

Les carnets de l'innovation #1

123

JUILLET  
AOUT  
SEPTEMBRE

# Prix National de la Dynamique Artisanale - Artinov

IPSOS / BANQUE POPULAIRE

L'OPINION DES FRANÇAIS



# Les carnets de l'innovation

## C A L E N D R I E R

1

### DOSSIER DE PRESSE N° 1

JUILLET 2006

#### SONDAGE IPSOS / BANQUE POPULAIRE

Les Français aiment l'artisanat et le considèrent innovant

2

### DOSSIER DE PRESSE N° 2

AOÛT 2006

#### SONDAGE IPSOS / BANQUE POPULAIRE

Les artisans se penchent sur leur métier et l'innovation

3

### DOSSIER DE PRESSE N° 3

SEPTEMBRE 2006

Tout sur le PNDA - ARTINOV  
et ses lauréats 2006

## Contacts Presse

**Dominique Garraud**  
Tél. : 01.53.57.60.37 / 06.14.51.98.90  
Mail : dominique.garraud@bythewaycreacom.net

**Ivan Polsky**  
Tél. : 01.53.57.60.55  
Mail : ivan.polsky@bythewaycreacom.net  
Fax : 01.53.57.60.71



**Victoria Eideliman**  
Tél. : 01.40.39.60.56  
Mail : victoria.eideliman@bfbp.banquepopulaire.fr



**Élisabeth de Dieuleveult**  
Tél. : 01.44.43.10.96  
Mail : dieuleveult@apcm.fr

# S O M M A I R E

1

## DOSSIER DE PRESSE N° 1

JUILLET 2006

### COMMUNIQUÉ

Groupe Banque Populaire et APCM :

« Entraîneurs de talents ! »

4

### SONDAGE

#### IPSOS / BANQUE POPULAIRE

Attraits et qualités de l'artisanat français

Les 10 idées qui font la différence

5

### ÉCONOMIE

L'artisanat français : porteur et créateur

Le PNDA - ARTINOV accompagnateur de l'excellence

6

### RÉCOMPENSE

Histoire d'un prix d'exception pour l'artisanat

Le PNDA - ARTINOV millésime 2006

8

### ORGANISATEURS ET PARTENAIRES

Portraits des révélateurs de talents dans l'artisanat

Les organisateurs du PNDA - ARTINOV 2006

9

## Groupe Banque Populaire et APCM : Entraîneurs de talents !

**PARIS - JUILLET 2006**

**L'ARTISANAT EST UN SECTEUR-CLEF DE L'ÉCONOMIE POUR 90 % DES FRANÇAIS\***

Parce que le Groupe Banque Populaire a pour client un artisan sur trois et un commerçant sur quatre, il est la référence de la petite entreprise artisanale et commerciale. Aussi, un sondage national a été mené par IPSOS, pour connaître l'opinion de l'ensemble des Français sur l'artisanat d'aujourd'hui. Voici quatre tendances majeures :

Les métiers de l'artisanat sont des métiers d'avenir (53 %).

Certains métiers de l'artisanat utilisent des technologies de pointe (87 %).

De plus en plus de jeunes choisissent de se former aux métiers de l'artisanat (63 %).

Les artisans contribuent au dynamisme local (90 %).

Dynamisme et créativité sont à présent les traits dominants de l'ensemble des secteurs de l'artisanat, qui attirent de plus en plus de créateurs et de repreneurs.

Soulignons que 34 % des Français ont envie de devenir un jour eux-mêmes artisans.

Le Prix National de la Dynamique Artisanale-Artinov accompagne ce développement et révèle chaque année des entrepreneurs remarquables.

Véritable baromètre de la performance artisanale, le PNDA fête sa 28<sup>e</sup> édition et sa deuxième année de partenariat avec ARTINOV de l'APCM.

Ce sont 45 000 chefs d'entreprises qui ont participé au PNDA depuis sa création et 281 lauréats récompensés au niveau national.

La remise du prix 2006 aura lieu le 27 septembre prochain au Palais Brongniart. Cette année, neuf lauréats seront primés dans trois catégories : performances économiques et commerciales ; gestion des salariés-qualité de la formation (PNDA) et de l'innovation (ARTINOV).

Le PNDA - ARTINOV révèle et soutient l'excellence en matière de résultats, de gestion de l'entreprise, comme de l'innovation de certains projets. Un prix à suivre dès les premiers jours de la rentrée.

*\* Sondage IPSOS / Banque Populaire 2006. Mention Obligatoire.*

## Attraits et qualités de l'artisanat français

### Les 10 idées qui font la différence en 2006

#### SONDAGE EXCLUSIF \* IPSOS / BANQUE POPULAIRE - JUIN 2006

Dans la perspective du Prix National de la Dynamique Artisanale - Artinov, qui sera remis le 27 septembre prochain, **IPSOS et le Groupe Banque Populaire sont allés à l'écoute des Français\* pour connaître leur opinion.**

Les réponses sont très majoritairement favorables et l'on est étonné de constater à la fois l'importance de l'artisanat pour nous tous, au quotidien et la méconnaissance partielle de ce secteur en pleine progression économique, comme dans le cœur des Français.

#### ATTIRANCE

**34 %** des Français (un sur trois) ont envie de **devenir un jour artisan eux-mêmes.**

Les hommes sont légèrement plus séduits (36 %) que les femmes (33 %).

Les salariés des entreprises publiques (32 %) se distinguent légèrement du privé (37 %) en ce qui concerne leur attirance.

Les habitants du Nord- Est de la France (39 %) sont les plus motivés.

#### IMPORTANCE

**90 %** des Français considèrent que **l'artisanat est un secteur-clef de l'économie.**

Les plus de 35 ans sont les plus favorables à cet avis, surtout les hommes (94 %).

Parmi les plus fervents adeptes, on retrouve les artisans eux-mêmes, les commerçants et les chefs d'entreprise en tête ; viennent ensuite les professions intermédiaires.

Au niveau des régions, c'est le coude à coude : 90,5 % pour le Sud-Ouest et le Sud-Est ; 89 % pour le Nord ; la région parisienne étant à 88 %.

#### AVENIR

**53 %** des Français interviewés sont « tout à fait d'accord » avec cette affirmation : « **les métiers de l'artisanat sont des métiers d'avenir** ».

58 % des plus de 35 ans le confirment.

Les artisans et commerçants partagent cet avis à 71 %.

La région du Nord-Est est la plus en accord avec cette affirmation (60 %).

#### PROJECTION

**62 %** des Français reprendraient volontiers l'activité d'un artisan qui part à la retraite, quand 34 % des femmes choisiraient plutôt de créer la leur.

Parmi les professions intermédiaires et les employés, le choix de « reprise » atteint 66 % là où la création reste à 32 %.

#### TECHNOLOGIE

**87 %** des Français hommes pensent que **certains métiers de l'artisanat utilisent des technologies de pointe.**

Quant aux femmes, elles sont 79 % à le penser.

La région qui partage le plus fortement cette opinion est le Sud-Ouest à 89 %.

Les interviewés ayant au moins le niveau Bac +2 rejoignent cette idée (87 %), alors que les « non diplômés » sont moins nombreux (70 %).

#### FORMATION

**63 %** des Français croient que « **de plus en plus de jeunes choisissent de se former aux métiers de l'artisanat** ».

Ce chiffre atteint 69 % dans la tranche d'âge 15/ 19 ans des interviewés.

Quant aux retraités de plus de 70 ans, ils sont 77 % à le penser également.

La catégorie « actifs » des sondés est en accord avec cette affirmation à 67 %.

Il est intéressant de comparer l'opinion favorable des ruraux (32 %) à celle de l'agglomération parisienne (20 %).

## DYNAMISME

90 % des personnes interviewées (hommes et femmes, toutes tranches d'âge et toutes catégories d'agglomération confondues) pensent que « **les artisans contribuent au dynamisme de leur quartier, ville ou village** ».

## CRÉATIVITÉ

90 % des mêmes interviewés considèrent que : « **quelle que soit leur activité, les artisans font preuve de créativité** ».

## FÉMINISATION

82,5 % des Français interrogés pensent que « **les femmes se forment de plus en plus à des métiers de l'artisanat traditionnellement réservés aux hommes** ».

Cette affirmation est partagée par 83,4 % des femmes elles-mêmes.

La province rejoint davantage cette opinion (85 %) que l'Île de France (73 %).

## COLLECTIVITÉ

86 % de l'ensemble des interviewés sont d'accord pour dire que « **les artisans mettent leur savoir-faire au service de la collectivité** ».

## “LA PLANÈTE DANS UN JARDIN”, OU LA NOUVELLE FAÇON D'ÊTRE ARTISAN

Les nouvelles technologies ont réduit les distances et le temps. Tout le monde peut naviguer vite et loin, en un clin d'œil. Les artisans ne s'en privent pas et ont parfaitement su s'adapter pour créer, vendre et se développer. Ils ont su, transmettre les savoir-faire traditionnels et se tourner vers le futur. D'où l'idée de conserver « son jardin » (le bonheur d'être artisan), tout en explorant le monde, pour répondre à la réalité des nouvelles attentes de production et de services.

Les artisans d'aujourd'hui n'ont plus une image vieillotte (opinion cependant soutenue par 28 % des Français), elle est devenue majoritairement positive, attirante et porteuse d'avenir.

Plus de la moitié des Français a déjà une perception du secteur de l'artisanat qui va au-delà des métiers traditionnels et sait quel est le rôle adapté, moderne, mais aussi maintenant souvent d'avant-garde, des artisans.

Ceci s'explique par leur formidable évolution ces dernières années et par des manifestations telles que le PNDA - ARTINOV. En effet, il s'agit de détecter des performances et des talents, pour ensuite les faire connaître et reconnaître. C'est l'objectif du prix depuis sa création et c'est ainsi qu'il est devenu accompagnateur de talents.

Le sondage IPSOS / Banque Populaire montre clairement que les artisans ont développé de multiples qualités. Hier encore, l'authenticité était indissociable du passé ; en 2006, fait très nouveau, elle est associée à la modernité. Mieux, à l'innovation, à la création, à une nouvelle dynamique économique mondiale.

Enfin, le commerce éthique et le Développement Durable contribuent largement à cette démarche mondiale. « La planète dans un jardin », c'est l'idée forte de l'artisan contemporain, de l'artisan de son temps. Il crée pour être libre, mais aussi pour participer au développement de la Société, sans omettre son plaisir personnel, ni son emprise capita le sur le territoire.

Si les métiers de l'artisanat du futur restent encore à inventer, l'accélération du rythme des créations d'entreprises témoigne du dynamisme du secteur. Les nouvelles technologies sont au service de l'innovation artisanale en 2006.

Ceci est le thème central du PNDA - ARTINOV qui va chercher des talents, en création, en gestion, en développement artisanal.

Les métiers de l'artisanat sont donc bien des métiers d'avenir !

\* IPSOS / Banque Populaire : Mention Obligatoire

Fiche étude : IPSOS Public Affairs a interrogé 1 020 personnes représentatives de la population française, âgée de 15 ans et plus, selon la méthode des quotas en juin 2006.



## É C O N O M I E

## L'artisanat français : porteur et créateur

### Le PNDA - ARTINOV accompagnateur de l'excellence

#### UNE GÉNÉRATION POUR TOUT CHANGER ET GAGNER

Observateurs attentifs et expérimentés, le Groupe Banque Populaire et l'APCM sont chercheurs, mais également accompagnateurs de talents. Ils travaillent à l'optimisation et au développement du secteur de l'artisanat depuis des années. Aujourd'hui, ils savent que leurs efforts, à travers le Prix National de la Dynamique Artisanale - Artinov, portent leurs fruits et ont un sens, puisqu'il existe des applications tangibles à court terme : de nouveaux produits, services et métiers.

L'artisanat continue à progresser en poids, en diversité et en créativité. Il est aujourd'hui un acteur incontournable de la vie locale. Voyons, cependant, comment l'image et la réalité ont évolué au fil des ans. Hier encore – il y a 10 / 15 ans - l'image était très traditionnelle, voire vieillotte. En 2006, elle est associée à la technologie. Elle est très actuelle.

Au 1<sup>er</sup> janvier 2005, le secteur de l'artisanat employait 2 360 000 salariés !

#### L'ARTISANAT : FLASH ÉCONOMIQUES \*

L'artisanat continue de se développer et a de beaux jours devant lui. Nombreuses sont les actions politiques et économiques en sa faveur, mais sa force vive fondamentale reste les artisans eux-mêmes.

**Citons cependant les chiffres qui témoignent du succès :**

L'artisanat compte plus de **500 activités différentes**

L'artisanat français dépasse le cap des **900 000 entreprises**.

**En 2005, il y a eu 95 000 immatriculations d'entreprises**, soit une progression de 1,3 % par rapport à 2004 :

- 67 % de créations pures : 64 016 exactement
- 16 % de reprises (changement d'exploitant)
- 17 % de réactivation.

Au cours du premier trimestre 2006, les immatriculations ont progressé de 5,8 % et les créations de 9,1 %.

**La situation de l'artisanat est plus favorable** que les autres secteurs :

le taux de défaillance constaté est légèrement inférieur à 5 ans (10 % de moins que les autres secteurs).

**Le chiffre d'affaires du secteur** était de 270 milliards d'euros en 2003.

**Les entreprises artisanales sont présentes de façon homogène sur le territoire :**

- 41 % dans les communes urbaines de moins de 200 000 habitants
- 31 % dans les communes rurales
- 28 % dans les communes de plus de 200 000 habitants.

Les entreprises artisanales se répartissent dans 4 secteurs d'activité :

- 40 % dans le bâtiment
- 31 % dans les services
- 17 % dans la production
- 12 % dans l'alimentation.

Le critère de l'emploi donne la répartition suivante :

- 33 % dans le bâtiment
- 28 % dans les services
- 24 % dans la production
- 15 % dans l'alimentation.

**Remarque :**

15 000 entreprises viables disparaissent chaque année, faute de repreneur.

\* Chiffres APCM 2006, 12 Avenue Marceau 75008 Paris.



## R É C O M P E N S E

# Histoire d'un prix d'exception pour l'artisanat

## Le PNDA - ARTINOV millésime 2006

### LE BAROMÈTRE DE LA PERFORMANCE

Connaître l'histoire permet de mieux comprendre le sens des choses et parfois même les fondamentaux. Trois faits sont à prendre en compte pour comprendre l'esprit et le rôle du PNDA.

Créé en 1978, par la Banque Populaire du Nord, sous le nom de « Prix de Gestion », l'actuel PNDA avait, dès l'origine, un objectif et un positionnement économique. Il conjugait proximité et soutien au développement.

La collaboration avec les chambres de Métiers et de l'Artisanat date, elle aussi, de la création du prix.

**En 1995, le prix prend une nouvelle dimension et change de nom : le Prix National de la Dynamique Artisanale.** De nouveaux critères rentrent en ligne de compte pour définir le dynamisme des artisans. Cinq ans plus tard, le PNDA illustre le rôle des métiers de l'artisanat dans l'économie nationale, tout en révélant celui du développement local, qui est aujourd'hui reconnu et recherché !

Le travail de fond mené depuis près de trente ans a favorisé un brassage des hommes, des idées et des méthodes. Actuellement, il est le baromètre de la performance artisanale.

**Plus de 7 000 lauréats ont été récompensés au niveau régional et 260 sur le plan national,** depuis sa création.

Au total, ce sont plus de 44 000 chefs d'entreprises qui ont participé au prix.

### LE TOURNANT DE L'INNOVATION

L'édition 2005 a marqué un tournant dans l'histoire du Prix National de la Dynamique Artisanale ; il est associé au prix Artinov (initié par les chambres de Métiers et de l'Artisanat) pour devenir « **le** » **prix unique : PNDA - ARTINOV.**

La créativité, l'ingéniosité, la performance des artisans est récompensée. Il faut aussi compléter ces qualités par d'autres capacités, propres à ces chefs d'entreprises, comme celles qui consistent à posséder d'autres talents, humains, intellectuels, techniques et financiers, indispensables au développement et à la promotion de nouveaux concepts.

**2006 marque donc la nouvelle étape de cette démarche dynamique vers l'innovation.**

### LES CRITÈRES DE SÉLECTION 2006

PNDA - ARTINOV conjugue les talents de différents registres.

- **Les performances économiques et commerciales**
- La stratégie d'entreprise, les résultats obtenus, l'export, la qualité des produits, les choix de gestion, etc.

**La gestion des salariés, la qualité de la formation, la transmission du savoir-faire et la création d'emplois**

**L'innovation en trois points**

- La stratégie d'innovation du Projet (envergure, débouchés, développement).
- L'exemplarité de la démarche (ressources, prototypes, réalisation, financement).
- Les perspectives de développement (management, productivité, gains économiques, industrialisation).

### LES GRANDS RENDEZ-VOUS PNDA-ARTINOV 2006

#### JUILLET

#### Diffusion du dossier n° 1

- Lancement des informations
- PNDA - ARTINOV 2006 avec le sondage IPSOS / Banque Populaire « grand public ».

#### AOÛT

#### Diffusion du dossier n° 2

- PNDA - ARTINOV avec un sondage exclusif IPSOS / Banque Populaire auprès des artisans.

#### SEPTEMBRE

#### Diffusion du dossier n° 3

- Toute l'actualité du prix et des lauréats.
- Conférence de Presse le 21 septembre 2006.

Soirée de remise du prix  
le 27 septembre 2006

## IV

## O R G A N I S A T E U R S

## Portraits des révélateurs de talents dans l'artisanat

### Les organisateurs du PNDA - ARTINOV 2006

CE QUI RÉUNIT LES ORGANISATEURS DU PNDA - ARTINOV, AU-DELÀ DE L'OBJECTIF COMMUN DE RÉVÉLER ET SOUTENIR LES TALENTS DE L'ARTISANAT, CE SONT DES VALEURS PARTAGÉES ET UNE INTIME CONVICTION.

L'HOMME EST ESSENTIEL, IL EST LE CAPITAL DE TOUTE SOCIÉTÉ. LA CULTURE COOPÉRATIVE EST ELLE LE FONDEMENT DE TOUTE ACTION. LES VALEURS QUI FONT LA DIFFÉRENCE SONT L'ESPRIT D'ENTREPRISE, LA PROXIMITÉ, LE PARTAGE.

IL S'AGIT, ALORS, DE COMBINER HARMONIEUSEMENT DE BONS RÉSULTATS ÉCONOMIQUES AVEC DES PERFORMANCES CRÉATIVES ET INNOVANTES...

...C'EST CELA L'ESPRIT DU PRIX NATIONAL DE LA DYNAMIQUE ARTISANALE - ARTINOV !

#### FAITS MARQUANTS ET CHIFFRES CLEFS DES ORGANISATEURS

##### GROUPE BANQUE POPULAIRE

Une organisation en trois dimensions : coopérative, fédérale et capitalistique.

- 21 Banques Populaires
- Plus de 2 807 agences
- Plus de 45 500 collaborateurs
- 6 800 000 clients dont 630 000 professionnels
- 32 % de parts de marché sur les prêts à la création d'entreprise
- 34 % de taux de pénétration des entreprises de 10 à 1 000 salariés
- 4<sup>e</sup> prêteur aux entreprises françaises.

[www.banquepopulaire.fr](http://www.banquepopulaire.fr)

**Groupe Banque Populaire** - Le Ponant de Paris  
5, Rue Leblanc – 75511 Paris Cedex 15  
Victoria Eideliman - Tél. : 01.40.39.60.56  
Mail : victoria.eideliman@bfbp.banquepopulaire.fr



##### APCM Assemblée Permanente des Chambres de Métiers

- Défense des entreprises artisanales au niveau national, européen et international.
- Au service de 106 chambres locales et 22 régionales.
- L'APCM est une force de proposition et fait entendre sa voix au niveau des instances européennes.
- Les grands objectifs de l'APCM sont :
  - La promotion de l'esprit d'entreprise dans la politique
  - L'amélioration de l'appui à la création et la transmission
  - L'amélioration à l'accès des financements
  - Le développement des formations initiale et continue.

[www.apcm.fr](http://www.apcm.fr)

##### APCM - Assemblée Permanente des Chambres de Métiers

12, Avenue Marceau – 75008 Paris  
Tél. : 01.44.43.10.00 – Fax : 01.47.20.34.48  
Élisabeth de Dieuleveult – Tél. : 01.44.43.10.96  
Mail : dieuleveult@apcm.fr



# IV

## P A R T E N A I R E S

### FAITS MARQUANTS ET CHIFFRES CLEFS DES PARTENAIRES

#### UPA - Union Professionnelle Artisanale

- La mission première de l'UPA est de faire valoir les intérêts des artisans et de promouvoir l'entreprise artisanale.
- L'UPA réunit 50 fédérations nationales et 4 500 syndicats départementaux et régionaux regroupés au sein de trois confédérations : la CAPEB – Confédération de l'Artisanat et des Petites Entreprises du Bâtiment ; la CNAMS – Confédération Nationale de l'Artisanat, des Métiers et des Services ; la CGAD – Confédération Générale de l'Alimentation en Détail – Section Artisanale.
- L'UPA défend les intérêts communs des trois confédérations professionnelles.
- L'UPA est représentée dans tous les organismes chargés d'améliorer l'environnement économique et social des artisans.
- L'UPA est représentée dans toutes les instances paritaires nationales et locales.
- L'UPA désigne des représentants au Conseil Économique et Social -CES régionaux également- dans les organismes de Sécurité Sociale (maladie, famille, vieillesse, recouvrement) ainsi que dans les commissions placées auprès du Gouvernement et des Préfets.
- L'UPA adhère à l'UEAPME - Union Européenne de l'Artisanat et des Petites et Moyennes Entreprises.

#### UPA – Union Professionnelle Artisanale

53, rue Ampère – 75017 Paris

Tél. : 01.47.63.31.31 – Fax : 01.47.63.31.10

Les sites Internet de l'UPA :

[www.upa.fr](http://www.upa.fr) - [www.capeb.fr](http://www.capeb.fr) - [www.cgad.fr](http://www.cgad.fr) - [www.cnams.fr](http://www.cnams.fr)



#### SOCAMA - Société de Caution Mutuelle des Artisans

- Les SOCAMA regroupent près de 280 000 sociétaires artisans sur tout le territoire français et s'appuient, pour l'analyse de leurs dossiers, sur 800 administrateurs, issus du secteur des métiers, organisations professionnelles, représentants des petites entreprises.
- Elles ont pour vocation de faciliter l'accès au crédit pour tous les entrepreneurs.

#### Chiffres clefs

- Nombre de sociétés : 40.
- Représentation :  
800 administrateurs représentant tous les secteurs économiques des Métiers et des petites entreprises.
- Effectifs :  
280 000 sociétaires.
- Engagements en cours :  
1,63 milliards d'euros.
- Garanties accordées en 2004 :  
682 millions d'euros en 29 145 dossiers.

#### Fédération Nationale des SOCAMA

Daniel Albisson

Tél. : 01.40.39.67.99

5, rue Leblanc – 75015 Paris

[www.socama.com](http://www.socama.com)



Les carnets de l'innovation #2



# Prix National de la Dynamique Artisanale - Artinov

IPSOS / BANQUE POPULAIRE

LES ARTISANS VUS  
PAR EUX-MÊMES



# S O M M A I R E

2

## DOSSIER DE PRESSE N° 2

AOÛT 2006

### **COMMUNIQUÉ**

Groupe Banque Populaire et APCM :  
Observateurs avertis !

13

### **SONDAGE IPSOS / BANQUE POPULAIRE**

400 interviews sur 4 secteurs

### **INTRODUCTION**

Une vision globale du secteur

14

### **IMAGE**

#### **OPINIONS ET ATTITUDES**

L'artisanat français en 2006

15

### **RÉALITÉ**

#### **SATISFACTIONS ET INQUIÉTUDES**

Le vécu du métier d'artisan en 2006

16

### **AVENIR**

#### **CONFIANCE ET PRÉOCCUPATIONS**

L'avenir de l'artisanat en 2006

17

## C O M M U N I Q U É

## Groupe Banque Populaire et APCM : Observateurs avertis !

**PARIS - SEPTEMBRE 2006**  
**65 % des artisans ont confiance en l'avenir\***

"Vieillot" et "réservé aux hommes", voici deux mots qui ne font plus partie du vocabulaire des artisans, à propos de leur métier, si l'on en croit le sondage national mené par IPSOS en juin 2006, pour le Groupe Banque Populaire.

En effet, cette enquête révèle que pour 79 % des artisans, les femmes se forment de plus en plus à des métiers traditionnellement réservés aux hommes. Ceci est particulièrement vrai dans le secteur des services où ils sont 87 % à le penser.

Ils sont également 51 % à trouver que de plus en plus de jeunes choisissent les métiers de l'artisanat. Côté technologies, les artisans ne sont pas en reste puisque pour 88 % d'entre eux, certains métiers de l'artisanat utilisent des technologies de pointe.

Les artisans sont plutôt confiants dans leur futur (65 %) et la grande majorité d'entre eux considère l'artisanat comme un métier d'avenir (82 %).

Le Prix National de la Dynamique Artisanale - Artinov permet de mettre en lumière ces évolutions, en récompensant les artisans sur les critères de performances économiques et commerciales, la gestion des salariés et l'innovation dont ils font preuve. Le PNDA - ARTINOV offre ainsi une vision moderne de l'artisanat. En effet, seuls 29 % des artisans ont encore une vision vieillotte de l'artisanat, alors que 91 % d'entre eux se sentent au cœur de l'activité économique.

Depuis 28 ans déjà le PNDA - ARTINOV, organisé par le Groupe Banque Populaire et l'APCM, accompagne le talent des artisans.

Aujourd'hui, le PNDA - ARTINOV est l'occasion de récompenser les artisans et de montrer qu'ils ont su évoluer avec leur temps. Rendez-vous le 27 septembre prochain pour connaître les lauréats 2006, lors de la remise du Prix au Palais Brongniart.

*\* Sondage IPSOS / Banque Populaire 2006. Mention Obligatoire.*

## S O N D A G E   I N T R O D U C T I O N

## Une vision globale du secteur

### Confiance, opinions, attitudes, satisfactions et préoccupations

#### GRUPE BANQUE POPULAIRE / IPSOS : OBSERVER ET COMPRENDRE L'ARTISANAT EN 2006

Le PNDA - ARTINOV accompagne et révèle les talents d'entrepreneurs des artisans. Dans cette optique, le Groupe Banque Populaire a demandé à IPSOS d'interroger les Français ainsi que les artisans eux-mêmes, pour mieux faire connaître ce secteur-clef de l'économie française, sa modernité et son dynamisme.

**RAPPEL : Les Français plébiscitent l'artisanat et croient en son avenir.**

L'image de l'artisanat a évolué très positivement. Les artisans sont des acteurs majeurs de la vie sociale et économique française, séduisant non seulement de plus en plus de femmes mais aussi des jeunes. Plus d'un tiers des Français a envie de devenir artisan. L'innovation, la gestion, le développement économique ainsi que la qualité de vie sont autant de moteurs pour les artisans en 2006, même si l'on découvre des nuances - parfois importantes dans les 4 secteurs d'activité que sont **le bâtiment, l'alimentation, la production et les services.**

#### SONDAGE : FICHE ÉTUDE

Lors du premier sondage réalisé auprès du grand public en juin 2006, IPSOS Public Affairs avait interrogé **1020 personnes** représentatives de la **population française** âgée de 15 ans et plus, selon la méthode des quotas. Pour la deuxième vague d'étude, ce sont **400 artisans qui ont été interrogés par téléphone. 100 professionnels ont été interrogés dans chaque secteur** (alimentation, bâtiment, production et services), puis les résultats sur l'ensemble ont été redressés afin d'être représentatifs de l'ensemble des artisans français.

*\* Sondage IPSOS / Banque Populaire 2006. Mention Obligatoire.*

## SONDAGE IMAGE OPINIONS ET ATTITUDES

## L'artisanat français en 2006

### 400 interviews sur 4 secteurs

#### SONDAGE EXCLUSIF \* IPSOS / BANQUE POPULAIRE - AOÛT 2006

Globalement, **les artisans ont une bonne image de l'artisanat**, s'accordant ainsi avec l'opinion du grand public.

La quasi-totalité des artisans (99 %) a affirmé le lien de **proximité** existant avec leurs clients.

**La créativité, le dynamisme** créé au niveau local et **la place clef de l'artisanat dans l'économie** sont aussi reconnus par 9 artisans sur 10.

Néanmoins, **la modernité technologique** des métiers semble être une donnée avant tout connue des artisans eux-mêmes, qui classent ce trait d'image en cinquième position (88 %) tandis que le grand public lui réserve la huitième place (hommes 87 %, femmes 79 %).

**L'attractivité des métiers de l'artisanat pour les femmes est affirmée** : plus des trois quarts des artisans déclarent constater l'entrée des femmes sur des secteurs de l'artisanat traditionnellement réservés aux hommes et les deux tiers approuvent l'idée selon laquelle de plus en plus de femmes prennent la direction d'entreprises artisanales.

Toutefois, à peine **la moitié des artisans (51 %)** considère que **les jeunes sont attirés** par leur secteur d'activité, les plus pessimistes appartenant au secteur du bâtiment.

**Les traits d'image négatifs arrivent bons derniers chez les artisans comme dans l'ensemble de la population française** : néanmoins, il y a tout de même plus d'un tiers des artisans qui ont de leur catégorie de métiers une image encore traditionaliste et un quart qui admet en avoir une image vieillotte.

Parmi les différents secteurs, les artisans du secteur de l'alimentation se montrent les moins positifs particulièrement en ce qui concerne :

- L'utilisation des technologies de pointe,
- La créativité déployée,
- Les perspectives d'avenir.

**Les artisans des services** sont au contraire les plus **enthousiastes** en particulier lorsqu'il s'agit d'évoquer la créativité, l'avenir des métiers de l'artisanat, l'attractivité de ses métiers pour les jeunes et l'avancée des femmes chefs d'entreprises artisanales.

En ce qui concerne **la satisfaction à exercer leur métier**, les artisans interrogés expriment une opinion très homogène. Quel que soit le secteur, **les deux tiers d'entre eux se déclarent satisfaits** de leur situation actuelle, dont près d'un sur cinq tout à fait satisfait.

\* voir en page 7 (fiche étude)



## SONDAGE RÉALITÉ SATISFACTIONS ET INQUIÉTUDES

### Le vécu du métier d'artisan en 2006 400 interviews sur 4 secteurs

**SONDAGE EXCLUSIF \*  
IPSOS / BANQUE POPULAIRE**

#### **LES ARTISANS : Libres, contents et fiers !**

**69 % des artisans sont satisfaits de leur situation actuelle.**

L'alimentation et les services viennent en tête avec respectivement 71 % et 70 % de taux de satisfaction, dépassant ainsi l'opinion générale.

Les moins satisfaits sont les artisans du secteur de la production avec 64 %.

Si l'on interroge les artisans satisfaits pour leur demander leurs motivations spécifiques, ils donnent 4 raisons majeures :

- 37 % L'indépendance, la liberté, ne pas avoir de patron
- 32 % L'amour du métier
- 19 % "Ça marche bien, j'ai du travail"
- 18 % Le contact avec les clients

Enfin, l'activité artistique (10 %), la rentabilité (9 %), des horaires souples (6 %), la qualité de vie (6 %) et la variété (4 %).

#### **ARTISANS : Les motifs d'inquiétude**

L'inquiétude est liée aux conditions de travail dans l'artisanat, à la conjoncture économique et à la concurrence, **mais surtout à la difficulté de gérer leur entreprise seuls.**

Si l'on interroge les artisans les moins satisfaits, on constate que les 3/4 d'entre eux se plaignent des charges trop importantes, viennent ensuite les mauvaises conditions de travail, le nombre d'heures effectuées, le manque de reconnaissance, le manque de formation et de personnel. L'absence d'aide est également fortement ressentie, ainsi qu'une faible protection sociale.

\* IPSOS / Banque : Mention Obligatoire

Fiche étude : IPSOS Public Affairs a interrogé 1 020 personnes représentatives de la population française, âgée de 15 ans et plus, selon la méthode des quotas en juin 2006.



# SONDAGE AVENIR CONFIANCE ET PRÉOCCUPATIONS

## L'avenir de l'artisanat en 2006 400 interviews sur 4 secteurs

### SONDAGE EXCLUSIF \* IPSOS / BANQUE POPULAIRE

#### Les artisans sont majoritairement confiants dans le futur

Ils sont **82 % à se dire confiants dans l'avenir**. Les artisans du bâtiment se démarquent en se montrant les plus confiants (21 % de tout à fait confiants et 51 % de plutôt confiants) tandis que les professionnels de l'alimentation sont les plus réservés (42 % ne sont pas confiants contre un tiers de l'ensemble).

Satisfaits de leur situation actuelle et confiants dans l'avenir, il est logique que **les deux tiers des artisans soient prêts à recommander à un proche de suivre leur exemple** et d'embrasser une des nombreuses professions de l'artisanat. Il est néanmoins à noter que lorsque la personne interrogée émet un avis contraire, elle le fait avec conviction : ainsi un tiers des artisans ne recommanderait pas du tout cette carrière à un proche.

#### mais ont des sujets de préoccupation modérés

Les artisans se montrent avant tout **préoccupés par le financement de leur retraite** (57 % sont "beaucoup" préoccupés), **le financement de leur entreprise** (53 %) et **son développement** (51 %). Le recrutement de nouveaux salariés et la transmission de leur entreprise apparaissent moins fortement dans les réponses, bien qu'un quart des artisans se dise très préoccupé par ces sujets.

#### La transmission d'entreprise

**53 %** ne sont pas du tout préoccupés par le sujet, le secteur de la production venant en tête

**24 %** sont "un peu" préoccupés

**23 %** sont "**beaucoup**" préoccupés, le secteur de l'alimentation, concurrencé par la grande distribution étant le plus touché.

#### Le développement de l'entreprise

**51 %** des artisans sont très préoccupés par ce sujet, 24 % le sont peu et 25 % pas du tout. Le secteur le plus concerné est celui de l'alimentation (60 %).

#### Le financement de l'entreprise

**53 %** des artisans sont très préoccupés par le financement de leur entreprise. Le taux d'inquiétude monte à 59 % dans le secteur du bâtiment

#### Le recrutement de nouveaux salariés ?

**54 %** 54 % des artisans ne sont pas du tout préoccupés par ce sujet. Cette absence d'inquiétude est renforcée dans le secteur des services (65 % sans difficultés). Le secteur de l'alimentation est le plus touché par ce problème

#### La préparation de la retraite

**57 %** des artisans sont très préoccupés par leur retraite. Les chiffres secteur par secteur sont les suivants :

- 52 % Alimentation
- 58 % Bâtiment
- 61 % services
- 48 % Production

Cette enquête permet de voir la réalité de l'artisanat, loin des clichés et en phase avec le monde actuel. Être artisan, c'est être un acteur majeur de l'économie tant locale que nationale, tout en gardant cette proximité qui fait sa spécificité. C'est également un métier qui donne toute leur place aux femmes et aux jeunes. Être artisan c'est aussi être un chef d'entreprise, voilà pourquoi le PNDA - ARTINOV met en avant cet aspect de l'artisanat souvent oublié du grand public. Le métier d'artisan révèle de vraies préoccupations, notamment au niveau du financement et du développement de son entreprise, d'où les aides apportées à la profession par le Groupe Banque Populaire et l'APCM. L'artisanat est définitivement un secteur vivant offrant de véritables perspectives d'avenir.

\* IPSOS / Banque Populaire : Mention Obligatoire

Fiche étude : IPSOS Public Affairs a interrogé 1 020 personnes représentatives de la population française, âgée de 15 ans et plus, selon la méthode des quotas en juin 2006.

Les carnets de l'innovation #3

SEPTEMBRE

# Prix National de la Dynamique Artisanale - Artinov

APCM / BANQUE POPULAIRE

T O U T   S U R   L E   P R I X



# S O M M A I R E

3

## DOSSIER DE PRESSE N° 3

SEPTEMBRE 2006

### CRITÈRES DU PRIX

Artisans : managers talentueux et innovants

20

### TABLEAU D'HONNEUR

Lauréats du millésime 2006

21

### PRÉSENTATION DES LAURÉATS

#### Catégorie Performances Économiques et Commerciales

- Développement commercial
- Qualité des produits
- Qualité artistique

22

#### Catégorie Gestion des salariés, Qualité de la formation et Transmission du savoir

- Qualité de la formation
- Création d'emplois
- Intégration des jeunes

25

#### Catégorie Innovation

- Perspectives de développement
- Stratégie d'innovation
- Exemplarité de la démarche

28

### ÉTUDE IPSOS / BANQUE POPULAIRE

Image de l'artisanat auprès du grand public  
et des artisans eux-mêmes

31

## C R I T E R E S D U P R I X

## Artisans : managers talentueux et innovants

### Le sens de l'encouragement

---

Le chiffre est éloquent. Ce sont près de 45 000 artisans qui ont participé au PNDA depuis sa création. Mettre à l'honneur des entreprises, telle est l'ambition partagée, une fois encore avec succès, par le Groupe Banque Populaire et l'APCM.

La remise du PNDA – ARTINOV est devenue un événement attendu dans cet univers professionnel en grande progression.

Plus de talents dans le management de leurs entreprises, plus d'innovation, plus de passion aussi, sont les indicateurs du succès des artisans d'aujourd'hui.

En présence de Renaud Dutreil, Ministre des Petites et Moyennes Entreprises, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales, Philippe Dupont, Président du Groupe Banque Populaire et Alain Griset, Président de l'Assemblée Permanente de la Chambres de Métiers, neuf artisans seront mis à l'honneur pour l'édition 2006.

Il convient de rappeler les critères de sélection auxquels les lauréats ont répondu pour mieux comprendre le rôle de l'accompagnement des organisateurs.

#### Catégorie Performances Economiques et Commerciales

- Réunit la stratégie d'entreprise, les résultats obtenus, la qualité des produits et/ou le processus de production, la créativité, le dynamisme commercial et la pertinence des choix dans la gestion.

#### Catégorie gestion des salariés, la qualité de la formation et la transmission du savoir

- Du savoir-faire des entrepreneurs
- Des sociétés favorisant la formation professionnelle continue et la transmission de l'apprentissage
- Des entreprises ayant une gestion dynamique et motivante de leurs salariés (participation, intéressement, politique salariale...).

#### Catégorie Innovation

- Perspectives de développement
- Stratégie d'innovation
- Exemplarité de la démarche



T A B L E A U   D ' H O N N E U R

## Lauréats du millésime 2006

---

### Catégorie Performances Économiques et Commerciales

- **Développement Commercial**  
Gilles Calvez - BDL TAMBOURS MOTEURS
- **Qualité des Produits**  
Denis Lavaud - L'ANGELYS
- **Qualité Artistique**  
Jean-Pierre Moreira - JOIA

---

### Catégorie Gestion des salariés, Qualité de la formation et Transmission du savoir

- **Qualité de la Formation**  
Pascal Martineau - ENTREPRISE MARTINEAU
- **Création d'emplois**  
Patrick Héric - S.M.I
- **Intégration des jeunes**  
Ibrahima Bah – BOULANGERIE BAH

---

### Catégorie Innovation

- **Perspectives de développement**  
Benoît Darbin – UP'TRONIC
- **Stratégie d'innovation**  
Éric Fouilhé – BOIS D'HARMONIE
- **Exemplarité de la démarche**  
Daniel Villaréale – I.C.E.



## P R É S E N T A T I O N   D E S   L A U R É A T S

## Développement Commercial

### AU PLUS PRÈS DES CLIENTS

#### Gilles et Guylhaine CALVEZ

SA BDL Tambours moteurs  
ZI de Kerranou  
29250 SAINT-POL DE LÉON

Tél. : 02 98 24 41 00

Fax : 02 98 24 41 02

Email : [contact@bdl-france.com](mailto:contact@bdl-france.com)

Date de création : 1995

Nombre d'emplois : 18

#### Activité :

Fabrication d'organes de transmission mécanique

#### Mention : Développement commercial

Dossier présenté par la Chambre de Métiers du Finistère :  
Sophie Ollivier et la Banque Populaire de l'Ouest.

Doubler quasiment son chiffre d'affaires en deux ans, tel est l'exploit réalisé par BDL Tambours moteurs, dynamique entreprise finistérienne qui, comme son nom l'indique, fabrique des tambours moteurs, des rouleaux moteurs et des variateurs de fréquence, au service notamment de l'agroalimentaire, mais aussi des aéroports et messageries colis.

BDL est ainsi leader en France sur ce marché de niche grâce à des délais de fabrication très courts et un meilleur service après-vente. Les pièces détachées sont livrées en 24 heures. Le PDG de BDL, Gilles Calvez a su mettre à profit la présence dans sa région bretonne des grands industriels du secteur agroalimentaire (de Bigard à Bonduelle) pour leur présenter un produit offrant toutes les garanties en matière d'hygiène. Compacts, faciles à entretenir et à nettoyer, ses moteurs de transmission répondent à toutes les normes de la réglementation sanitaire.

Un partenariat étroit avec son fournisseur de composants permet à la Sté BDL de maîtriser la fabrication du produit dans sa globalité avec une traçabilité de tous les instants.

Gilles Calvez entend bien ne pas en rester là et axe son développement sur l'Espagne, le Moyen Orient et les pays du Maghreb. Les clefs du succès de cette entreprise reposent aussi sur la gestion du fichier des clients. En début d'année, elle se fixe des objectifs de vente et les réalise. "Il faut savoir anticiper, explique Gilles Calvez, et se tenir au plus près des attentes du client".

La présence sur place d'un centre de montage explique l'excellente réactivité de cette société à taille humaine qui bénéficie de son implantation dans le Nord Finistère - région à vocation agricole-mais souffre d'être excentrée en France, avec des frais de transports importants. C'est pourquoi l'arrivée du TGV Brest-Paris est attendue avec impatience par tous les Bretons du Penn-ar-Bed (fin de la terre, alias Finistère).



## P R É S E N T A T I O N D E S L A U R É A T S

## Qualité des produits

### DOUX COMME LE PLAISIR DE LA GLACE

#### Denis LAVAUD

##### Mention : Qualité des produits

*Dossier présenté par la Banque Populaire Centre Atlantique  
Agence de Saintes : Christian Espinasse.*

**Activité :** Fabrication de glaces et sorbets

EURL L'ANGELYS  
Lieudit La Sauzaie  
17100 FONTCOUVERTE

Tél. : 05 46 74 88 00

**Date de création :** 1996  
**Nombre d'emplois :** 35

Un respect intransigeant de la qualité des matières premières et l'amour d'un métier basé sur la tradition de la gastronomie française sont à la base de la réussite d'un jeune maître artisan glacier, Denis Lavaud, dont le million et demi de bacs de glaces est aujourd'hui distribué dans la France entière.

Les glaces L'Angélyls, sans colorant, sans conservateur, sans arômes ajoutés, ont trouvé leur place en dix ans à peine dans toutes les grandes surfaces et chez nombre de restaurateurs, malgré la concurrence des glaciers étrangers.

La gamme des produits offerts à nos gourmandises est très élevée : plus de 80 parfums, avec des innovations constantes comme : pomme cuite au four, orange sanguine, raisin-cognac... Pour Denis Lavaud, ce souci de répondre aux envies des grands et petits enfants remonte justement à l'enfance, " .. quand je ramassais des escargots pour avoir trois sous et me payer une glace".

Après une expérience chez Yoplait et Nestlé, il a aussitôt créé ex nihilo son entreprise dans sa Charente bien aimée, si riche en fruits frais cueillis à maturité, d'où l'excellence de ses glaces et sorbets "pleins fruits" dont le goût est authentique. Surgelées en trente minutes, ses glaces sont exemptes de cristaux. Comme le souligne Denis Lavaud : " Nous vendons de la glace, pas de l'air".

L'Angélyls, qui a reçu le renfort d'un cuisinier hors pair, Christophe Gouard, a basé aussi son succès sur le contact permanent avec les clients : on peut visiter son entreprise et déguster ses glaces artisanales en donnant son avis sur les innovations. Pour Denis Lavaud il est essentiel de ne jamais transiger sur la qualité des matières premières, quitte à renoncer à un parfum une année !...

«La passion du métier est le facteur essentiel de réussite d'une entreprise artisanale.»



## P R É S E N T A T I O N   D E S   L A U R É A T S

## Qualité artistique

### AU BONHEUR DES DAMES

#### Jean-Pierre et Christine MOREIRA

##### Mention : Qualité artistique

*Dossier présenté par la Banque Populaire Loire et Lyonnais  
Agence des Cordeliers : Christelle Favier.*

**Activité :** Joaillerie

SARL JOIA  
5, rue Grenette  
69002 LYON

Tél. : 04 72 77 56 66  
Fax : 04 72 77 58 68  
Email : joia@free.fr

Date de création : 1998  
Nombre d'emplois : 9

Créateur de son entreprise, Jean-Pierre Moreira, jeune et talentueux fabricant de bijoux, avec l'aide de son épouse, Christine, est présent dans quelques deux cents boutiques en France et réalise déjà 20% de ses ventes à l'étranger, en Europe et au Japon et veut prospecter cette année en Grande-Bretagne, Irlande et Russie.

Outre la complémentarité de la famille et la présence d'une équipe motivée, le succès de Joïa repose sur une gamme renouvelée chaque année et adaptée aux envies du client, avec des tarifs raisonnables. Encore que dans le domaine du bijou, quand on aime, on ne compte pas.

C'est ainsi que les diamants, les pierres fines et les pierres précieuses de Joïa ont séduit tous les âges et tous les budgets. Dans ce domaine, qui touche à l'art, l'originalité de la création est primordiale. Jean-Pierre Moreira utilise une palette de pierres précieuses et de couleurs très étendue : saphirs de Ceylan bleus, jaunes, roses, rubis, émeraudes. Il réalise aussi des bijoux sur-mesure, des pièces uniques à partir d'un projet personnalisé. Ce souci de raffinement et cette harmonie des lignes explique pourquoi le chiffre d'affaires de Joïa double ou triple d'une année sur l'autre.

La marque brille chez les principaux détaillants français et les époux Moreira sont présents dans les salons internationaux à Bale, Las Vegas ou Tokyo. Dans ce domaine artistique où prime la beauté créative, c'est en effet la valeur ajoutée qui fait la différence. Le bijou n'est pas un produit de première nécessité et il faut savoir "créer une envie".

« Le beau, c'est la splendeur du vrai » (Stendhal), cette pensée rejoint le désir de Joïa de proposer des bijoux inédits, authentiques, à forte identité.



## P R É S E N T A T I O N   D E S   L A U R É A T S

## Qualité de la formation

### L'ARTISTE EST SUR LE TOIT

---

#### **Pascal MARTINEAU**

##### **Mention : Qualité de la formation**

*Dossier présenté par la Banque Populaire Val de France  
Agence de Château la Vallière : Benoît Brachet.*

**Activité :** Charpente, Couverture, Zinguerie

Entreprise Martineau  
ZA La Noiraie  
37370 SAINT-PATERNE-RACAN

**Tél. :** 02 47 24 14 16  
**Fax :** 02 47 24 23 07

**Date de création :** 1987  
**Nombre d'emplois :** 11

Artisan couvreur, spécialisé dans les charpentes et la zinguerie, Pascal Martineau fait l'unanimité en pays de Racan, cette Touraine si riche en merveilles architecturales.

Nombreux sont les particuliers et les communes qui se félicitent de lui avoir confié la réfection de la tourelle d'un château ou la toiture d'un presbytère. Car Pascal Martineau est spécialisé dans le patrimoine ancien et a su garder les valeurs de sa profession. Une haute technicité dans le choix des matériaux, la restauration artistique des rosaces, faitages, la pose des ardoises de couleurs, les charpentes taillées, rabotées avec moulure et lien cintré respectant le style de l'époque résumant l'activité de cette entreprise, histoire de rappeler à ses clients comblés que le mot "art" figure dans artisan.

Travaillant pour de nombreuses communes, Pascal Martineau entretient une dizaine de châteaux et patrimoines anciens et sa réputation est telle que ses clients se trouvent aussi dans le Lot ou la région parisienne. Son credo, c'est aussi la formation des jeunes apprentis à qui il enseigne sa passion de l'authenticité. Il n'hésite pas à déléguer afin de les rendre toujours plus intéressés par un métier qui n'est pas de tout repos, certes, mais qui redonne toute sa noblesse au travail manuel. "N'oublions pas, rappelle-t-il, que nous sommes, nous les artisans, la première entreprise de France et que la formation des jeunes est primordiale".

Participant aux salons et opérations "portes ouvertes" dans sa région, Pascal Martineau ne compte pas son temps, il est un ambassadeur convaincant d'une profession indispensable, en même temps qu'un pédagogue éloquent auprès de ses jeunes apprentis.



## P R É S E N T A T I O N D E S L A U R É A T S

## Création d'emplois

### DE L'UTILITÉ D'UN BON TUYAU

#### Patrick HÉRIC

##### Mention : création d'emplois

*Dossier présenté par la Banque Populaire Lorraine Champagne  
Agence de Toul : Fabien Simonin.*

**Activité :** chaudronnerie, soudure, maintenance industrielle

S.M.I. Sarl  
Escadrille des Cigognes  
ZA Croix de Metz  
54200 TOUL

**Tél. :** 03 83 64 39 51  
**Fax :** 03 83 64 21 80

**Date de création :** 2001  
**Nombre d'emplois :** 25

Patrick Héric a connu un succès immédiat avec son entreprise de maintenance industrielle dont l'atelier de 1.500 m<sup>2</sup> est situé à Toul. Il s'est spécialisé dans la tuyauterie, la soudure haute pression, la chaudronnerie, le travail sur les chaudières et la construction métallique.

Concurrent d'Alstom, il pratique des tarifs plus compétitifs. La liste de ses clients est éloquente : EDF, St Gobain, Rhône-Poulenc ou Novacarb. Son personnel très qualifié intervient aussi bien dans les centrales thermiques comme celle de Vitry-sur-Seine que dans les usines d'incinération (ELYO), les sucreries, les papeteries (Mougeot) ou le chauffage urbain.

Pour parfaire les connaissances, des formations techniques sont dispensées régulièrement par des bureaux extérieurs, ainsi que des formations sécurité. Ce savoir-faire reconnu a permis à ce chef d'entreprise de créer quelques vingt emplois en moins de cinq ans. De 3 personnes en 2001 à la création de l'entreprise, l'effectif est passé à 16 en 2003, puis 25 personnes en 2005.

"Nous établissons les dossiers d'intervention permettant le suivi qualité de nos prestations ainsi que les cahiers des mines et dossiers de réparation en collaboration avec les organismes officiels", ajoute Pascal Héric. Les points forts de son entreprise sont la réactivité, le savoir-faire et la flexibilité car il faut savoir intervenir rapidement dans le domaine sensible des chaudières industrielles.

La seule difficulté de son entreprise est en définitive le recrutement d'un personnel compétent.



## P R É S E N T A T I O N D E S L A U R É A T S

## Gestion des salariés Intégration des jeunes

### FRANC COMME DU BON PAIN

---

#### Ibrahima & Binta BAH

**Mention : Gestion des salariés - Intégration des jeunes**

*Dossier présenté par la BRED Banque Populaire.*

**Activité :** Boulangerie

Boulangerie  
214 Allée de la Gare  
77350 LE MEE SUR SEINE

**Tel. :** 01 64 64 02 14

**Date de création :** 2002  
**Nombre d'emplois :** 7

Modèle d'intégration réussie, Ibrahima Bah est arrivé de Guinée en 1989 et a été naturalisé français avant de se former au métier de boulanger, puis d'acheter sa propre affaire en 2002 à proximité des groupes scolaires, puis une deuxième en 2005 dans le même quartier.

Il aurait pu se contenter de faire du bon pain et de faire partager son amour du métier. Mais cet homme chaleureux qui se définit comme citoyen du monde n'a pas oublié que le devoir des adultes était d'aider les jeunes à s'insérer dans la société. C'est pourquoi il n'hésite pas, en liaison avec la municipalité de sa commune, à les accueillir dans ses boulangeries et à les former en n'oubliant pas qu'il avait été lui-même bien accueilli quand il était arrivé de Guinée pour... jouer au football.

Et le voilà aujourd'hui donnant l'exemple en se livrant à une profession symbolique : l'amour du bon pain, base de l'alimentation mais aussi acte de partage.

En six mois, Ibrahima Bah avec l'aide de son épouse qui est vendeuse, il a réussi à rendre rentable son deuxième commerce et à doubler le nombre de pains vendus. La qualité de son sourire n'est pas étrangère à ce succès commercial : derrière les larges ouvertures de ses boutiques, ses clients peuvent voir comment on fabrique le pain. Il n'hésite pas à dialoguer avec tout le monde et à expliquer comment on fabrique un pain de qualité avec des ingrédients choisis avec soin.

Dans son équipe, son credo est simple comme celui d'une équipe de football : "Tout le monde doit pouvoir compter sur tout le monde". A l'heure où l'on parle beaucoup des aléas de l'intégration, voilà un exemple à mettre en exergue.



## P R É S E N T A T I O N   D E S   L A U R É A T S

## Perspectives de développement

### L'ŒIL INFAILLIBLE DU CAPTEUR

#### Benoît DARBIN

##### Mention : Perspectives de développement

*Dossier présenté par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de l'Ain  
Didier Lemaire et la Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté.*

**Activité :** Conception et fabrication de systèmes de mesures

Up'tronic  
Le village  
01390 CIVRIEUX EN DOMBES

**Tel. :** 04 78 98 02 63  
**Fax :** 04 72 08 68 25

**Date de création :** 2004  
**Nombre d'emplois :** 11

Surveiller la dégradation du sarcophage de Tchernobyl, mais aussi les oscillations des antennes Télécom, des pylônes EDF, la vétusté des ponts, les glissements de terrains, les installations des aéroports, telle est la vocation d'intérêt public du capteur Niveaugraph conçu et réalisé par UP'TRONIC, entreprise d'innovation en faveur des produits nouveaux de haute technologie.

Son fondateur, Benoît Darbin, formé aux technologies des télécommunications avait créé en 2001 l'entreprise Nautile Technologie qui, en collaboration avec son partenaire Twist, a donné naissance en 2004 à UP'TRONIC.

Un rapprochement fructueux puisque le capteur Niveaugraph qui a été imaginé intéresse un nombre croissant d'utilisateurs très différents : TDF va en équiper ses 2.000 antennes, EDF surveillera ses pylônes, Aéroports de Paris ses radars et la vieille ville de Lausanne ses monuments déstabilisés par la construction du métro. Et le marché de la téléphonie (Bouygues, SFR, Orange) s'annonce prometteur.

Plus précis que le GPS, il s'agit d'un capteur de mouvement détectant les oscillations d'un pylône ou la lente défaillance des fondations d'une antenne. Le capteur est un boîtier électronique qui, sur la détection du Nord magnétique terrestre et de la gravitation, assure un repérage de sa position et retransmet des évolutions au 1/100 de degrés près. Par exemple, sur une antenne de 35 mètres de haut, l'amplitude de l'oscillation mesurée est de 6mm. On imagine l'utilité de ce produit innovant pour tous ceux qui veulent se prémunir contre l'usure du temps et les dégâts dus aux vents en surveillant leurs installations à distance avec une précision inégalée.

L'invention d'un capteur nouveau est toujours un événement dans l'histoire de l'électronique. Nul doute que le Niveaugraph fera le tour du monde et qu'on le retrouvera sur le dôme des volcans, le pont des bateaux ou les pylônes de nos industries.

Cette réussite, nous la devons à la forte créativité des chefs d'entreprise, à leur curiosité et leur énergie. Au service de la sécurité de tous leurs concitoyens.



## PRÉSENTATION DES LAURÉATS

## Stratégie d'innovation

### À LA GLOIRE DU STRADIVARIUS

#### Éric et Françoise FOUILHÉ

Catégorie Innovation

Mention : Stratégie d'innovation

*Dossier présenté par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Drôme-Romans : Sébastien El-Hadj et la Banque Populaire des Alpes.*

Activité : Facture d'accessoires du Quatuor

Bois d'harmonie

MOURET

26400 ALLEX

Tél. : 04 75 62 62 81

Fax : 04 75 62 62 81

Email : info@harmonie.net

Date de création : 1985

Nombre d'emplois : 5

Eric Fouilhé a créé au pied du Vercors une fabrique d'accessoires de violon et violoncelle, unique en France, connue dans le monde entier pour la qualité de sa fabrication et ses recherches acoustiques.

Récompensé par la médaille de "Meilleur ouvrier de France", Eric Fouilhé qui a équipé plus de trente Stradivarius, a su participer par ses recherches historiques, au renouveau important que connaît la lutherie actuelle.

Attentif aux exigences musicales contemporaines, il a imaginé des produits pour violons et violoncelles comme cet attache-cordier qui équipe aujourd'hui plus de 10.000 instruments dans le monde.

Baptisée Tailcord, cette tresse multifibres, neuf fois plus solide que l'acier, améliore considérablement l'acoustique des instruments. Elle permet au musicien un contact plus immédiat entre son art musical et son jeu instrumental.

Chaque musicien, du violoniste au contrebassiste est donc intéressé par cette innovation qui concerne 22.000 musiciens de conservatoire en France.

Le bouche à oreille -c'est le cas de le dire- ne fera que propager la réputation d'une entreprise qui a reçu le soutien de musiciens célèbres et des meilleurs luthiers. En trois ans, l'activité à l'export a progressé pour atteindre 75 % de son chiffre d'affaire.

Valorisant une ressource naturelle locale, le bois de buis, cette entreprise de facture d'accessoires de violon haut de gamme s'est installée dans une région traditionnelle de tournerie-tableterie où existe aussi un fort potentiel de sous-traitance de précision en bois, métal et composites. Avec son Tailcord, elle a réussi à se faire connaître dans tous les orchestres et elle occupe désormais une position de choix en matière de référence culturelle, musicale et technique.

Comme le précise Eric Fouilhé : "Si la mondialisation apporte la concurrence de copieurs indiens ou chinois (parfois excellents...), l'innovation reste donc notre seule issue économique si nous voulons rester une référence internationale".



## PRÉSENTATION DES LAURÉATS

## Exemplarité de la démarche

### ÉLECTIONS CLEFS EN MAIN

#### Daniel VILLARÉALE

Catégorie Innovation

Mention : Exemplarité de la démarche

*Dossier présenté par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Saint-Etienne : Laurent Martinez et la Banque Populaire Loire et Lyonnais.*

Activité : Editique

I.C.E

11, rue de la Robotique  
42950 SAINT-ETIENNE

Tél. : 04 77 93 03 55

Fax : 04 77 93 03 54

Email : danielv@i-c-e.fr

Date de création : 2000

Nombre d'emplois : 10

L'éditique est un métier à mi-chemin entre l'informatique et l'imprimerie traditionnelle. I.C.E. (Informatique Conseil Edition), l'entreprise stéphanoise de Daniel Villaréale est spécialisée dans l'édition de factures, chèques-cadeaux, quittances de loyer, fiches de paye, chèques bancaires et autres mailings commerciaux. Elle a reçu l'agrément de la Fédération Bancaire Française.

Le changement des moyens de paiement et l'arrivée des cartes et virements bancaires l'a contraint à trouver d'autres débouchés. I.C.E. a donc imaginé et réalisé, avec le soutien de l'ANVAR, un produit très innovant, baptisé « Votecab », qui permet d'organiser des opérations de vote par correspondance avec un dépouillement automatisé des bulletins de vote.

Il s'agit d'un outil couplé à un logiciel chargé de dépouiller et lire rapidement les bulletins, compter les voix et attribuer les sièges, en toute sécurité et en respectant la confidentialité. Les résultats s'affichent en temps réel sur l'écran de l'ordinateur et peuvent être projetés sur écran géant. Aucun risque d'erreur humaine, nous sommes loin de l'antique comptage manuel !

Grâce à la solution "Votecab", le vote par correspondance intéresse un marché très diversifié : entreprise, sociétés d'intérim, mutuelles, banques, administrations, chambres consulaires...

Daniel Villaréale est donc un jeune créateur d'entreprise heureux qui propose la solution intégrée « Votecab » pour l'organisation clefs en main d'élections professionnelles avec dépouillement automatisé. Son sens de l'innovation permettra de simplifier la vie des entreprises qui organisent les élections des délégués du personnel ou des administrateurs...



## Image de l'artisanat auprès du grand public et des artisans eux-mêmes

### SYNTHÈSE - ENQUÊTE 2006

#### • Le grand public et l'artisanat

##### - Connaissance de l'artisanat

Les Français montrent une bonne connaissance des métiers de l'artisanat

Un quart des personnes interrogées identifie au moins 8 professions parmi les 10 proposées comme métiers de l'artisanat et 84% au moins 4 parmi les 10 proposées.

Parmi 10 métiers artisanaux proposés, les trois métiers les plus reconnus en tant que métier de l'artisanat sont :

- Chocolatier (93%)
- Peintre en bâtiment (88%)
- Fleuriste (86%)

Les trois les moins reconnus sont :

- Ambulancier (26%)
- Prothésiste dentaire (37%)
- Déménageur (37%)

En termes de taille, le nombre moyen d'employés dans une entreprise artisanale est évalué à 9.5 personnes par les Français alors que, la taille moyenne réelle est de 2.8 personnes.

Il est à noter que les hommes ainsi que les plus de 35 ans semblent les mieux informés sur les métiers de l'artisanat.

##### - Attrait de l'artisanat

Les professions de l'artisanat sont attractives :

- Un Français sur trois déclare avoir envie de devenir un jour artisan lui-même.
- Malgré leur moins bonne connaissance de l'artisanat que leurs aînés, de nombreux jeunes (42%) envisagent de rejoindre cette catégorie de profession.

Parmi ceux qui envisagent de devenir artisan, la majorité (59%) préférerait reprendre l'activité d'un artisan qui part à la retraite, les autres étant partisans de la création de sa propre entreprise.

Enfin, la majorité des personnes interrogées (57%) pense qu'il faut disposer à la fois d'un diplôme et d'expérience pour devenir artisan. En réalité, une expérience de trois ans de travail dans un métier artisanal suffit pour obtenir le statut d'artisan.



## Image de l'artisanat auprès du grand public et des artisans eux-mêmes

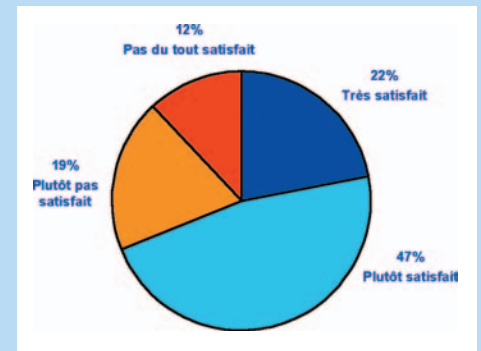
### SYNTHÈSE - ENQUÊTE 2006

#### • Les artisans jugent leur situation

##### – Des professionnels satisfaits de leur situation

Quel que soit le secteur, plus des deux tiers des artisans (69%) se déclarent satisfaits de leur situation actuelle dont plus d'un sur cinq (22%) très satisfait.

*Question* : Diriez-vous que vous êtes très satisfait, plutôt satisfait, plutôt pas satisfait ou pas du tout satisfait de votre situation actuelle en tant qu'artisan ?



Ils sont dans les mêmes proportions prêts à se dire confiants dans l'avenir (65%).

Mais ici, les artisans du bâtiment se démarquent en se montrant les plus confiants (72% contre 65% de l'ensemble) tandis que les professionnels de l'alimentation sont les plus réservés (42% ne sont pas confiants contre 34% de l'ensemble).

Ainsi, il est logique que les deux tiers des artisans soient prêts à recommander à un proche de suivre leur exemple et d'embrasser une des nombreuses professions de l'artisanat.

##### - Les sources de satisfaction

Le fait de travailler pour son propre compte constitue le principal attrait de l'artisanat : l'indépendance, la liberté et le fait de ne pas avoir de patron sont les raisons les plus évoquées (par 37% des artisans satisfaits). « Ca me plaît d'être libre et de ne pas avoir des patrons »  
« On est plus motivé quand on travaille pour soi »

- La passion pour le métier est la deuxième source de satisfaction la plus souvent citée (32% des artisans satisfaits):

« C'est une passion plus qu'un travail »

- Sont ensuite cités la satisfaction d'avoir une activité qui marche bien (19%), le contact avec les clients (18%), l'aspect artistique du métier (10%), la flexibilité des horaires (7%). « Ca marche bien et ça permet de promouvoir un savoir-faire et c'est toujours un plaisir », « J'aime le contact avec les clients »

##### – Les sujets de préoccupation

Les artisans se montrent avant tout préoccupés par le financement de leur retraite (57% s'en préoccupent beaucoup), le financement de leur entreprise (53%) et son développement (51%).

Le recrutement de nouveaux salariés et la transmission de leur entreprise apparaissent moins prégnants (respectivement 46% et 47%)



## Image de l'artisanat auprès du grand public et des artisans eux-mêmes

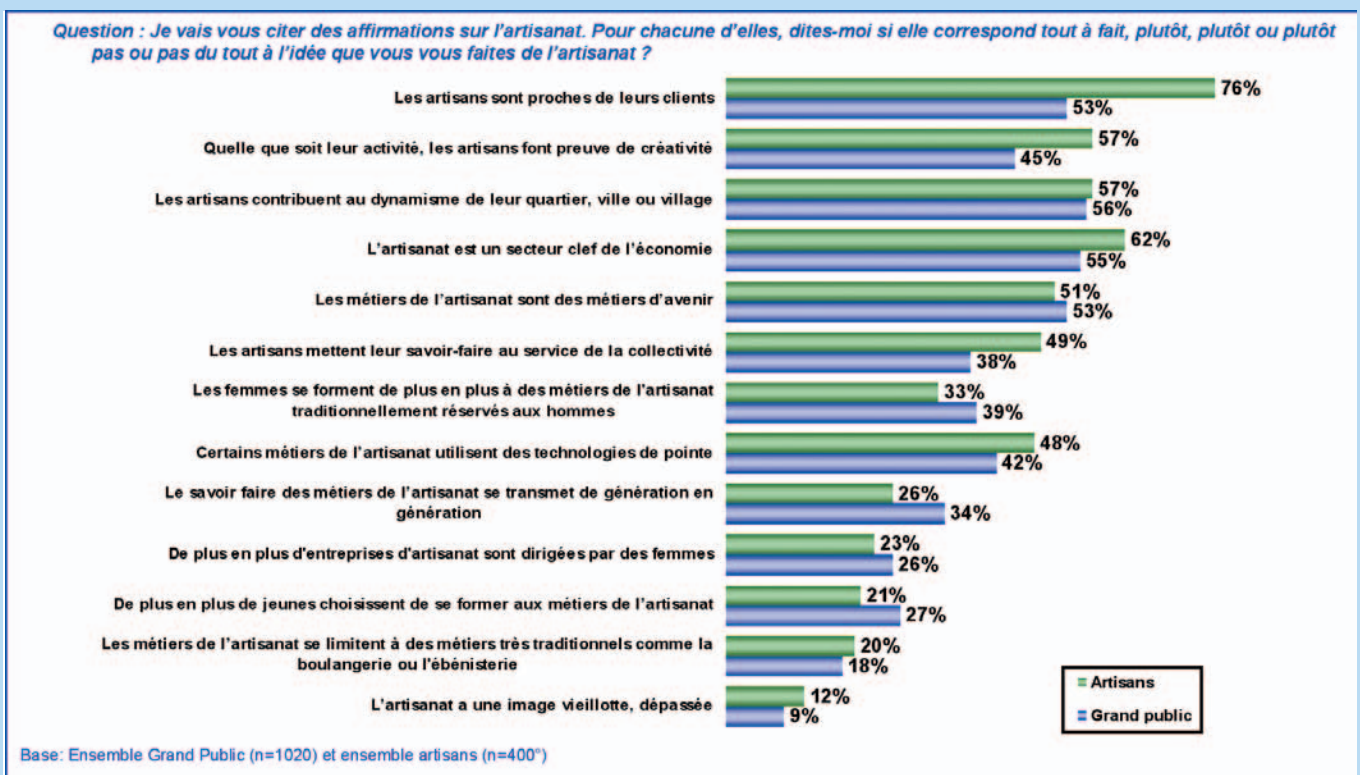
### SYNTHÈSE - ENQUÊTE 2006

#### • L'image de l'artisanat

Globalement, l'artisanat bénéficie d'une bonne image auprès du grand public comme auprès des artisans eux-mêmes. Les Français et les artisans ont exprimé une hiérarchie comparable des éléments constituant l'image de l'artisanat actuel. Ainsi, tout le monde s'accorde à reconnaître la proximité des artisans avec leurs clients. La créativité, le dynamisme apporté localement et la place clé dans l'économie de l'artisanat sont aussi reconnus par neuf artisans sur dix et autant de français.

Néanmoins, la modernité technologique des métiers semble être une donnée avant tout connue des hommes de l'art eux-mêmes qui classent ce trait d'image en cinquième position tandis que le grand public lui réserve (avec néanmoins un score proche) la huitième place.

L'attractivité des métiers de l'artisanat pour les femmes est affirmée : plus des trois quarts des artisans déclarent constater l'entrée des femmes sur des secteurs de l'artisanat traditionnellement réservés aux hommes et les deux tiers approuvent l'idée selon laquelle de plus en plus de femmes prennent la direction d'entreprises artisanales.





## Image de l'artisanat auprès du grand public et des artisans eux-mêmes

### SYNTHÈSE - ENQUÊTE 2006

#### • L'image de l'artisanat (suite)

Toutefois, à peine la moitié des artisans considèrent que les jeunes se montrent attirés par leur secteur d'activité, les plus pessimistes appartenant au secteur du bâtiment.

Les traits d'image à connotation négative arrivent bons derniers auprès des artisans comme auprès de l'ensemble de la population française : néanmoins, plus d'un tiers ont une image encore traditionaliste de l'artisanat (42% auprès du grand public / 39% auprès des artisans) et un quart pense que son image est vieillotte et dépassée (28% / 29%).

Parmi les différents secteurs, les artisans du secteur alimentation se montrent les moins positifs particulièrement en ce qui concerne :

- L'utilisation des technologies de pointe,
- La créativité déployée,
- Les perspectives d'avenir.

Les artisans des services sont au contraire les plus enthousiastes en particulier lorsqu'il s'agit d'évoquer la créativité, l'avenir des métiers de l'artisanat, l'attractivité de ses métiers pour les jeunes et l'avancée des femmes chefs d'entreprises artisanales.

Les Français ont une meilleure image de l'artisanat que les artisans concernant

- La « féminisation » de l'artisanat (79% des artisans vs. 83% du grand public)
- La transmission du savoir-faire de génération à génération (61% vs. 74%)
- L'attrait des métiers de l'artisanat auprès les jeunes (51% vs. 63%).

Enfin, on notera que les jeunes ont une image moins claire et moins positive que leurs aînés même si cela ne les empêche pas de vouloir rejoindre ce secteur à l'avenir.

#### **Sondage IPSOS / Banque Populaire 2006. Mention obligatoire. Rappel méthodologique**

Etude réalisée par téléphone auprès de deux populations

- 1020 interviews auprès d'un échantillon national représentatif de Français âgés de 18 ans et plus.
- 400 interviews d'artisans réparties entre les quatre grands secteurs (alimentation, bâtiment, services et production).



## Contacts Presse

### **ByTheWayCreacom**

#### **Dominique Garraud**

Tél. : 01.53.57.60.37 / 06.14.51.98.90

Mail : dominique.garraud@bythewaycreacom.net

#### **Ivan Polsky**

Tél. : 01.53.57.60.55 / Fax : 01.53.57.60.71

Mail : ivan.polsky@bythewaycreacom.net



#### **Victoria Eideliman**

Tél. : 01.40.39.60.56

Mail : victoria.eideliman@bfbp.banquepopulaire.fr



#### **Élisabeth de Dieuleveult**

Tél. : 01.44.43.10.96

Mail : dieuleveult@apcm.fr

