les métiers d'art et leur environnement
- contribue à l'élaboration de la réglementation et à l'aide à la décision
- accompagne la transmission des savoir-faire et la valorisation du patrimoine immatériel : dispositif Maître d'Art-Elèves
- représente la France dans le cadre de coopération internationale : projets d'échanges européens et internationaux.

LABORATOIRE DU FUTUR DES METIERS D'ART

Moteur de la recherche-développement qui prépare l'avenir des métiers d'art,

- l'INMA : mène une veille active sur l'évolution du secteur au plan territorial, national et européen
- anime un think tank et do tank au service de l'économie, de la culture, de l'éducation et de l'emploi
- soutient la recherche : expérimentations, colloques, journées d'études internationales, rencontres
- organise le partage de la connaissance afin de nourrir une réflexion commune : les Rendez-vous de l'INMA.

TETE DE RESEAUX ET FORCE DE CONCERTATION

Créateur d'échanges entre économie, éducation et culture, animateur de réseaux pour renouveler la formation, faciliter l'emploi et l'entrepreneuriat, l'INMA :

- agit au cœur des partenariats entre l'État et les régions
- apporte une expertise et accompagne les acteurs pour le développement territorial des métiers d'art
- conduit une réflexion pour adapter la formation aux nouveaux enjeux du secteur
- promeut les dispositifs dédiés et innovants utiles à la création d'activité économique.

SOURCE ET LIEU D'INFORMATION POUR LES METIERS D'ART

Au service des professionnels, des jeunes et du public, l'INMA :

- nourrit un site web sans équivalent : institut.metiersdart.org
- dispose d'un Centre de ressources unique ouvert au public
- développe des outils d'information de référence : Annuaire officiel des métiers d'art, Annuaire des lieux de commercialisation, Fiches métiers, base de données, cahiers thématiques, revue de presse.

AMBASSEUR DE LA NOUVELLE IMAGE DES METIERS D'ART

Révéléateur de talents, organisateur d'événements, l'INMA :

- coordonne tous les ans la plus importante manifestation du secteur dans le monde : Journées Européennes des Métiers d'Art (JEMA)
- organise le seul prix dédié aux jeunes en formation et en fait un tremplin pour les jeunes talents : prix Avenir Métiers d'Art et prêt d'honneur entrepreneurs des métiers d'art.

2. La Sélection du titulaire du marché public.

2.1. Les dates d'exécution de la prestation :

Les JEMA 2017 se tiendront les 31 mars, 1 et 2 avril 2017, selon les stipulations de l'article 4.2 du présent CCTP.

2.2. Le titulaire :

Ce marché prévoit l'élaboration de la campagne de relations presse des Journées Européennes des Métiers d'Art.

3. Présentation générale du projet

3.1. Contexte :

LES MÉTIERS D'ART, UN SECTEUR D'AVENIR

Métiers d'hier et d'aujourd'hui, les métiers d'art sont surtout des métiers de demain.

Ils représentent un incroyable éventail de savoir-faire qui se transmettent aux nouvelles générations. Ces métiers sont exercés par des professionnels maîtrisant un savoir-faire acquis après une longue formation et s'expriment autant dans des activités de production, de création, que de restauration du patrimoine, faisant appel à un travail de transformation de la matière (métal, bois, cuir, verre, terre, textile,...).

Les professionnels des métiers d'art sont d'abord des hommes et des femmes de passion.

Ils façonnent, restaurent, imaginent des pièces d'exception à la croisée du beau et de l'utile. Mais comment les identifier avec plus de précision ? Un métier d'art peut être défini par l'association de trois critères :

- Il met en œuvre des savoir-faire complexes pour transformer la matière.
- Il produit des objets uniques ou des petites séries qui présentent un caractère artistique.
- Le professionnel maîtrise ce métier dans sa globalité.

Un secteur reconnu par la loi :

L'article 20 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat, modifié par la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine, définit le secteur des métiers d'art et reconnaît officiellement son existence comme secteur économique à part entière :

« Relèvent des métiers d'art, selon des modalités définies par décret en Conseil d'Etat, les personnes physiques ainsi que les dirigeants sociaux des personnes morales qui exercent, à titre principal ou secondaire, une activité indépendante de production, de création, de transformation ou de reconstitution, de réparation et de restauration du patrimoine, caractérisée par la maîtrise de gestes et de techniques en vue du travail de la matière et nécessitant un apport artistique. La liste des métiers d'art est fixée par arrêté conjoint des ministres chargés de l'artisanat et de la culture. »

Cette définition apporte une reconnaissance légale au secteur, le rendant mieux identifiable. Mieux défini et donc structuré, le secteur peut plus aisément défendre ses intérêts et remettre à plat des questions auxquelles il est confronté telles que les statuts, les régimes fiscaux ou encore les régimes de retraite.

Acteurs de l'économie de la création, au-delà des statuts juridiques et fiscaux, les métiers d'art incarnent des valeurs fortes, intemporelles et universelles : l'exigence permanente de la qualité, dans la fabrication et la créativité, l'authenticité, le sur-mesure, la proximité, la durabilité, etc.

Ils répondent aujourd'hui à une aspiration mondiale à consommer des produits qui ont une identité et une âme, dont le temps d'élaboration, la créativité, l'intelligence manuelle et la durée de vie sont la valeur ajoutée.

Au carrefour de l'art, des entreprises et de la technologie, leurs ateliers sont des laboratoires de l'innovation et de nouveaux espaces de dialogue entre tradition et modernité, capables d'engendrer des retombées économiques pour des secteurs connexes (mode, design, architecture, édition et industrie).

Patrimoine de nos régions, les métiers d'art participent au dynamisme des territoires et représentent un atout en termes d'économie locale, de lien social et d'attractivité touristique.

Ils contribuent au rayonnement de la France à l'international et représentent de nombreux atouts en termes d'export pour les entreprises.

Ils sont aussi une réponse à des enjeux d'emploi et d'insertion et doivent relever des défis de transmission, de qualité des formations, de renouvellement des productions, d'adaptation aux marchés à travers un accompagnement personnalisé.

Au-delà des valeurs qu'ils incarnent, les métiers d'art ont un poids économique considérable et un haut potentiel de développement.

Pour l'INMA, art et métier sont indissociables !

S'instruire des savoir-faire du passé pour inventer ceux du présent, donner aux nouveaux professionnels la formation et le statut qu'ils méritent, les orienter, les mettre en valeur, les aider à

inventer les métiers d'avenir, faciliter les conditions de leur installation et de leur développement économique : l'INMA féconde et démultiplie les potentiels de ces métiers.

3.2. Les Journées Européennes des Métiers d'Art

>LE PREMIER ÉVÉNEMENT INTERNATIONAL DÉDIÉ À UN SECTEUR D'AVENIR

Les Journées Européennes des Métiers d'Art (JEMA) ont été créées à la demande des pouvoirs publics en 2002, afin de valoriser la richesse, la qualité et l'importance du patrimoine immatériel français.

Coordonnées par l'Institut National des Métiers d'Art, ces 3 journées sont basées sur le principe d'ouverture des ateliers ou de monstrosations hors-les-murs, par les professionnels et centres de formation. Le grand public est invité à vivre une expérience unique, grâce à une programmation foisonnante et parfois insolite, partout en France.

LES MÉTIERS D'ART SONT AU CŒUR DE NOTRE SOCIÉTÉ

Les métiers d'art font partie intégrante de notre société et ce depuis des siècles. De par leur identité, histoire, richesse, et rayonnement exceptionnels, ils touchent de nombreux domaines qui sont, aujourd'hui des axes de développement pour le territoire français.

UN RENDEZ-VOUS ÉCONOMIQUE ET CULTUREL UNIQUE

Pour les professionnels, c'est l'occasion de participer à un événement exceptionnel consacré au secteur, pour :

- faire découvrir son métier,
- se faire connaître du public et par conséquent de futurs clients et prescripteurs,
- améliorer sa visibilité grâce à la communication mise en œuvre,
- échanger et partager avec les visiteurs.

Pour les musées, lieux patrimoniaux et culturels, les JEMA permettent de renouveler leur programmation, de valoriser leur patrimoine lié aux métiers d'art, de diversifier ou renouveler leur visitorat, etc.

Pour les centres de formation, la manifestation permet de sensibiliser le grand public, de communiquer sur les formations dispensées et d'aller à la rencontre de futurs élèves, in-situ et/ou hors-les-murs.

Pour les collectivités territoriales, les métiers d'art sont un vecteur d'attractivité culturelle, touristique et économique. Les JEMA mettent à l'unisson les différents acteurs et créent une dynamique sur le plan local.

>2016, UN MESSAGE FORT ET UN REGARD FRAIS

LES OBJECTIFS FIXÉS POUR LA DIXIÈME ÉDITION DES JEMA

Replacer l'humain au cœur des métiers d'art : construire une nouvelle citoyenneté avec les JEMA

- Œuvrer pour les professionnels et le rayonnement des Métiers d'Art sur le plan local,
- Conforter et ancrer les actions « jeune public » dans la programmation,
- Accroître l'impact économique des JEMA,
- Valoriser l'authenticité humaine,
- Sensibiliser le public aux valeurs citoyennes du secteur,
- Développer le ralliement européen en vue d'une ouverture internationale des JEMA.

UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION DIFFÉRENCIANTE ET ORIGINALE

Proposer une thématique porteuse

Pour révéler la richesse et l'avenir des métiers d'art, l'Institut National des Métiers d'Art a choisi pour cette dixième édition la thématique *Métiers d'art, gestes de demain*.

Délivrer un message engagé

L'INMA a publié un manifeste qui affirme au grand public, aux médias et au monde professionnel, une vision résolument positive du secteur :

- montrer comment, au-delà de leurs prouesses techniques, les métiers d'art participent à un véritable projet de société et d'intelligence collective.
- valoriser l'énergie créative de leurs savoir-faire qui alimente de nombreux secteurs de l'économie réelle, locale et de proximité.

Les gestes de demain sont aussi ceux d'entrepreneurs qui pour avancer créent, sur leur territoire, les conditions d'un art de vivre ensemble, conscient et engagé.

Interpeler par une communication visuelle au regard neuf et audacieux

Le manifeste *Métiers d'art, gestes de demain* est illustré par un reportage photographique réalisé aux cœurs des ateliers et de leurs activités journalières.

Les professionnels, incarnant le nouveau visage des métiers d'art, sont les héros du quotidien.

LE MANIFESTE MÉTIERS D'ART, GESTES DE DEMAIN

• AU CŒUR DES MÉTIERS D'ART, L'HUMAIN

S'inscrivant dans les aspirations nouvelles d'une société en quête de sens, les métiers d'art véhiculent des valeurs d'humanité, de fraternité et de lien social.

• UNE SIGNATURE QUI FAIT SENS

De leurs gestes reliant la main à l'esprit, les métiers d'art transforment la matière et offrent des biens culturels durables, signés de l'empreinte sensible et unique de leur auteur.

• DES RACINES POUR LE FUTUR

L'identité des métiers d'art est hybride : forgée par les maîtrises séculaires et par l'évolution de savoir-faire transmis de génération en génération. Notre patrimoine européen se situe à la croisée de la tradition et de l'innovation.

• UN ART DE VIVRE CONSCIENT ET ENGAGÉ

Les métiers d'art matérialisent un choix de vie fait de beau, de plaisir, d'unique, d'utile et de qualité ; une expérience à vivre, sur soi, chez soi, comme dans l'espace public ; fait pour nous, du plus accessible au plus exceptionnel.

• UNE CULTURE D'OUVERTURE

Répondant aux enjeux sociaux et économiques actuels, les métiers d'art mettent en pratique une culture du travail et de l'entreprise collaborative et transdisciplinaire, à la source de nouveaux marchés locaux et mondiaux.

• UNE ÉCONOMIE DE LA JUSTESSE

Les métiers d'art sont ancrés dans une économie réelle, de proximité, respectant un temps juste, qui invite à reconsidérer nos choix de consommation.

>UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION GLOBALE ET INTÉGRÉE

À travers une approche cross média, l'INMA élabore une stratégie de communication globale et intégrée ainsi que des supports de communication diversifiés et déclinables régionalement, dans le but de toucher les différents publics, partout en France.

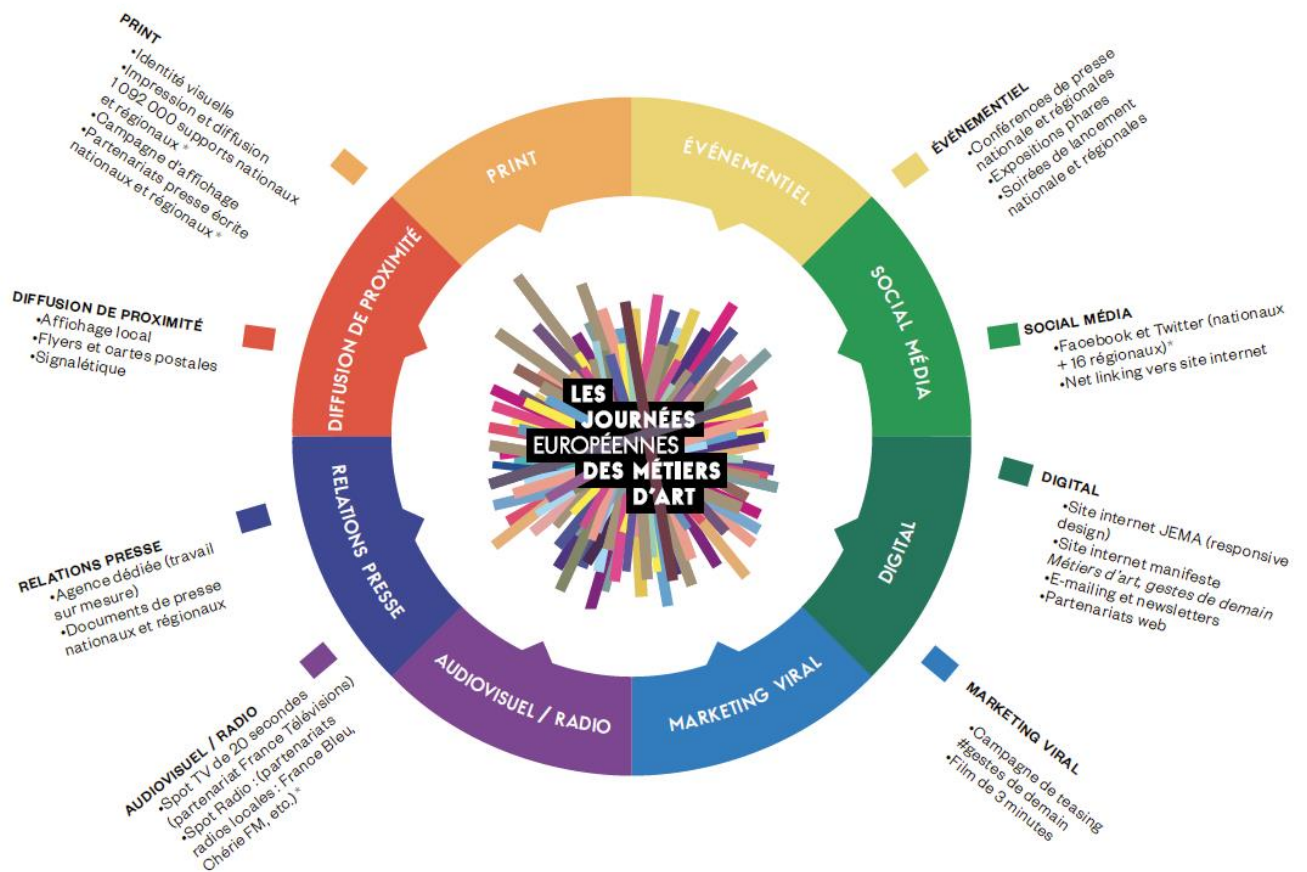
Les coordinations régionales se positionnent à partir de cette stratégie nationale, pour mettre en œuvre la leur, adaptée aux caractéristiques propres de leur territoire.

LES OBJECTIFS

- Renforcer la notoriété de la manifestation
- Développer la visibilité sur les plans local, national et aussi international

LES CIBLES

- Le grand public
- Les enfants et les scolaires
- Les journalistes
- Les consommateurs
- Les citoyens



>UN SUCCÈS MÉDIATIQUE

DES JOURNALISTES ET BLOGGEURS CONQUIS

Organisation d'une Conférence de presse nationale des JEMA, le 4 février 2016 à la Bibliothèque des Arts Décoratifs à Paris.

Un format centré sur la rencontre avec 7 professionnels notamment du manifeste *Métiers d'Art, gestes de demain* et de l'exposition *L'empreinte du geste*.

30 journalistes et bloggeurs présents pour découvrir, échanger, comprendre les métiers d'art et transmettre au grand public tout l'intérêt et la force que représente ce secteur pour la France.

Le Point, Le Monde, Le Huffington Post, Télérama, France Dimanche, France 2, France 3, TV5, Radio Vinci, Arts & Décoration, Evéne, etc.

DES RETOMBÉES PRESSE EXCEPTIONNELLES

La médiatisation des JEMA poursuit son expansion qui se mesure au nombre de sujets et d'articles consacrés à l'événement, de même qu'à leur qualité (sujets de fond). Les JEMA ont fortement contribué à faire des métiers d'art, un sujet attractif pour la presse.

La large couverture presse audiovisuelle

04 : 14 : 29 de temps d'antenne

72 annonces télévisuelles dont 27 reportages ou émissions

TF1 (8 JT dont 2 20h, soit 35 minutes et 53 secondes d'antenne), France 2, France 3 National, France 3 Régional, BFM Business, TV5 Monde

La couverture presse radiophonique sans précédent

03 : 43 : 34 de temps d'antenne + 87% / 2015

22 annonces radio dont 16 émissions

France Inter (6 reportages dont matinales), RTL (3 sujets dont 2 matinales), France Culture, France Info, RFI, France Bleu, Radio Vinci

Un écho international

Le rayonnement de l'événement est visible jusque dans la presse étrangère.

20 articles dont 2 articles prestigieux dans le New-York Times et ParisMontréal

La presse écrite nationale au rendez-vous

133 dossiers, sujets, articles ou citations +24%/2015

62 longs délais + 10% / 2015

53 hebdomadaires + 51% / 2015

18 quotidiens

Une présence dans la majorité des hebdomadaires : Le Point, Télérama, Le Journal du Dimanche, Elle, L'Humanité, VSD, Les Inrocks et de nouveaux supports dans la presse spécialisée « Art et Culture » dont Beaux-Arts Magazine.

La presse écrite régionale : un bond spectaculaire

Une stratégie gagnante et très valorisante pour les professionnels.

3 420 articles + 133% / 2015

Exemples : en Alsace + 325% / 2015 et en Bretagne + 238% / 2015

Les plus grands quotidiens régionaux mobilisés : Ouest-France, La Voix du Nord, La Provence, Midi Libre, Le Parisien, Sud-Ouest, La Montagne, Le Progrès, Le Dauphiné Libéré, Le Télégramme, etc.

La presse Web : une nouvelle vague numérique

7 900 alertes ont été décomptées. + 28% / 2015

dont **132 coupures web sur les sites des plus grand média nationaux + 144% / 2015**

DES PARTENAIRES MÉDIA STRATÉGIQUES

- France Télévisions
- Le Point, Le Figaroscope, etc.
- Les 483 points relais communication dans les communes, offices de tourisme, réseau d'affichage, etc.

Un échange média estimé à 134 540€.

DES RÉPERCUSSIONS NOTABLES POUR LES PARTICIPANTS *

64% des événements sondés ont eu des retombées médiatiques, et plus précisément :

48% des professionnels

66% des centres de formation

78% des manifestations

>UN RENDEZ-VOUS GRAND PUBLIC

UN PUBLIC*

> NOMBREUX

La 10^{ème} édition des JEMA a attiré plus de **1 200 000 de visiteurs** pendant 3 jours.

> ACTIF

54 % des sondés exercent un métier

27% sont retraités

10% des visiteurs sont des étudiants contre 7% en 2015

9% sont sans-emploi

>FÉMININ

71% sont des femmes +5 points/2015

54% actives : employées ou cadres 27% à la retraite

40/60 ans / âge moyen 47 ans

> INTERGÉNÉRATIONNEL

Les visiteurs sondés sont

52% à être venu en famille ou à **20% avec des amis.**

Les **enfants accompagnent 19% des sondés**. Ils ont à 38%, entre 6 et 10 ans et 27%, entre 11-15 ans.

25% des sondés viennent seuls.

> AUX PROFILS VARIÉS

Ce rendez-vous populaire déplace

les **curieux à 32%**

les **amateurs à 23%**

les **promeneurs à 20%**

les **connaisseurs à 14%...**

UN ÉVÉNEMENT*

>PROTÉIFORME

39% des visiteurs plébiscitent la visite d'atelier

36 % la découverte d'une manifestation

suivi par 9% qui vont dans un atelier et une manifestation

> LOCAL

Le public se déplace dans un rayon
de moins de 10 kms pour 45%
entre 11 et 30 kms pour 25%
entre 31 et 50 kms pour 11%

> DOMINICAL

Les visiteurs viennent à
44% le dimanche
33% le samedi

>UNE EXPÉRIENCE HUMAINE INTENSE

LA MOTIVATION*

Les professionnels participent à :
33% pour communiquer et valoriser leur métier
26% pour partager leur passion
23% pour se faire une nouvelle clientèle
14% pour susciter des ventes

Et proposent comme programmation (3 choix possibles) :

31% une exposition de pièces métiers d'art
28% des démonstrations de savoir-faire
14% des visites accompagnées
10% des ateliers-découverte
9% un espace pédagogique
7% une animation pour le jeune public

Les visiteurs sont intéressés à :

30% pour découvrir les métiers d'art
26% par la rencontre avec des professionnels et pouvoir dialoguer avec eux
25% pour assister à des démonstrations de savoir-faire

Et les critères qui les motivent sont à :

34% le/les métiers et les savoir-faire
23% le/les professionnels
15% le programme proposé
13% la proximité
12% il s'agit de hasard

Et les critères qui les motivent sont à :

34% le/les métiers et les savoir-faire
23% le/les professionnels
15% le programme proposé
13% la proximité
12% il s'agit de hasard

L'ASPECT ÉCONOMIQUE*

Les professionnels des métiers d'art

32% des professionnels sondés ont vendu et 76% ont pris des contacts pouvant déboucher sur des ventes

45% des professionnels ont vendu entre 101€ et 500€, suivi par 21%, entre 501€ et 1 000€

Les visiteurs

1 personne sur 8 a acheté une production métiers d'art

Les sondés ont une **intention d'achat de 61%**

UNE FRÉQUENTATION EN HAUSSE *

En moyenne :

De 50 à 350 visiteurs par atelier

888 visiteurs par manifestation

186 visiteurs par centre de formation

UNE SATISFACTION PARTAGÉE *

Les visiteurs

94 % de taux de satisfaction

45% du public est satisfait et 49% très satisfait

Les participants

66% : 46% des professionnels sont satisfaits et 20% très satisfaits

67% : 51% des centres de formation sont satisfaits et 16% très satisfaits

75% : 46% des porteurs de projet sont satisfaits et 34 % très satisfaits

2017 EN VUE*

76% des participants sondés **souhaitent faire la prochaine édition**

2% ne s'engageront pas

21% ne savent pas encore

77% des visiteurs participeront aux JEMA 2017

18% ne se prononcent pas

et 5% ne le souhaitent pas

>UN ÉVÉNEMENT SINGULIER ET PLURIEL

UNE PROGRAMMATION RICHE

>SUR TOUT LE TERRITOIRE

8 500 événements ont été organisés partout en France - Métropole et Outre-mer (dont 6 033 inscrits)*.

>POUR TOUTES LES ENVIES

5 151 ateliers participants

dont 2 667 portes ouvertes

145 centres de formation

dont 95 portes ouvertes

648 manifestations

comprenant 2 484 ateliers

et 50 centres de formation rattachés

89 circuits

1 349 animations dédiées au jeune public et aux scolaires

>POUR TOUS LES GOÛTS

- Patrimoine

- Création contemporaine

- Objet du quotidien

- etc.

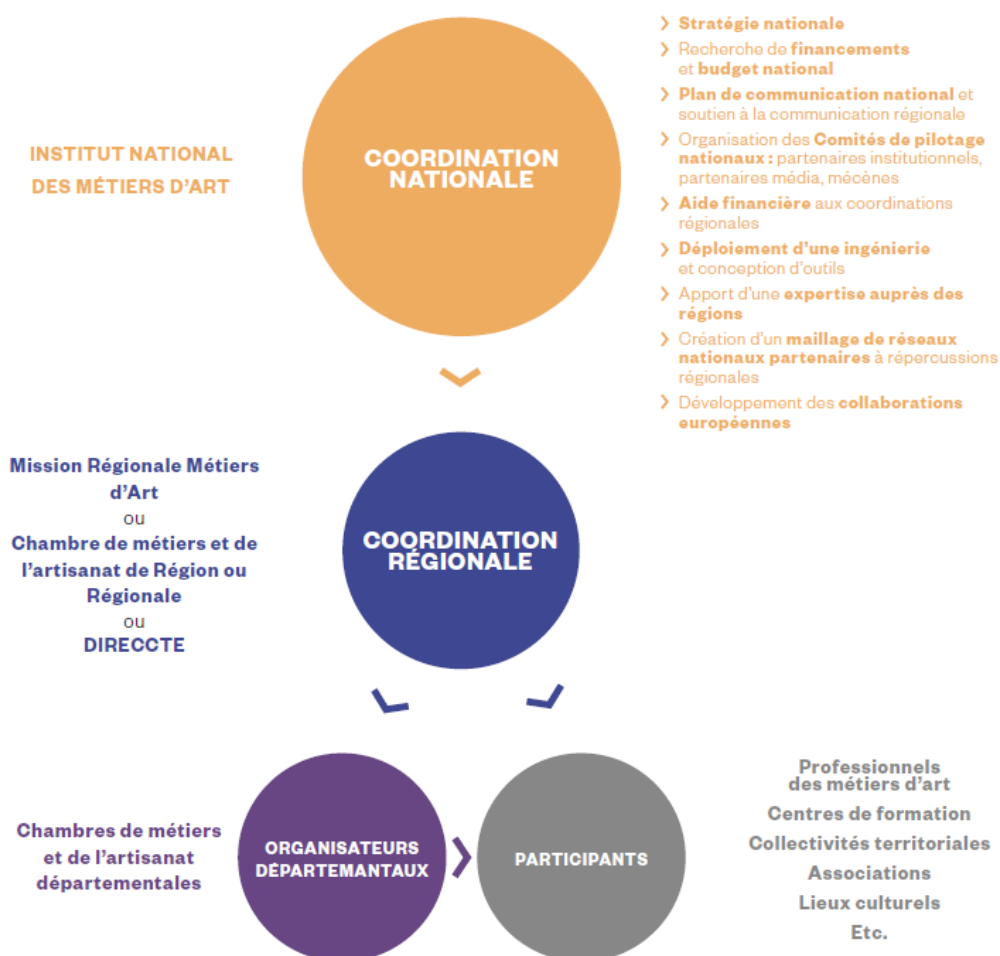
>UNE ORGANISATION NATIONALE PORTÉE PAR L'INMA

L'INSTITUT NATIONAL DES MÉTIERS D'ART, COORDINATEUR NATIONAL DES JEMA

Dans un objectif de structuration et de développement territorial des métiers d'art, l'Institut National des Métiers d'Art déploie au travers des JEMA, une véritable maîtrise d'ouvrage et une ingénierie pour l'ensemble des acteurs du secteur.

L'INMA désigne les coordinateurs régionaux JEMA, référents « métiers d'art », pour mettre en œuvre l'événement dans chaque région.

LE DISPOSITIF DE MISE EN ŒUVRE DES JEMA



>UNE INGÉNIERIE EFFICACE

L'INMA accompagne et forme les coordinateurs régionaux, 1^{er} réseau opérationnel de l'événement. À travers une approche globale et un suivi personnalisé, et en tenant compte des réalités de terrain, l'Institut leur transmet un cadre et une méthodologie de mise en œuvre des JEMA.

Pour ce faire des outils sont développés :

- aide à l'organisation,
- aide à la communication,
- moyens de diffusion.

ASSURER UNE COORDINATION FLUIDE

Objectif : partager l'information, stocker des outils, mettre à disposition des données essentielles et rendre l'ensemble de ces ressources, produites par l'INMA, accessibles à tous les coordinateurs.

Alimentée par l'INMA et enrichie d'année en année, la plateforme de partage est un outil indispensable pour mener à bien les JEMA. Elle est accompagnée d'un rétroplanning dynamique, en ligne.

DÉVELOPPER UN SITE INTERNET : CŒUR DE LA MÉCANIQUE JEMA

Outil central, unique, sophistiqué et à double entrée, en responsive design

Le backoffice permet de :

- inscrire les participants (5 types d'inscriptions différentes) et de leur donner accès à un contenu dédié (tutoriels, présentation et conseils, bilan)
- gérer les inscriptions,
- produire une base de données nationale qualifiée,
- générer une programmation.

Le FrontOffice est consultable par tous et présente la programmation. Il comporte :

- une moteur de recherche,
- une géolocalisation,
- un espace presse/communication,
- une FAQ,
- des actualités,
- Etc.

www.journeesdesmetiersdart.fr

258 928 sessions +20% /2015 dont 43% de connexions via tablettes et smartphone

Des réseaux sociaux développés par l'INMA qui accompagnent le site internet

Facebook : 12 574 mentions « J'aime » + 44% / 2015

Portée moyenne des publications 6 211 + 111 / 2015

Twitter : 1 672 abonnés + 75% / 2015

Popularité du hashtag JEMA : 44 872 comptes atteints

SOUTENIR FINANCIÈREMENT LES COORDINATIONS RÉGIONALES

L'INMA soutient financièrement les coordinations régionales grâce à une aide dédiée à la communication régionale délivrée selon des critères qualitatifs. Repartie sur l'ensemble des territoires, cette aide est un véritable « outil levier » qui permet d'appeler d'autres financements.

ÉVALUER EFFICACEMENT LES JEMA

Objectif : comprendre et identifier les besoins du terrain, croiser et analyser les données, et capitaliser les bonnes pratiques, pour mieux préparer les éditions à venir.

Chaque édition des JEMA est unique. L'échelon national est connecté aux échelons régional et local grâce à la réalisation de trois enquêtes, qualitatives et quantitatives.

À l'écoute :

- des visiteurs (menée auprès de 1 051 personnes),
- des participants (menée auprès de 1 061 professionnels des métiers d'art),
- des coordinations régionales JEMA (menée auprès de 21 coordinateurs).

>LA PROFESSIONNALISATION DES ACTEURS : UN ENJEU MAJEUR DE CETTE ÉDITION AIDER LES PARTICIPANTS À RÉUSSIR LEURS JEMA ET À MIEUX COMMUNIQUER AUPRÈS DE LEURS PUBLICS AVANT, PENDANT ET APRÈS L'ÉVÉNEMENT

Optimiser la participation

Des outils qui informent, guident et forment les professionnels des métiers d'art :

- Mailing de 8 campagnes d'information INMA, pour rester en connexion avec les acteurs 5 000 destinataires (en moyenne) avec un taux d'ouverture exceptionnel à 51,6% (en moyenne)
- 4 tutoriels utiles et appréciés de tous : « Je participe », « Je communique », « Je suis attractif », « Je rebondis ». Objectif : mieux saisir les clés de la communication et de la commercialisation.

L'INMA a développé ces nouveaux outils pédagogiques grâce au soutien de la Fondation Bettencourt Schueller. Une campagne de diffusion dédiée via : une newsletter, un espace dédié aux participants sur le site internet des JEMA, le site internet de l'INMA (espace vidéo) et les réseaux sociaux.

Produire une communication sur mesure

Des supports de communication adaptés aux besoins de chaque participant :

- Une commande gratuite et livrée à domicile : 2 types de kits, 4 choix possibles
1 affiche 40x60 + 10 affiches A3 + 50 cartes postales + 2 flèches / 10 affiches 40x60 + 1 affiche A3 + 50 cartes postales + 2 flèches
- Une charte graphique JEMA et des maquettes personnalisables disponibles en ligne
Programmes, affiches, cartes postales, invitations, etc.
- Des outils pour une communication web (bannières, signature, spot, etc.)

5 261 kits imprimés et diffusés pour les participants +43% /2015

483 kits imprimés et diffusés pour les villes

78 kits imprimés et diffusés pour les coordinations régionales JEMA

>LES PROFESSIONNELS DES MÉTIERS D'ART, MOTEURS DE L'ÉVÉNEMENT UN RÔLE CAPITAL

Au fil des éditions, un constat s'impose : plus un professionnel est actif dans sa participation et plus son engagement sera visible et bénéfique, et les retombées nombreuses.

En associant réflexion, action et stratégie, les professionnels des métiers d'art concourent à la réussite de leur participation et prennent en main leur avenir.

Les 5 axes de développement qui assurent la réussite des JEMA :

>Motivation

>Implication

>Communication

>Créativité

>Association

UNE NOUVELLE INITIATIVE QUI MET À L'HONNEUR UN PROFESSIONNEL ACTIF

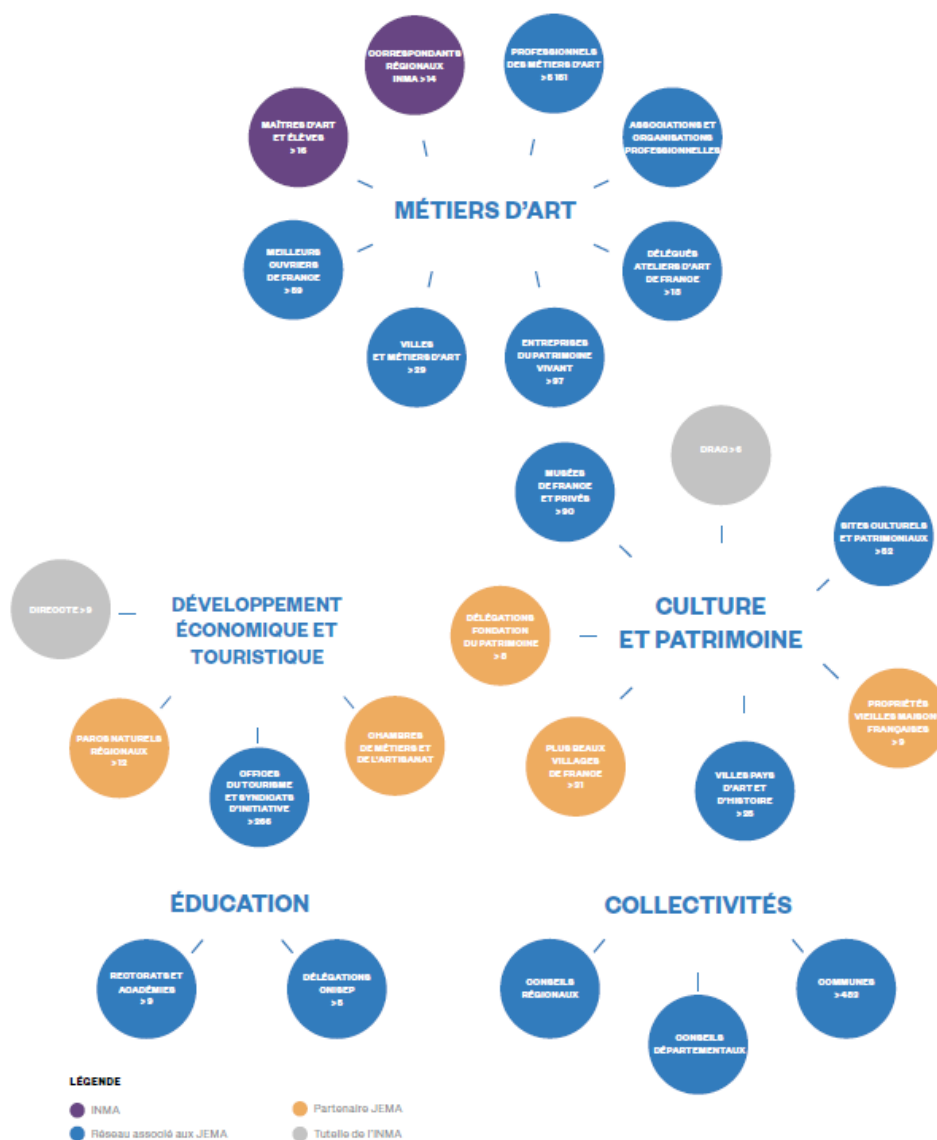
L'Institut National des Métiers d'Art a initié pour cette dixième édition, un prix – le prix Pro(actif) - valorisant la participation remarquable et exemplaire d'un professionnel des métiers d'art. Les

coordinations régionales ont sélectionné une douzaine de dossiers qui a été présentée à un jury national, le 26 mai 2016.

>UN ÉVÉNEMENT CRÉATEUR DE SYNERGIES TERRITORIALES

Tête de réseaux, l'INMA a pour mission de créer et de développer un maillage de réseaux, dont l'objectif est de soutenir les coordinations régionales et de renforcer les JEMA sur le terrain. Impulsés au niveau national, ces réseaux indispensables ont des répercussions directes en régions.

LES RÉSEAUX PARTENAIRES ET ASSOCIÉS, MOTEURS SUR LE TERRAIN*



>LA MOBILISATION ET LA CONCENTRATION D'ÉNERGIES : VECTEURS DE RÉUSSITE

LE DYNAMISME LOCAL

L'alliance, le collectif, l'association entre participants - professionnels des métiers d'art et autres acteurs locaux - font la force de cette édition. Les participants donnent du sens à leur engagement, en mutualisant leurs compétences et leurs communications.

Des liens nouveaux se créent aux cœurs des vallées, pays, intercommunalités et villes ; des collaborations fructueuses qui ont des répercussions positives au-delà des Journées Européennes des Métiers d'Art.

Des programmations attrayantes et originales sont réalisées, en harmonie avec les territoires, une richesse notable ressentie par le public lors de ces trois jours.

Les JEMA deviennent un projet aux enjeux sociétaux, partagés par tous : collectivités territoriales, structures culturelles et touristiques, établissements scolaires, professionnels des métiers d'art, etc. Des JEMA réussies favorisent la mise en œuvre de politiques territoriales

>2016, LES JEMA, LE RENDEZ-VOUS D'UNE CULTURE EN MARCHÉ

- > Un rendez-vous grand public et intergénérationnel
- > un événement citoyen et fédérateur au message partagé par tous
- > une stratégie de communication repensée pour une image nouvelle
- > une production d'outils adaptés aux besoins des acteurs
- > des professionnels accompagnés et engagés
- > faire et penser collectif : clé de la réussite

4. Les Journées Européennes des Métiers d'Art 2017 et leurs objectifs

Dans le cadre de l'édition 2017 des Journées Européennes des Métiers d'Art qui se tiendra les 31 mars, 1 et 2 avril et qui aura pour thématique *Savoir(-)faire du lien*, l'INMA va mettre en œuvre une campagne de communication globale et intégrée afin de poursuivre l'accroissement notable de la visibilité de la manifestation et de sa notoriété, tant au niveau national qu'aux plans régional, local et international.

Dans ce cadre, il s'agira d'élaborer la campagne de relations presse des Journées Européennes des Métiers d'Art, en lien avec la stratégie de communication globale développée par l'INMA.

4.1 Description de la prestation attendue :

Les objectifs de l'INMA pour l'édition 2017 des JEMA sont :

- Confirmer et accentuer la dynamique citoyenne de la manifestation à travers la notion de «lien» universel : humain, social, économique, culturel, territorial, technologique, numérique, historique ou à inventer.
- Favoriser l'émergence de signatures locales en valorisant les savoir-faire inscrits au cœur des cultures régionales.
- Réduire la distance existante entre culture et publics, patrimoine et création, matière et objets, penser et faire, grâce à des modes de production et d'expressions nouveaux.
- Engendrer des dialogues fertiles entre passé et avenir, peuples et territoires, et entre territoires.
- Accroître l'impact économique des JEMA

- Promouvoir les métiers d'art comme des destinations mondiales d'un tourisme qualitatif pour nos régions en France et en Europe

Et plus précisément pour les relations presse

- Transmettre le message de renouveau et de contemporanéité du secteur, véhiculé par l'INMA
- Poursuivre la stratégie de communication globale et obtenir des retombées presse importantes valorisant l'ensemble des territoires
- Obtenir davantage de sujets de fonds dans la presse nationale mais aussi régionale
- Étendre la promotion des JEMA à toutes les familles de presse
- Intégrer la presse jeunesse
- Promouvoir la manifestation auprès de la presse internationale
- Proposer des contenus faisant des ponts entre les différentes programmations, territoires, pays, en lien avec la thématique.

La mission

A partir de la thématique *Savoir(-) faire du lien*, des éléments de langage et visuels transmis par l'Institut National des Métiers d'Art, le titulaire - en lien étroit avec l'INMA, les coordinations nationale, régionales et départementales - assurera la mission relative à l'élaboration de la campagne de relations presse des Journées Européennes des Métiers d'Art.

Le titulaire devra :

- Définir et mettre en place la stratégie de relations presse relative aux JEMA, assurer la sensibilisation des média, gérer et suivre les relations presse intégrant :
 - La presse nationale, régionale, européenne et internationale
*NB : Les relations presse régionales sont aussi importantes que les nationales
 Les relations presse internationales, au regard de l'évolution des JEMA et du nombre de pays s'y rattachant mériteraient d'être largement développées.*
 - Les différentes typologies : média, périodicités, famille de presse, cibles...
- Élaborer des fichiers presse en adéquation avec la stratégie
- Développer des partenariats média judicieux et adaptés aux JEMA et les suivre (presse, web, radio, audiovisuel) et œuvrer pour l'obtention d'espaces de communication : partenariats et/ou achats
- Collecter et sélectionner les éléments de programmation opportuns (éléments de participation et visuels) pour la promotion de l'événement et la rédaction des contenus tels que CP, DP, demandes presse, etc. (sollicitations, relances auprès des interlocuteurs régionaux, des participants, iconographies, etc.)
- Proposer des associations d'événements pour montrer aux journalistes, l'idée de liens multiples au travers des métiers d'art et des JEMA (à faire valider à l'INMA au préalable)
- Faire des focus particuliers et spécifiques sur l'événement phare parisien (servant habituellement de soirée de lancement officielle des JEMA) et sur la programmation proposée à la galerie de l'INMA
- Réaliser une base iconographique en lien avec la programmation. Le titulaire devra disposer des légendes (Prénom Nom métier description de l'action et département), crédits photos et des droits écrits pour utiliser ces photos dans tous les supports de communication des JEMA. Cette base sera mise à disposition de l'INMA.

- Concevoir, rédiger et diffuser les contenus presse, à partir des éléments de langage transmis par l'INMA, nécessaires à la mission, dont notamment :
 - Communiqués presse :
 - lancement
 - lancement en anglais : contenu à adapter pour les journalistes étrangers et à un public international,
 - programme,
 - thématique
 - régionaux (pour chaque région, en lien avec les coordinateurs)
 - bilan français
 - bilan en anglais : contenu à adapter pour les journalistes étrangers et à un public international)
 - Dossier de presse
 - Dossier de presse national
 - Dossier de presse en anglais, allégé et adapté
 - Version numérique et papier (100 versions imprimées)

NB : Ces documents devront être rédigés par une plume maîtrisant le sujet et devront surtout être harmonisés dans le cas de l'utilisation de contenus provenant de plusieurs sources.

- Organiser une conférence de presse nationale pour le lancement des JEMA.
La formule devra être originale et en lien avec la thématique afin de faire venir un maximum de journalistes, blogueurs, tendanceurs, etc. représentatifs de l'ensemble des médias nationaux, régionaux et internationaux (correspondants étrangers en France).
Le lieu devra faire écho à l'événement et à la thématique ; il devra, dans la mesure du possible, être mis à disposition gratuitement ou faire l'objet d'un partenariat.
La date devra être déterminée avec l'INMA et en fonction des disponibilités des partenaires et mécènes. Le titulaire assurera l'organisation et la gestion de cet événement : proposition de formule, réservation du lieu, invitations, inscriptions, relances, accueil, distribution des documents, etc.
- Susciter des interviews et des rencontres avec les représentants de l'INMA, les partenaires des JEMA et toutes autres personnalités emblématiques œuvrant pour la promotion des métiers d'art et des JEMA. Organiser des visites d'ateliers pour les journalistes demandeurs.
- Promouvoir les partenaires et mécènes des JEMA à travers des documents édités, articles, interviews, etc.
- Promouvoir les JEMA au travers des supports de communication existant et les transmettre aux journalistes : logo JEMA, film et spot, bannières, photos, etc.
- Inviter les journalistes à la soirée de lancement des JEMA : administration, gestion, accueil, visite particulière, etc.
- Réaliser un bilan de l'édition comprenant
 - Les revues de presse écrite, web, audiovisuel, radio... internationale, nationale, régionales (une par région) et Best of. Ces revues de presse seront réalisées à partir des argus pris en charge par l'INMA et par l'agence - Cf. partie Moyens
 - Une analyse qualitative des retombées presse, des retours des journalistes, etc.

- Un compte-rendu quantitatif, national, régional et international, avec comparaisons par rapport aux éditions précédentes
 - Une synthèse par région détaillant l'ensemble des retombées (type de media / nom de media / date / titre article / sous-titre / département / ville / professionnels valorisés / contenu...)
 - Une synthèse des supports ayant mentionné les partenaires et mécènes des JEMA (nom de chaque publication, nombre de mentions/articles/...)
 - Des recommandations et améliorations à envisager
- De manière générale, le titulaire devra promouvoir les métiers d'art, les JEMA et l'INMA, tout le long de la mission et en fonction de l'actualité.

Collaborations

Le titulaire devra collaborer avec

- La Directrice Générale de l'INMA : Marie-Hélène Frémont
- Le pôle Développement et communication de l'INMA composé de
 - Le responsable du Développement et de la Communication de l'INMA : Nicolas Rizzo
 - Les responsables des Journées Européennes des Métiers d'Art (coordination nationale) :
 - Camille Bidaut - Aspect national : communication / Outils / Partenariats-mécénats/ Événementiel / Budget...
 - Céline Meurville - Aspect régional : développement territorial /réseau des coordinations régionales et départementales/ villes /partenaires opérationnels de réseau, etc.
 - La responsable de la coordination européenne : Muriel Prouet
 - La webmaster éditorial – Community manager : Léa Caïe
- Les coordinateurs régionaux et départementaux issus des Chambres de Métiers et de l'Artisanat, Missions régionales, Direccte, Associations, Fédérations, etc. (gestion des remontées, suivi, relances des participants, des régions, etc.)

Dans certains cas, le titulaire devra prendre l'attache directe des participants aux JEMA (précision programmation, réalisation de la base iconographique...)

Moyens techniques

L'INMA mettra à disposition du titulaire :

- Un accès au backoffice du site internet des JEMA permettant de consulter la programmation enregistrée
- La liste des coordinations
- Des photos et données relatives aux métiers d'art
- Les éléments de langage (français et anglais), reportages photos et film de promotion en lien avec la thématique de l'édition
- Les maquettes graphiques et la charte JEMA à respecter pour toute communication
- Les retombées presse écrite (argus), prises en charge financièrement par l'INMA

Le titulaire devra :

- Réaliser un retroplanning et le mettre à jour constamment pour évaluer au mieux les missions à venir pour les coordinations
- Faire des compte-rendu réguliers et mensuels aux coordinations nationale, européenne et régionales sur l'avancée des relations presse (mise en place d'un outil d'information type

Trello : par exemple 1 planning pour le national, 1 pour l'international et 1 planning pour chaque région)

- Prendre à sa charge l'argus Radio, TV et web

Cibles

Journalistes, bloggeurs, tendanceurs, influenceurs, etc.

Grand public, famille, enfants

Jeunes actifs, générations Y-Z, ...

Enseignants, scolaires, lycéens, étudiants

Touristes de loisirs

4.2 Étapes du projet - calendrier d'action

mi-novembre

Organisation du 1^{er} rendez-vous avec l'INMA pour présentation du plan d'actions de l'édition 2017 et le retroplanning

Prise de contact avec les coordinateurs régionaux et définition de leurs besoins

Rédaction de la stratégie de communication actée

Constitution des fichiers

Envoi du communiqué de lancement des JEMA – version française et version anglaise : début des relations presse

Comptes rendus mensuels : national, régionaux et international

Décembre

Collecte et sélection des premières remontées de programmations des régions et européennes

Rencontre avec les partenaires nationaux des JEMA en vue de la présentation de la stratégie de communication actée et de leur valorisation

Relations presse

Préparation de la conférence de presse

Comptes rendus mensuels : national, régionaux et international

Janvier/Février

Envoi du Communiqué programme et des communiqués régionaux

Poursuite des relations presse

Organisation de la conférence de presse

Collecte et sélection des programmations pour la réalisation du Dossier presse.

Envoi du DP fin février (version en français et version allégée en anglais)

Comptes rendus mensuels : national, régionaux et international

Mars

Poursuite des relations presse

Sollicitation et organisation d'interviews, proposition de visites d'ateliers, aux journalistes, etc.

Invitation et mise en œuvre d'un point presse lors de la soirée de lancement des JEMA (événements inaugurés par les ministres)

Comptes rendus mensuels : national, régionaux et international

Avril

Participation aux JEMA

Collecte des données bilans
Envoi d'un CP bilan (version en français et version en anglais)
Réalisation des bilans (date butoir de remise mi-avril)

Mai à Novembre

Participation aux comités de pilotages bilans avec les partenaires nationaux et les coordinateurs régionaux
Promotion des Journées Européennes des Métiers d'Art et des métiers d'art de manière générale dans l'optique d'amorcer la prochaine édition des JEMA

4.3 Le budget

Le budget prévu pour l'élaboration de la campagne de relations presse des Journées Européennes des Métiers d'Art ne devra pas excéder **58 333.33€ HT soit 70 000€ TTC.**