

Rapport d'activité 2012

Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat



Sommaire

- 1.** Le Fonds National de Promotion et de Communication de l'Artisanat
- 2.** Axes stratégiques de communication de l'Artisanat
- 3.** Activité du Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat en 2012

1. Le Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat - FNPCA

Etablissement public administratif créé par décret modifié du 13 novembre 1997, le Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat (FNPCA) a pour mission de mettre en œuvre des actions de communication à caractère national en faveur de l'Artisanat.

Le Conseil d'administration est composé de 9 membres, 3 sont proposés par l'Assemblée permanente des Chambres de métiers et de l'artisanat (APCMA), 3 autres par l'Union professionnelle artisanale (UPA), 2 représentants de l'Etat (Ministères en charge de l'Artisanat et du Budget) et une personnalité qualifiée nommée par le ministre en charge de l'Artisanat.

Le FNPCA est exclusivement financé par une majoration de 10% du montant du droit fixe revenant aux chambres de métiers et de l'Artisanat (régionale ou de région) tel que fixé au A de l'article 1601 du code général des impôts [loi 2010-853 du 23 juillet 2010]

Le FNPCA est animé par une équipe de 4 personnes à plein temps : un directeur, une responsable de communication, un assistant comptable et une assistante de direction.

2. Les axes stratégiques de communication de l'Artisanat

La communication mise en œuvre par le FNPCA est d'abord de **type institutionnel** : il s'agit de doter le secteur d'une image de notoriété et d'attractivité, analogue à celle d'une marque, en faisant valoir les atouts qui en font la richesse, les hommes et femmes, leurs compétences, leurs métiers, leur proximité.

La finalité de ces actions et campagnes est aussi **d'ordre économique** : afin de favoriser le développement de l'activité des entreprises artisanales en valorisant leur offre à partir des critères de savoir-faire et de disponibilité des hommes, de proximité des services, de qualité des produits, d'adaptabilité et de modernité des modes de production.

De même, la valorisation de ses métiers et la mise en exergue d'une offre réelle d'avenir professionnel ont pour objectif fort d'aider à **attirer de nouvelles compétences vers l'Artisanat**, à pourvoir les emplois qui y sont vacants, à inciter les jeunes à emprunter les filières de formation.

L'action du FNPCA est donc sous-tendue par la nécessité de renforcer, notamment auprès des jeunes et de leurs entourages, l'offre d'avenir professionnel de l'Artisanat, et même de les faire "passer à l'acte" en termes de formation, d'opportunités d'emploi et de valorisation sociale que procure le statut d'artisan.

Enfin, elle œuvre à l'installation durable de l'image positive construite au profit de l'Artisanat, désormais spontanément reconnu par une majorité des Français interrogés comme la "**Première entreprise de France**".

A noter que dans le cadre de la réflexion engagée en prévision de la consultation d'agences, le FNPCA a décidé d'inscrire plus fortement sa communication en faveur du soutien au développement de l'activité des entreprises du secteur.

3. L'activité du Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat en 2012

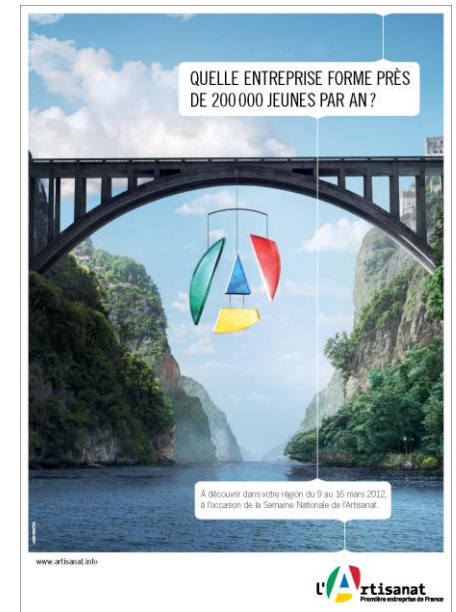
Les campagnes institutionnelles et actions de promotion

Tout au long de l'année 2012, l'Artisanat a été présent dans les différents médias pour promouvoir son message à destination du grand public, des jeunes et des artisans en reprenant les axes de la campagne nationale lancée en septembre 2009.

Profitant d'une opportunité de présence en sponsoring et parrainage, l'Artisanat a signé de mi-janvier à fin novembre les billboards d'entrée et de sortie des espaces météo sur France2 à 19h55 et ceux d'entrée et de sortie du Journal de l'Economie sur BFM-TV.

Dans le cadre de la semaine nationale de l'Artisanat, l'effort média s'est déployé autour d'un dispositif puissant en télévision (456 GRP, taux de couverture de 87% et base de répétition de 6,3, soit 91 254 555 contacts) reprenant le film institutionnel dans ses formats 30 et 20s, la campagne était également déclinée dans la presse quotidienne régionale avec deux parutions les 7 et 14 mars 2012 et sur internet.

Le site artisanat.info a totalisé en 2012 plus de 2 410 405 visites uniques, soit une fréquentation mensuelle de 184 000 visiteurs pour plus de 4 513 725 pages vues.



Présent sur le net du 1^{er} janvier au 31 décembre 2012 en liens sponsorisés et catchup TV, l'Artisanat a pris la parole en mars, avril et juin ainsi qu'en octobre et novembre avec sa campagne des « Virus de l'artisanat » et en inaugurant la chaîne de l'Artisanat sur You Tube. Le FNPCA a par ailleurs développé une opération spéciale avec Kel Formation de septembre à décembre 2012. Enfin, à noter une présence en affichage au mois de novembre sur sur près de 10 000 faces en national et deux cahiers spéciaux consacrés à l'Artisanat et l'apprentissage dans Direct Matin et Le Parisien Aujourd'hui en France en novembre.



Campagnes presse 2012



Campagne d'affichage avec QR Code dirigé vers artisanat.info



Le partenariat handball

Comme les années précédentes, le Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat a accompagné les équipes de France masculine et féminine lors des rendez-vous du calendrier sportif et à l'issue des Jeux Olympiques de Londres.

Arrivé à échéance fin août 2012, le contrat de partenariat entre le FNPCA et la FFHB a été renouvelé pour trois ans lors du Conseil d'administration du 12 décembre 2012.

Annonce Championnat d'Europe
Serbie 15-29 janvier 2012



DEPUIS 6 ANS, CE N'EST PAS SEULEMENT UNE ÉQUIPE
QUE L'ARTISANAT SOUTIENT. C'EST UNE MACHINE À GAGNER.

Du 15 au 29 janvier 2012, les champions d'Europe 2010
défendront en Serbie leur titre avec le soutien généreux
et enthousiaste de l'Artisanat.

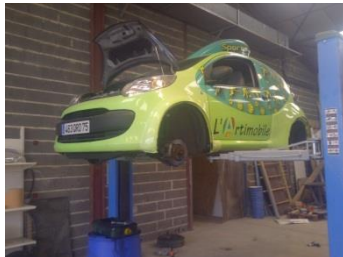
www.artisanat.info



Les ARTIMOBILES

En 2012, les ARTIMOBILES ont profité d'une vaste opération de ré habillage et d'un renouvellement du logiciel de présentation et de découverte des métiers, désormais sous application IPAD. Immobilisée durant la première période de l'année, la flotte ainsi renouvelée a repris la route pour sa 12ème tournée nationale qui s'est déroulée du 12 novembre au 11 décembre dans les huit départements d'Ile de France.

Parallèlement, 6 Opérations spéciales ont été réalisées, dont 5 bénéficiant de la subvention du FNPCA pour un montant total de 13 652€.



Travaux de remise à neuf des véhicules



La flotte renouvelée et l'application sur tablette



Le dispositif Artimobiles

Worldskills France



Au titre de son partenariat avec le Comité Français d'organisation des Olympiades des métiers (COFOM), le Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat a contribué à hauteur de 75 000€ à l'organisation des finales internationales qui se dérouleront en 2013 à Leipzig.

L'Institut national des métiers d'Art



Partenaire de l'INMA, créé en remplacement de la Société d'encouragement des métiers d'Art, le FNPCA a participé à la préparation des Journées Nationales des métiers d'art et à l'élaboration du nouveau dispositif annuel de cette manifestation. L'établissement a apporté en 2012 à l'Institut une contribution de 200 000€.

3.2 Le Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat en 2012

Conseils d'administration

23 février 2012

12 avril 2012

3 juillet 2012

13 septembre 2012

17 octobre 2012

12 décembre 2012

Deux marchés publics en 2012

Contrôle des coûts : PH Consultants

Stratégie et conseil 2013-2016 : dialogue compétitif en cours

La Deuxième Chambre de la Cour des Comptes a notifié par courrier en date du 30 mai 2012 le contrôle des comptes du FNPCA pour les exercices de 2002 à 2010 et de la gestion pour les exercices de 2002 à 2011.

Le contrôle sur pièces et sur place, confié à Mme Marie-Louise AUBIN-SAULIERE, Conseiller-Maître et Mme Gisèle DUCREUX, a donné lieu à la production de l'ensemble des pièces comptables et administratives de l'établissement sur les périodes visées, aux réponses aux questionnaires de la Cour et à deux entretiens les 10 juillet et 10 octobre derniers.

Le rapport d'instruction a été présenté en séance devant la Deuxième Chambre les 14 et 23 novembre derniers.

Dans le Relevé d'observations provisoires (ROP) articulé autour de trois parties consacrées respectivement à la présentation générale du FNPCA, à son statut d'opérateur de l'Etat et à ses comptes, la Cour émet une série de remarques portant principalement sur :

L'activité de l'établissement,

L'exercice de la tutelle sur l'établissement opérateur de l'Etat,

Le partenariat avec la Fédération de handball,

L'avenir de l'établissement.

Exécution du Budget 2012*

Présenté en équilibre à hauteur de 9 910 000€, le budget 2012 est exécuté à date à hauteur de 93%. Il est rappelé que, contrairement aux années précédentes, le budget initial pour 2012 n'a pas été élaboré à partir de la ressource constatée en année n-1, son montant ayant été plafonné par l'article 46 de la loi de finances pour 2012.

L'excédent constaté d'un montant de 82 016€ est reversé au Budget général.

Comme pour les gestions précédentes, l'intervention systématique du contrôleur de coût a eu pour effet d'optimiser et rationaliser les dépenses.

Sur le plan stratégique, deux points sont à souligner. D'une part, la poursuite avec HAVAS d'une stratégie média rationalisée favorisant la constitution de socles de supports, qu'ils soient traditionnels (Presse, télévision, radio) ou issus des nouvelles technologies (web, réseaux sociaux), afin de doter l'Artisanat d'une cartographie précise des relais médiatiques qui font l'influence de la marque, et d'autre part, le choix d'une stratégie de communication privilégiant la pérennisation des messages. Enfin, l'année 2012 a été également marquée par une présence accrue en sponsoring télévisé avec les programmes météo sur France 2 et les chroniques économiques sur BFMTV.

Au cours de l'année 2012, le Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat aura consacré près de 6 800 000€ en média avec, pour les trois vagues de campagnes, quatre si l'on compte le sponsoring TV, la répartition suivante : 63% en télévision, 23% en internet, 12% en presse et 2% en affichage.

*Chiffres provisoires en attente de l'adoption du Compte financier 2012

Appuyée par la campagne média, le nouveau site artisanat.info mis en ligne dès le début 2010 a connu une recrudescence de fréquentation avec un nombre de visites de près de 360 000 vs 310 000 en 2011. A noter également la migration de la web TV de l'artisanat sur You Tube qui a participé à un renforcement notoire de la visibilité de la marque et des vidéos du site. L'Artisanat a ainsi occupé pendant près de quinze jours la troisième place des sites les plus vus.

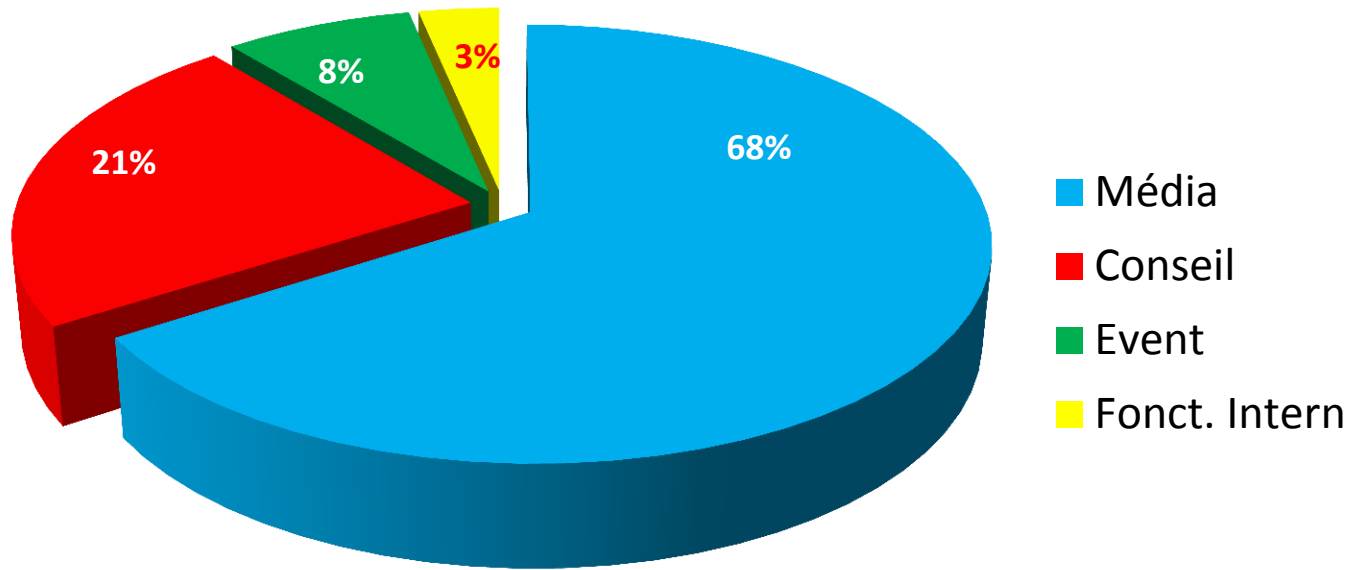
En presse, les annonces PQR ont décliné le message générique du film TV avec un discours de preuve sur la proximité, la modernité, l'adaptabilité et l'innovation du secteur, notamment lors de la Semaine nationale de l'artisanat.

Du fait de la prolongation par avenant du marché « conseil et stratégie », l'établissement a essentiellement utilisé en média les actifs de campagne existants.

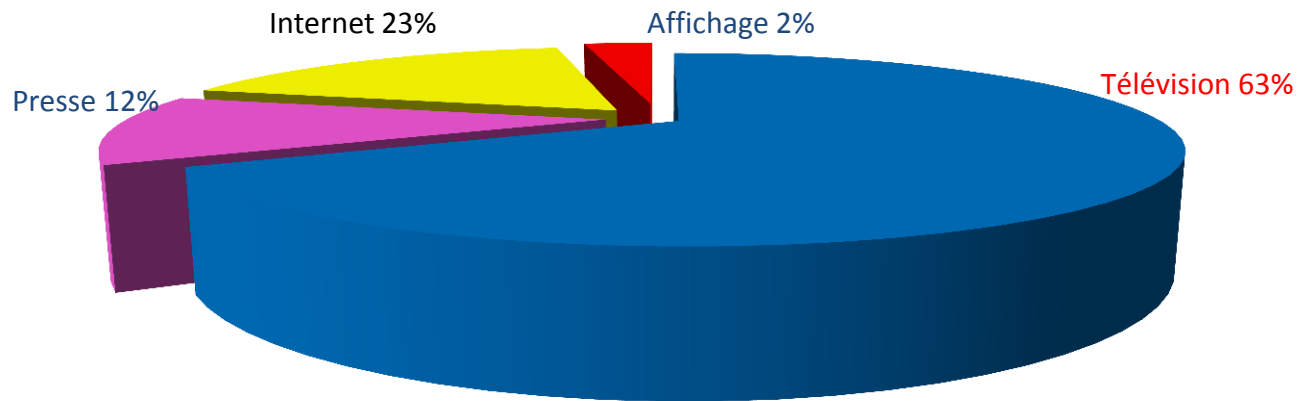
Enfin, sur le plan évènementiel, l'Artisanat a, contrairement aux années précédentes organisé une seule tournée nationale des Artimobiles du fait du changement de prestataire en février 2012 à l'issue de la consultation pour renouvellement de marché, du renouvellement de l'habillage des véhicules et des équipements informatiques, le logiciel de présentation des métiers étant désormais en application I Pad.

Il a accompagné, en prenant en charge 50% de la dépense, les opérations spéciales montées par les réseaux locaux, dès lors que celles-ci impliquaient l'utilisation d'au moins trois véhicules. Au total, l'établissement a participé à ces opérations conventionnées à hauteur de 13 650€.

Répartition du budget 2012



Investissements média 2012





28-30 rue des peupliers 75013 Paris