

Artisanat & ATTRACTIVITÉ

09
JUN
2025

Le Magazine de la CMA Île-de-France
à destination des acteurs territoriaux franciliens

TRANSMISSION D'ENTREPRISES

Préservons les pépites locales

ARTISANAT ET RURALITÉ

Les territoires ruraux
en quête d'animation

MÉTIERS D'ARTS

Les Hauts-de-Seine,
un département attractif
pour les métiers d'art

Avec le soutien de



Sommaire

04

**TRANSMISSION
D'ENTREPRISES**

**Préservons
les pépites locales**

- 05** Des entreprises de petite taille et proches des habitants
- 08** La reprise d'entreprise : Un levier pour préserver les "pépites" locales
- 11** Les collectivités et la CMA : Une collaboration gagnante

12

**ARTISANAT
ET RURALITÉ**

**Les territoires
ruraux en quête
d'animation**

- 13** L'Artisanat, un vecteur d'animation locale
- 17** Témoignage Marie Hagen, Cheffe de projet Programme Villages d'Avenir
- 18** Le réseau CMA se mobilise : Un acteur clé de la revitalisation du commerce de proximité

22

MÉTIERS D'ARTS

**Les Hauts-de-Seine,
un département
attractif pour
les métiers d'art**

- 23** Les Hauts-de-Seine, des politiques locales favorables aux métiers d'art
- 25** Le JAD, un écrin historique pour le dialogue entre métiers d'art et design
- 27** Interview d'Etienne Lengereau, Maire de Montrouge

.....

Directeur de la publication : Francis Bussière

Sous la direction de : Florence Galiez,
Samuel Cucherousset et Thomas Cecini

Comité rédactionnel : Xabier Iriondo, Damien Cantet,
Céline Cougneau, Rémy Roubert et Aristide Vu

ISSN 2740-2819

Création graphique : Instant Urbain

Merci au Département des Hauts-de-Seine
pour son soutien à la réalisation de ce numéro

édito

L'Artisanat, un trésor à préserver et à réinventer

Dans un contexte économique tendu, marqué par des évolutions budgétaires impactantes et un climat international complexe, l'artisanat se pose comme un pilier essentiel de notre patrimoine économique et culturel.

L'artisanat francilien représente près de 350 000 entreprises et emploie plus de 700 000 personnes, contribuant ainsi à la vitalité de nos territoires. La Chambre de Métiers et de l'Artisanat d'Île-de-France joue un rôle crucial en accompagnant les collectivités et leurs entreprises dans le déploiement d'actions de développement, de formation des apprentis et d'adaptation aux défis contemporains.

Cependant, les annonces récentes de réductions budgétaires suscitent des préoccupations légitimes. Les diminutions des aides à l'apprentissage et des exonérations de charges fragilisent un secteur déjà confronté à de nombreux défis, notamment en matière de recrutement, de transmission des savoir-faire ou encore de transition écologique.

À ce moment charnière pour nos territoires, l'artisanat montre la voie. Il porte en lui à la fois le geste de la main, les traditions, mais aussi l'innovation et la résilience. Chaque pièce fabriquée, chaque pain produit raconte une histoire, celle d'un métier et celle d'un territoire.

Ainsi, en période d'incertitude économique et politique, il est essentiel de soutenir l'artisanat de proximité. Ensemble, investissons dans l'avenir, dans l'emploi, dans l'économie responsable, et pour l'emploi de proximité.

1. Francis BUSSIERE

Président de la CMA de Paris
Président de la CMA Île-de-France

2. Michel ALEXEEF

Président de la CMA du Val-d'Oise
1^{er} Vice-Président de la CMA Île-de-France

3. Leïla BELILI

Présidente de la CMA des Hauts-de-Seine
Vice-Présidente de la CMA Île-de-France

4. Yaëlle BUZZETTI

Présidente de la CMA de l'Essonne
1^{ère} Trésorière adjointe de la CMA Île-de-France

5. Francis DUBRAC

Président de la CMA de Seine-Saint-Denis
Vice-Président de la CMA Île-de-France

6. Thierry FROMENTIN

Président de la CMA de Seine-et-Marne
Vice-Président de la CMA Île-de-France

7. Ronan KERAUDREN

Président de la CMA des Yvelines
2^{ème} Vice-Président de la CMA Île-de-France

8. Vincent DIOT

Président de la CMA du Val-de-Marne
Trésorier de la CMA Île-de-France



A photograph of two women in a florist shop. A younger woman with red hair, wearing a yellow shirt and a maroon apron, is working on a bouquet of small white flowers. An older woman with curly blonde hair, wearing a dark blue shirt and a striped apron, is holding a large bouquet of pink and white flowers. They are both smiling and looking at the flowers. The shop has a wooden counter with various tools like pliers and a calculator, and shelves with dried flowers and baskets in the background. A large red graphic element, resembling a stylized leaf or a drop, is overlaid on the right side of the image.

TRANSMISSION D'ENTREPRISES

Préserveons les pépites locales

Des entreprises de petite taille Et proches des habitants



Les entreprises artisanales jouent un rôle clé dans le développement des territoires, en s'inscrivant dans l'économie présentielle. Proches des habitants et des visiteurs, ces structures incarnent un modèle économique durable, fondé sur l'excellence, le savoir-faire local, et une adaptation aux spécificités territoriales.

Les entreprises artisanales : un pilier essentiel de l'économie présentielle

L'économie présentielle constitue un concept fondamental pour comprendre les dynamiques de développement territorial. Elle englobe les activités visant à répondre aux besoins des résidents permanents et des populations temporaires, comme les touristes ou les excursionnistes. Dans ce cadre, les entreprises artisanales occupent une place de choix, grâce à leur proximité avec les clients, leur savoir-faire spécifique et leur capacité à s'adapter aux réalités locales.

L'économie présentielle s'appuie sur la demande effective d'un territoire. Elle va au-delà de l'économie résidentielle en incluant les revenus générés par des acteurs extérieurs, qu'ils soient permanents ou de passage. Ce modèle intègre des secteurs variés, tels que les services à la personne, le commerce local et les infrastructures publiques, qui répondent à une double exigence : celle de satisfaire les besoins des habitants tout en offrant des services adaptés aux visiteurs. Cette dynamique économique assure ainsi la vitalité des territoires, en alliant attractivité et qualité de vie.



L'ubiquité de l'artisanat

Les entreprises artisanales, en raison de leur implantation locale et de leur taille humaine, illustrent parfaitement cette logique. Leur principale force réside dans leur capacité à s'ancrer profondément dans le tissu territorial. Elles se déploient en petites unités sur tout le territoire, permettant ainsi une grande proximité avec leur clientèle.

Cette ubiquité garantit une réactivité et une efficacité remarquables, tout en créant des liens de confiance avec les habitants et les populations de passage. Les artisans, souvent entrepreneurs individuels ou dirigeants de petites entreprises, investissent dans des structures à échelle réduite, adaptées à une clientèle locale.

Leur modèle repose sur une connaissance fine des besoins spécifiques du territoire, renforçant leur rôle de socle économique et social. La densité artisanale dans les communes rurales franciliennes est la preuve de cette ubiquité : 265 entreprises artisanales pour 10 000 habitants contre 223 à l'échelle francilienne.



**L'Île-de-France
compte**

222

**entreprises artisanales
pour 10 000 habitants.**



Source : RNE et INSEE en janvier 2023.

Une forte sélection naturelle qui fait ressortir des pépites locales

Le tissu économique formé par les entreprises artisanales est marqué par un dynamisme constant. En Île-de-France, chaque année, entre 15% et 20% de ces entreprises sont renouvelées, témoignant d'une vitalité et d'une capacité à se réinventer en permanence. L'espérance de vie d'une entreprise artisanale francilienne, estimée en 2023 à 8,2 ans, peut sembler courte, mais elle s'explique par la conjonction de difficultés économiques et de facteurs personnels affectant les dirigeants. Cependant, cette instabilité apparente cache une réalité plus nuancée. De nombreuses entreprises artisanales parviennent à dépasser cette moyenne et s'illustrent par leur longévité. En 2023, près de 19% des entreprises radiées avaient plus de dix ans d'existence, et 4,1% dépassaient les vingt ans, preuve de leur solidité et de leur adaptation aux évolutions du marché.

➤ **19%** des entreprises dépassent la barre de 10 ans de fonctionnement et **4,1%** celle de 20 ans.



Source : RNE entreprises radiées en 2023

➤ **8,2** ans est la durée de vie moyenne d'une entreprise artisanale.



Source : RNE entreprises radiées en 2023

Un double ancrage territorial

Ces entreprises, particulièrement celles qui durent dans le temps, deviennent de véritables pépites locales. Elles s'inscrivent durablement dans le paysage économique et social en tissant des liens étroits avec leur clientèle. L'ancrage territorial de ces structures se manifeste également par la proximité géographique de leurs dirigeants. En effet, huit artisans sur dix résident sur le territoire où ils exercent, ce qui renforce leur enracinement local et leur capacité à comprendre et répondre aux attentes des habitants. Leur présence ne se limite pas à un rôle économique, elle contribue également à l'identité culturelle et sociale des territoires, en valorisant les savoir-faire locaux et les traditions artisanales.



8 artisans sur **10** résident dans la commune où ils exercent.



Source : RNE 2023



Préserver ces trésors locaux

Les entreprises artisanales se distinguent par leur aptitude à conjuguer expertise technique, outils de production adaptés et relations de proximité. Leur savoir-faire constitue un patrimoine à part entière et fait souvent partie de l'ADN du territoire. Elles incarnent un modèle d'excellence, affiné par les exigences du marché et la sélection naturelle des meilleures pratiques.



"En ce sens, elles méritent d'être protégées et soutenues, car elles représentent bien plus que de simples acteurs économiques : elles sont des vecteurs d'emploi, de qualité de vie et de résilience pour les territoires", précise

Nadine Jouannic - Responsable du Pôle Développement des Entreprises et des Compétences à la CMA IdF de Paris.

Ainsi, préserver les entreprises artisanales et leur permettre de prospérer constitue une priorité pour assurer un développement territorial harmonieux. Ces structures, enracinées dans leur territoire et porteuses d'un savoir-faire unique, ne se contentent pas de répondre aux besoins immédiats. Elles participent également à façonner l'avenir des communautés locales, en combinant tradition et innovation. Investir dans leur pérennité, c'est garantir une économie présente, durable et profondément humaine.



CMA IdF

L'entreprise Lorenzi, qui réalise des moulages d'art est en activité à Arcueil (94) depuis 1871.



La reprise d'entreprise :

Un levier pour préserver les "pépites" locales

La transmission est un processus favorisant la pérennité des entreprises à fort ancrage territorial, mais nécessite un accompagnement des entreprises en raison des nombreux défis humains et financiers auxquels les entreprises doivent faire face au moment de trouver un repreneur.

Un rôle déterminant dans la transmission de compétences et des savoir-faire



La reprise d'entreprise désigne le processus par lequel un acteur économique, appelé repreneur, acquiert soit le fonds de commerce soit les parts sociales d'une entreprise existante. Dans le cas du rachat d'un fonds de commerce, l'entreprise initiale cesse d'exister juridiquement, laissant place à celle du repreneur. Ce dernier intègre alors l'ensemble des actifs liés à l'activité : le personnel, les équipements, le local et éventuellement le nom de l'enseigne. En revanche, lorsqu'il s'agit d'un rachat de parts sociales, l'entreprise conserve son existence juridique, mais son contrôle est transféré au repreneur. *"Ces deux modalités garantissent la continuité de l'activité, tout en maintenant des emplois et des savoir-faire essentiels au tissu économique et social du territoire",* ajoute Nadine Jouannic.

La transmission d'entreprise joue un rôle déterminant dans la préservation de compétences, qu'elles soient traditionnelles ou innovantes, au sein de structures déjà éprouvées. Elle permet également de préserver les fonds artisanaux, notamment les équipements locaux et les moyens de production, assurant ainsi une offre commerciale de proximité. Cette dynamique contribue à maintenir la diversité économique et commerciale d'un territoire. En outre, la reprise d'entreprise garantit la continuité des contrats en cours avec des acteurs économiques locaux, qu'ils soient publics ou privés. Elle assure ainsi le bon fonctionnement des écosystèmes d'affaires en préservant les relations établies entre les entreprises et leurs partenaires.



Des facteurs qui jouent sur l'attractivité des entreprises auprès des repreneurs

Toutes les entreprises ne présentent pas le même attrait pour les repreneurs potentiels, bien que la reprise d'une activité existante représente un intérêt patrimonial et économique évident. Certains facteurs influencent cette attractivité et jouent un rôle crucial dans la décision de rachat.

Dans le domaine du commerce de proximité, les entreprises nécessitant des moyens de production significatifs ou des locaux conformes à des normes complexes suscitent généralement un fort intérêt. Les boucheries-charcuteries, boulangeries et pressings en sont des exemples typiques. Ces activités bénéficient d'un marché actif de reprise, en raison de leur importance dans la vie locale et des investissements déjà réalisés pour leur fonctionnement.

Les entreprises spécialisées, où les équipes en place détiennent des savoir-faire spécifiques à forte valeur ajoutée, attirent également les repreneurs. Ces compétences uniques, souvent associées à des secteurs techniques ou innovants, constituent un

atout majeur. Par exemple, certaines entreprises de sous-traitance, notamment dans des domaines nécessitant une haute technicité, répondent parfaitement à ce critère.

Les structures ayant établi des contrats de longue durée ou disposant d'habilitations spécifiques offrent une stabilité précieuse pour les repreneurs. Cette situation se retrouve fréquemment dans le secteur des services, où des entreprises spécialisées dans des tâches d'entretien bénéficient d'un flux régulier d'activité grâce à ces engagements à long terme.

Par ailleurs, certaines entreprises permettent une croissance externe rapide grâce à des équipes déjà opérationnelles et bien intégrées dans leur écosystème. Ce type de reprise est particulièrement répandu dans le secteur du bâtiment, où les entreprises jouissant d'une bonne réputation et d'une organisation solide représentent une opportunité stratégique pour les repreneurs.

L'importance des labels et habilitations

L'attractivité d'une entreprise à reprendre peut-être renforcée par les certifications et labels dont elle bénéficie. **Selon Nadine Jouannic, "les labels comme l'Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV) ou Reconnu Garant de l'Environnement (RGE) valorisent la qualité et la compétence d'une entreprise, augmentant son potentiel pour des repreneurs".** Ces labels sont d'autant plus intéressants qu'ils offrent des avantages fiscaux, notamment pour les travaux de rénovation énergétique, ce qui attire des acheteurs potentiels souhaitant bénéficier de ces incitations.



Le label RGE identifie les entreprises qualifiées pour réaliser les travaux de rénovation énergétique et permet aux particuliers de bénéficier des aides prévues à cet effet.





Témoignage : Maïté Maquestiaux

**spécialiste de la transmission
reprise à la CMA IdF**

"Le départ à la retraite est le principal motif de cession d'entreprise artisanale", observe Maïté Maquestiaux, chargée de développement économique - transmission d'entreprise à la Chambre des Métiers et de l'Artisanat d'Île-de-France.

"Le manque d'anticipation est souvent le principal obstacle. En effet, beaucoup de dirigeants se préoccupent de la cession de leur entreprise seulement quelques mois avant, alors qu'il faudrait s'y préparer trois à cinq ans à l'avance !

Autre point de vigilance, à l'approche de la retraite, certains dirigeants lèvent le pied, ce qui peut entraîner une perte de valeur de l'entreprise. Idéalement, une entreprise doit être cédée au sommet de son activité. Plus une entreprise est structurée, avec des salariés et une certaine maturité, plus elle devient attractive pour les repreneurs. Face à la pénurie de personnel et aux difficultés de recrutement, la reprise d'entreprise peut présenter l'avantage de disposer d'une équipe déjà en place.

Attention la dimension psychologique n'est pas à négliger dans le cadre d'un projet de transmission d'entreprise. La plupart des dirigeants cédants ayant créé leur entreprise, le lien affectif qui les lie à leur entreprise rend la cession parfois plus délicate.

L'anticipation et la préparation avec une équipe d'experts de la transmission sont des atouts clés pour faciliter un projet de cession."

Un marché de la reprise plus actif dans certains secteurs

Il existe une culture différente de la reprise d'entreprise selon le secteur d'activité. Ainsi c'est l'artisanat implanté en boutique, donc exploitants des fonds et de baux commerciaux qui arrivent en tête de classement dans la transmission. Dans le secteur alimentaire, 29% des établissements actuellement en fonctionnement ont fait l'objet d'une reprise au démarrage. Cependant, compte tenu du nombre important d'entreprises 47% des entreprises ayant fait l'objet d'une reprise au démarrage se trouvent dans les secteurs des services. Dans les secteurs des services, 2 facteurs peuvent expliquer principalement le recours à la reprise d'entreprise : l'existence d'un fonds et d'un bail commercial, mais également la présence d'un ou plusieurs contrats de service qui servent de garantie au repreneur. En dehors de l'alimentaire, la part des reprises est plutôt faible (de 1 à 7% selon le secteur), même si leur répertoire est parfois complexe.

Selon les chiffres de l'observatoire de la BPI sur 90 000 annonces publiées ces 12 derniers mois, 90% correspondent au secteur de la Restauration/Tourisme (53%) et le commerce (37%). Dans le 10% restant, on retrouve particulièrement le secteur de la construction, les services à la personne et les services aux entreprises.



Source : RNE 2023

Le cas particulier des métiers d'arts

Leur nombre est difficile à estimer en raison des difficultés administratives à les identifier et à les différencier des entreprises appartenant à la même famille d'activités sans pour autant avoir cet *"apport artistique"* qui identifient les métiers d'art selon la définition juridique (l'article 22 de la loi Artisanat, Commerce et Très Petites Entreprises). Selon les estimations de la CMA IdF, il y a environ 17 000 entreprises dans le domaine des métiers d'arts en Île-de-France. Ce sont des artisans qui ont une grande maîtrise technique dans leur domaine et qui sont dépositaires d'un grand savoir-faire qui mérite d'être préservé pour les générations futures.

La principale difficulté dans la cession de ces entreprises réside dans leur configuration. Il s'agit

pour une très grande majorité des entreprises sans salariés. Le savoir-faire est exclusivement détenu par le cédant qui part à la retraite. Ainsi, il est plus intéressant de créer une nouvelle entreprise pour quelqu'un qui se lance puisque la valeur ajoutée et le nom de l'entreprise sont intimement liés au cédant.

Outre le savoir-faire, certaines entreprises possèdent des outils de production uniques ou des sites à valeur patrimoniale remarquable. C'est le cas des entreprises labellisées EPV (entreprises du patrimoine vivant), dont les outils et le site font partie des critères d'attribution. L'intérêt de l'entreprise grandit lorsque celle-ci possède la renommée dans le milieu et des équipes capables d'assurer la continuité du savoir-faire.

Les collectivités et la CMA : Une collaboration gagnante

Face à l'enjeu de préserver les emplois, les savoir-faire et, plus généralement, une offre artisanale de qualité, la collaboration entre les collectivités et la CMA doit permettre d'identifier, à l'échelle locale, une feuille de route et des actions concrètes en faveur de la transmission d'entreprises.

Le rôle des collectivités pour identifier, sensibiliser et accompagner les pépites locales

Les enjeux liés à la reprise d'entreprise sont souvent marqués par une grande discrétion. Les dirigeants, craignant de perdre la confiance de leurs clients ou d'inquiéter leurs salariés face à un éventuel changement de direction, hésitent généralement à partager leur intention de céder leur activité avec les acteurs économiques.

Établir une relation de confiance avec ces dirigeants et devenir leur interlocuteur privilégié exige un

travail de fond, à initier bien avant que la cession ne devienne un projet concret. Ce travail repose sur une démarche proactive, visant à renforcer le dialogue entre l'entreprise et les institutions. Dans ce cadre, le rôle des CMA est central : elles fournissent aux collectivités des outils adaptés pour créer et maintenir ces relations de confiance, tout en accompagnant les entreprises dans toutes les étapes de la transmission lorsque le moment est venu.

Les outils de la CMA pour favoriser la relation avec les entreprises

Les CMA disposent d'outils spécifiques pour soutenir les collectivités dans leur mission. Ces outils facilitent le lien entre les petites entreprises locales et les acteurs économiques. Le rôle des CMA est également d'accompagner les artisans dans toutes les étapes administratives et opérationnelles de la transmission.

Gagner la confiance des entreprises passe en premier par la mise en valeur de leurs initiatives en faveur de l'attractivité du territoire.

La CMA Île-de-France a développé une **Charte Qualité** déclinée en trois niveaux d'exigence. Elle vise à valoriser les initiatives des entreprises dans des domaines tels que l'accueil de la clientèle, le développement durable, et la gestion des ressources humaines.

Le Label Artisan du Tourisme, quant à lui met en avant des produits originaux et de qualité, ainsi que des ateliers de découverte destinés aux touristes et

visiteurs. Il s'adresse principalement aux métiers alimentaires et d'art, contribuant ainsi à leur visibilité.

L'accompagnement à la formation et à l'emploi constitue la deuxième voie dans laquelle le réseau CMA peut aider les collectivités à fédérer les entreprises locales. Les entreprises artisanales, en particulier en milieu rural, font face à des difficultés de recrutement. Les ouvriers spécialisés et apprentis sont rares dans ce secteur en tension. Pour répondre à ce besoin, des **rencontres organisées par les CMA** permettent de rapprocher artisans, apprentis, et demandeurs d'emploi.

Les **centres d'apprentissage des CMA**, acteurs de proximité, s'adaptent aux spécificités locales pour répondre aux attentes des artisans. Ils jouent un rôle clé dans l'intégration des jeunes talents et la formation de nouveaux professionnels.



Cérémonie de remise de la Charte Qualité à la mairie de Nanterre. Cette opération soutenue par le Département des Hauts-de-Seine, la commune de Nanterre et la CMA IdF permet aux collectivités de valoriser les entreprises du territoire et d'entretenir un dialogue plus régulier.



ARTISANAT ET RURALITÉ

Les territoires ruraux
en quête d'animation

L'Artisanat, un vecteur d'animation locale

Dans les territoires ruraux, l'artisanat joue un rôle central, non seulement sur le plan économique, mais aussi pour l'animation et la vitalité des communautés locales. En s'engageant dans des initiatives culturelles, sociales et de développement local, les artisans sont des acteurs incontournables de la dynamique de ces territoires.

La ruralité en Île-de-France

Depuis la pandémie de Covid-19, l'attractivité des communes rurales franciliennes connaît un regain d'intérêt. La crise sanitaire a révélé l'importance des espaces naturels, de la qualité de vie et d'un cadre de vie plus spacieux, poussant de nombreux Franciliens à envisager un éloignement des centres urbains denses. Même si la population rurale francilienne ne représente que 5% de la population régionale, 50% de son territoire est constitué d'espaces agricoles, boisés et ruraux et 1 commune sur 2 est considérée comme rurale en Île-de-France.



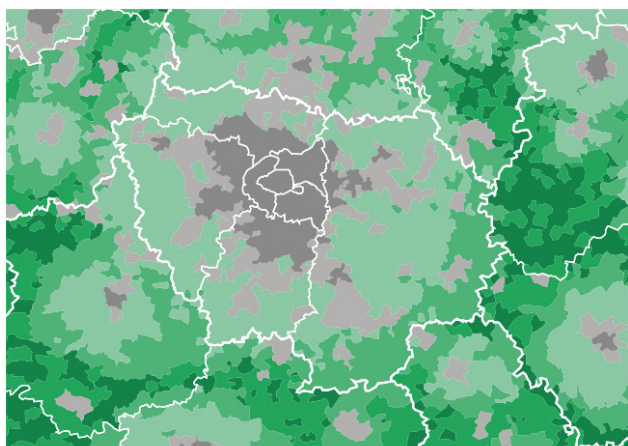
50%

du territoire francilien
est constitué d'espaces agricoles.

Source : MOS Institut Paris Région 2021



Ces zones, souvent sous forte influence de Paris, bénéficient d'un cadre de vie plus paisible, tout en restant connectées aux dynamiques de la métropole. De plus, le profil démographique des communes rurales se diversifie, accueillant notamment des familles en quête d'espace et des jeunes actifs cherchant des logements à des coûts plus accessibles.



Catégories d'espaces

Urban dense	Rural under weak influence of a pole
Urban intermediate density	Rural autonomous low density
Rural under strong influence of a pole	Rural autonomous very low density

© IGN-Insee 2021

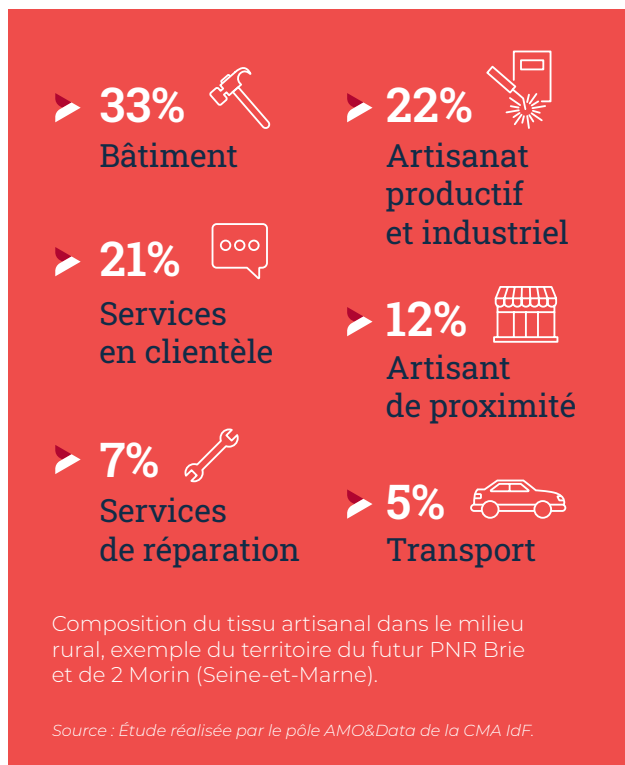
En Île-de-France, 671 communes sont définies en étant rurales. C'est principalement la faible densité d'habitants au km² qui définit l'appartenance à la catégorie "rurale". Les communes sous forte influence se situent à une distance médiane de la capitale de 62 km et celles sous faible influence à 94 km.



6% de l'artisanat francilien est rural et un vivier manufacturier encore important

Son poids est quasiment équivalent à celui de la population rurale. En effet, 6% des artisans franciliens sont implantés dans une commune rurale. Fait notable, le nombre d'artisans en milieu rural progresse très rapidement : entre 2017 et 2023, le nombre d'entreprises artisanales en milieu rural a augmenté de 51%.

Une autre caractéristique du milieu rural est la préservation d'une tradition manufacturière à échelle artisanale, concentrée principalement dans les zones d'activité, mais également dans les zones d'habitat individuel où les ateliers sont souvent aménagés dans les annexes des habitations des artisans. En milieu rural, les zones d'activité constituent des viviers d'emplois essentiels pour les communes. En effet, les secteurs du bâtiment et de la fabrication y occupent une place particulièrement importante, contrairement aux services, moins représentés en raison principalement de la faible présence d'entreprises de transport, telles que les taxis et VTC. En milieu rural, la part de l'artisanat industriel et productif qui regroupe à la fois la petite industrie, les ateliers de menuiserie et de vitrerie et les métiers d'art représentent près d'un quart des effectifs, contrairement à la zone dense francilienne où l'artisanat productif ne constitue que 14% (hors Paris).



Locaux de l'ancienne Cidrerie Mignard à Bellot (Seine-et-Marne). Les communes rurales recèlent un patrimoine industriel important, témoin d'un passé industriel qui perdure encore dans les entreprises artisanales actuelles.

Certains territoires préservent encore un patrimoine industriel, notamment à proximité des cours d'eau, dont une partie a pu être réappropriée par d'autres activités lorsque les bâtiments n'ont pas été désaffectés.



Des indépendants à la recherche de synergies locales

Dans les communes rurales, jusqu'à un quart des entreprises artisanales est constitué de professionnels intervenant directement chez leurs clients, qu'ils soient des particuliers ou des entreprises. Ces activités incluent le nettoyage, le graphisme, les coiffeurs à domicile, entre autres. Si en milieu urbain dense ces professionnels constituent 16% du tissu artisanal, en milieu rural, leur part peut monter jusqu'à un cinquième ou un quart des entreprises artisanales. Ces indépendants contribuent activement au dynamisme économique local, en tant que professionnels mobiles qui desservent des territoires souvent peu accessibles par les transports en commun.

Cependant, ces entrepreneurs expriment un besoin accru de renforcer les liens avec les acteurs locaux pour sortir de l'isolement, tant sur le plan entrepreneurial que personnel, qui caractérise les zones à faible densité. C'est l'un des principaux enseignements tirés des nombreuses études menées en milieu rural par le pôle AMO&Data de la CMA Île-de-France.

Par ailleurs, ces professionnels cherchent à intégrer un écosystème local regroupant d'autres acteurs, comme les agriculteurs, afin de valoriser les produits locaux, ou encore de mutualiser des ressources rares telles que des locaux ou des moyens de transport. Cette collaboration pourrait renforcer les synergies locales et améliorer la résilience des territoires ruraux.

Un commerce sous influence des villes

Les services à domicile se développent en milieu rural pour pallier l'absence ou l'insuffisance de l'offre commerciale. En Île-de-France, la ruralité est majoritairement constituée de communes sous l'influence des villes. Selon l'INSEE, 85% des communes rurales franciliennes sont classées comme "communes sous influence urbaine".

Cette situation est particulièrement marquée dans les communes à densité intermédiaire, situées en périphérie de l'agglomération parisienne. Ces zones possèdent une offre commerciale très dense, avec 2,8 hypermarchés pour 100 000 habitants, attirant ainsi les populations des zones rurales voisines, qui ne comptent que 1,5 hypermarché pour 100 000 habitants. Le fort taux de motorisation des ménages ruraux favorise cette mobilité.

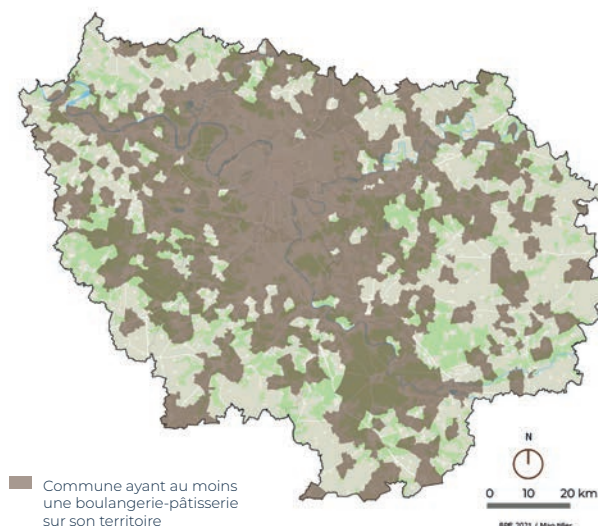
En milieu rural, ce sont principalement les commerces artisanaux de première nécessité qui rencontrent le plus de succès. Parmi eux, la boulangerie-pâtisserie,

avec 4 établissements pour 10 000 habitants, et les soins de beauté, avec 7 établissements pour 10 000 habitants, jouent un rôle central. Ces activités, au-delà de leur fonction commerciale, constituent de véritables lieux de rencontre et d'échange pour les habitants.



Cependant, de nombreuses communes restent dépourvues de commerces. Actuellement, 46% des communes rurales d'Île-de-France n'ont pas de boulangerie sur leur territoire. Si l'on tient compte du nombre de boulangeries pour 10 000 habitants les communes rurales, avec 4 boulangeries, ne s'en sortent pas si mal que cela comparés aux 5,6 boulangeries en zone urbaine dense, mais ceci implique qu'en milieu rural la distance à parcourir pour trouver une boulangerie soit beaucoup plus importante. Ce phénomène est particulièrement marqué dans les communes les plus éloignées de l'agglomération parisienne, où l'accès à ces services de proximité est limité.

Une commune francilienne sur deux a une boulangerie-pâtisserie sur son territoire

Sur les 1 268 communes d'Île-de-France, 679 ont une boulangerie-pâtisserie installée sur leur territoire



Source : Pôle AMO&Data de la CMA IdF

 **46%** 
des communes rurales franciliennes n'ont pas de boulangerie sur leur territoire.

Source : Pôle AMO&Data de la CMA IdF



Un nouveau souffle post-Covid pour les territoires ruraux

Avant même la crise du Covid, les territoires ruraux franciliens connaissaient déjà une croissance démographique, portée par un solde migratoire et naturel positif. Ce phénomène avait été constaté bien avant 2020. En 2021, l'INSEE notait que les zones rurales gagnaient environ 2 000 habitants par an grâce à un solde migratoire positif, sur une population totale de 552 000 habitants avant la pandémie.

Recréer des lieux de rencontre

Les commerces jouent un rôle crucial en milieu rural, non seulement en tant que lieux de consommation, mais aussi comme points de rencontre et d'animation pour les habitants. Les élus ruraux expriment une forte volonté de restaurer ces espaces, essentiels à la vie sociale locale. Cependant, cette résurgence du commerce reste parfois un lointain souvenir, rappelant une époque où les territoires ruraux étaient moins soumis à l'influence des grandes villes et bénéficiaient d'une vie locale plus dynamique.

Ce manque d'animation est particulièrement difficile pour les personnes dépendantes de leur famille pour se déplacer, comme les jeunes et les personnes âgées, qui tendent à privilégier les zones mieux desservies par les transports en commun.

Sortir des villages "dortoirs"

Pour attirer cette nouvelle population sans transformer leurs communes en simples "villages dortoirs" où les habitants travaillent en ville, les élus ruraux s'efforcent de dynamiser la vie locale. L'artisanat s'impose comme un levier central de cette redynamisation.

Cependant, cela nécessite des politiques ambitieuses et volontaristes. Les équipes municipales, souvent limitées en ressources financières et humaines, peinent à mobiliser les moyens nécessaires pour réaliser les premiers investissements, généralement d'ordre immobilier, qui permettraient d'attirer de nouveaux porteurs de projets.



La Briqueterie, est un pôle d'activités implanté sur une ancienne usine à Feucherolles (78). Le site accueille aujourd'hui 80 artisans et prestataires de services. Le site participe fortement à l'activité économique de cette commune semi-rurale.

Témoignage : Marie Hagen

**Cheffe de projet
Programme Villages d'Avenir
Seine-et-Marne**

Madame Hagen, quelles sont les principales difficultés auxquelles sont confrontés les maires des petites communes en Seine-et-Marne ?

Marie Hagen : Les maires des petites communes de moins de 3 000 habitants, souvent très isolés, doivent faire face à des ressources humaines et financières limitées. La plupart d'entre eux ne disposent que d'un secrétaire pour les aider dans la gestion administrative. Ils doivent souvent cumuler plusieurs casquettes, travaillant le soir, parfois jusqu'à minuit, pour avancer sur leurs dossiers. Ils ont également des emplois en dehors de leur mandat, ce qui complique leur disponibilité pour les affaires communales.

En quoi le manque de réseaux et de ressources aggrave-t-il leur situation ?

Marie Hagen : Contrairement aux grandes collectivités, ces petites communes ne bénéficient pas de réseaux établis pour trouver rapidement des partenaires ou obtenir des financements. C'est un vrai défi : les maires doivent naviguer dans une complexité administrative qu'ils maîtrisent difficilement. Lorsqu'ils cherchent des informations ou des contacts sur internet, c'est comme explorer un "maquis" : dense, confus et sans repères clairs. Beaucoup se retrouvent à gérer seuls des projets essentiels pour leur territoire, avec un accès limité aux ressources d'ingénierie et de soutien.

Quels sont les besoins les plus pressants de ces élus ?

Marie Hagen : Le besoin le plus fondamental est celui d'un accompagnement structuré et d'un soutien humain. Ces élus ont besoin de cadres clairs pour prioriser leurs projets et avancer de manière ordonnée, malgré le manque de personnel. Par exemple, les maires ont besoin d'outils pour gérer leurs projets : comités techniques, cadres de pilotage, ingénierie de projet, etc. Ils doivent également être mieux connectés avec les acteurs territoriaux, tels que les services et opérateurs de l'État, les départements, les régions, ou encore des partenaires comme les acteurs de l'ingénierie locale.

Quels types de défis spécifiques les maires doivent-ils surmonter ?

Marie Hagen : Ils doivent jongler avec plusieurs projets en même temps, souvent dans des domaines très variés. Cela va de la rénovation énergétique d'une salle polyvalente à la gestion d'une crèche ou à la réhabilitation d'une friche pour de nouvelles activités. Les projets sont parfois complexes, comme l'aménagement de centres-villes ou la mise en place de solutions innovantes en matière d'énergie. À cela s'ajoutent des problématiques urgentes, comme la gestion des inondations ou la fermeture de commerces, sans solutions évidentes pour relancer l'activité locale.

Quel soutien le Programme Villages d'Avenir leur apporte-t-il ?

Marie Hagen : Nous leur apportons une relation de proximité et un accompagnement sur le terrain. Notre mission est d'être des relais disponibles pour les écouter, les guider et les aider à concrétiser leurs projets. Nous travaillons pour simplifier leur accès aux partenaires et aux ressources, en les orientant vers les bons interlocuteurs. C'est un travail d'équipe, et nous faisons en sorte que les maires ne se sentent pas seuls face à la charge immense qui pèse sur eux. Notre présence les aide à surmonter le sentiment d'isolement et leur donne les moyens de revitaliser leur commune.

Pouvez-vous donner un exemple illustrant ces difficultés ?

Marie Hagen : Bien sûr. À Saint-Cyr-sur-Morin, par exemple, un restaurateur a été gravement touché par des inondations, ce qui a affecté son activité. Il s'est naturellement tourné vers la maire pour obtenir de l'aide, et la maire a dû réagir rapidement, malgré ses ressources limitées. A Jouy-sur-Morin, la pharmacie pourrait définitivement fermer sans solution de financement pour les repreneurs. C'est dans ces moments que notre rôle de relais devient crucial, pour épauler les élus et trouver des solutions ensemble. Les défis sont immenses, mais notre mission est de rendre ces obstacles plus faciles à surmonter.

Le réseau CMA se mobilise : Un acteur clé de la revitalisation du commerce de proximité

Face à la désertification des centres-villes et des bourgs ruraux, le réseau des Chambres de Métiers et de l'Artisanat s'associe avec les acteurs locaux pour redonner vie aux territoires. Cette collaboration vise à rendre l'immobilier commercial attractif et à soutenir les acteurs locaux pour une meilleure évaluation des risques.

Une collaboration déterminante pour le succès des projets

La collaboration entre la Région Normandie et sa foncière (Foncière Normandie, lancée en 2021) et la CMA est le parfait exemple de la collaboration entre les collectivités et le réseau CMA. Cette collaboration permet de maximiser l'impact de la foncière pour sauver et dynamiser les commerces de proximité.

La Foncière de Normandie, en partenariat avec la CMA, s'engage à redonner vie aux centres-villes en rendant l'immobilier commercial de nouveau attractif. Dès 2022, cette coopération a pris une forme concrète : la Foncière et la CMA ont travaillé ensemble pour établir une méthodologie d'accompagnement rigoureuse des porteurs de projets. Ce partenariat repose sur la complémentarité des deux entités : la CMA, avec son expertise du tissu artisanal et commercial, est en première ligne pour sélectionner les bons candidats et évaluer les projets viables, tandis que la Foncière assure la rénovation et la mise aux normes des locaux.

La CMA joue un rôle fondamental dans ce dispositif, s'assurant que les initiatives soutenues ne se transforment pas en échecs. En analysant soigneusement chaque demande, elle veille à ce que les projets soient économiquement viables et adaptés aux besoins réels des territoires. *"Notre rôle est de veiller à ce que chaque projet commercial ait une viabilité économique solide. Il ne s'agit pas d'envoyer des entrepreneurs dans le mur, mais de les guider vers des initiatives durables"* insiste Bénédicte Riquet chargée de projet Aménagement et Relations Collectivités.

En effet, le but n'est pas simplement de réouvrir des commerces, mais de créer des entreprises durables qui répondent aux attentes des habitants tout en tenant compte de l'évolution des modes de consommation.



Foncière de Normandie

Boulangerie implantée à Blosville grâce à la collaboration entre la Foncière Normandie et la CMA.

Une méthodologie commune pour un accompagnement efficace

Le processus de revitalisation commence souvent par un diagnostic approfondi, réalisé conjointement par la Foncière et la CMA, pour comprendre les motivations et les attentes des communes. L'expertise de la CMA est alors précieuse pour éviter des erreurs coûteuses. Par exemple, certains élus rêvent de réouvrir des boulangeries dans des villages de moins de 200 habitants, sans tenir compte de la réalité économique actuelle. La CMA joue ici un rôle de sensibilisation, expliquant que certaines zones, en raison d'études de marché peu favorables, ne peuvent accueillir un commerce permanent.

"Nous devons parfois tempérer les attentes des élus, qui rêvent de redonner à leur commune l'éclat d'antan, en leur expliquant les réalités économiques actuelles", déclare Bénédicte RIQUET.

Face à ces défis, les experts de la CMA n'hésitent pas à proposer des alternatives adaptées, comme des espaces de convivialité issus de l'économie sociale et solidaire (ESS) ou des solutions itinérantes, telles que des dépôts de pain ou des épiceries mobiles. Cette approche permet de répondre aux besoins des habitants tout en maintenant un certain niveau d'animation locale.

Des projets structurants pour les territoires

Grâce à cette collaboration, la Foncière de Normandie a pu intervenir de manière ciblée sur des locaux souvent vétustes, laissés à l'abandon par des propriétaires privés. Sur les 30 actifs immobiliers qu'elle gère aujourd'hui, 9 sont déjà en exploitation, 7 sont en cours de travaux, et 14 autres seront livrés d'ici fin 2025. Ces rénovations ne concernent pas uniquement les locaux commerciaux : la Foncière collabore régulièrement avec des bailleurs sociaux pour rénover des bâtiments complets, transformant les étages supérieurs en logements sociaux.

"Nous nous retrouvons souvent face à des locaux vétustes qui nécessitent d'importants travaux de

mise aux normes. Notre priorité est de rendre ces espaces conformes et adaptés aux besoins des nouveaux porteurs de projets", affirme Trinidad Cador de la Foncière de Normandie.

La CMA, de son côté, accompagne les communes dans la définition précise de leurs projets, comblant l'écart entre leurs attentes souvent nostalgiques et la faisabilité économique. Cela se traduit par des conseils précieux et un travail de responsabilisation des élus locaux. L'objectif est de s'assurer que chaque investissement serve durablement le territoire, en proposant des solutions adaptées aux mutations économiques et sociales.

Une ambition commune pour recréer du lien social

La collaboration entre la Foncière et la CMA va bien au-delà de l'immobilier ou de la simple ouverture de commerces. Elle vise à répondre à une problématique plus large : la perte de lien social dans les villages et les centres-bourgs. Autrefois animés par des services publics et des commerces essentiels, ces territoires peinent aujourd'hui à maintenir une vie collective. Dans ce contexte, l'artisan local est souvent le dernier acteur à faire vivre le village.

En conjuguant leurs forces, la Foncière et la CMA s'efforcent de recréer ces espaces de convivialité. Cela nécessite un diagnostic fin et un accompagnement soutenu des communes pour s'assurer que les projets apportent une véritable valeur ajoutée. Bien que le défi soit immense, cette alliance stratégique représente un modèle de revitalisation pragmatique et innovant, qui met l'accent sur la durabilité et le renouveau social.



Étude d'implantation réalisée par la CMA - Nouvelle-Aquitaine bientôt disponible sur l'ensemble du réseau national des CMA.

Un nouvel outil complètement automatisé pour réaliser les études d'implantation

L'outil développé par La Chambre de Métiers et de l'Artisanat (CMA) de Nouvelle-Aquitaine, en cours de nationalisation, propose une nouvelle étude de marché clé en main pour valider l'opportunité d'une implantation artisanale. Grâce à des outils numériques et à l'intelligence artificielle, cette étude vise à accompagner porteurs de projets et collectivités dans la redynamisation de leurs territoires.

Un outil en cours de nationalisation

Pour répondre aux besoins des artisans et des collectivités en matière de développement territorial, le réseau CMA innove en proposant une étude d'implantation complète et automatisée. Ce service analyse l'opportunité d'un nouveau projet d'implantation en fournissant des livrables précis : estimation de la zone de chalandise et évaluation des risques, le tout calculé par un outil d'intelligence artificielle.

"Cette étude est conçue pour être simple et rapide : il suffit de renseigner le métier visé, la localisation souhaitée et les caractéristiques de la zone de chalandise. Dès janvier, cette solution sera opérationnelle à l'échelle nationale. L'objectif est de faciliter la prise de décision pour les artisans et les collectivités locales", précise Thibaut Galban chargé de mission Territoires de la CMA Nouvelle-Aquitaine.



Un outil au service de la redynamisation commerciale



L'étude d'implantation de la CMA s'inscrit dans une démarche de redynamisation commerciale des territoires. Elle cible à la fois les porteurs de projets souhaitant ouvrir ou reprendre une activité artisanale, et les collectivités locales, qui souhaitent optimiser l'occupation de locaux vacants. Grâce à cette étude, les décideurs peuvent valider l'implantation d'un commerce ou d'un atelier en s'appuyant sur des données fiables et une évaluation des risques.

Ce service se veut un levier pour les collectivités qui cherchent à revitaliser leurs centres-villes ou zones commerciales en réhabilitant des espaces.

Une technologie d'intelligence artificielle au cœur du dispositif

Le projet s'appuie sur des avancées technologiques majeures, notamment l'utilisation de l'intelligence artificielle. Cet outil, toujours en développement, permettra d'évaluer précisément le niveau de risque d'une implantation en s'appuyant sur des conditions similaires observées ailleurs. Des modèles statistiques et des analyses de données alimentées par l'IA offrent des projections de rentabilité et de viabilité adaptées à chaque contexte local.

Actuellement, la fonctionnalité complète d'analyse de risque via l'IA est en phase de développement. Une fois aboutie, elle permettra d'automatiser entièrement l'étude, avec un diagnostic "flash" qui calcule les probabilités de succès et les défis potentiels d'un projet. Le développement de cette solution a bénéficié du soutien de France Relance, grâce à un appel à projets remporté en partenariat avec Sia Partners.

Une méthodologie innovante et une solution automatisée

La méthodologie d'implantation développée par la CMA Nouvelle-Aquitaine est totalement innovante. Les études de marché sont produites en interne via une plateforme dédiée, offrant un service automatisé de bout en bout. En effet, *"dès que le métier, la localisation et la zone de chalandise sont renseignés, tout le processus se déroule automatiquement, facilitant l'accès aux données pour les utilisateurs"*, explique Thibaut Galban.

Cette automatisation représente une avancée majeure pour les acteurs de l'artisanat, leur permettant de prendre des décisions éclairées, tout en bénéficiant d'un accompagnement moderne et efficace. Ce type d'étude, soutenu par la Banque des Territoires dans le cadre de projets de redynamisation, marque une étape clé dans l'accompagnement stratégique des artisans et des collectivités.

Une dynamique au profit des collectivités et des artisans



En développant cette étude d'implantation, la CMA Nouvelle-Aquitaine souhaite offrir un outil d'aide à la décision incontournable pour la réhabilitation et l'optimisation des espaces commerciaux. Que ce soit pour les porteurs de projet ou les collectivités, cette solution high-tech répond à un besoin urgent de redynamisation des territoires, tout en sécurisant les investissements grâce à l'analyse de données et à la prédiction des risques.

Cette initiative témoigne de la volonté du réseau CMA de soutenir l'artisanat dans sa transformation et d'aider les territoires à se réinventer, en apportant des solutions concrètes et innovantes.





MÉTIERS D'ARTS

Les Hauts-de-Seine, un département
attractif pour les métiers d'art

Les Hauts-de-Seine

Des politiques locales favorables aux métiers d'art

Les collectivités des Hauts-de-Seine multiplient les initiatives pour soutenir et promouvoir les métiers d'art. De Suresnes à Meudon, en passant par Sèvres, plusieurs projets ont déjà vu le jour, et de nouvelles infrastructures, comme les écuries de Richelieu à Gennevilliers, viennent renforcer cette dynamique en faveur des savoir-faire ancestraux.

Un engagement fort pour la sauvegarde et la transmission des métiers d'art

Depuis quelques années, les Hauts-de-Seine se distinguent par leur engagement dans la préservation du patrimoine artisanal. Grâce à la réalisation d'une série de sites tels que *la Verrière* à Suresnes, *le Potager du Dauphin* à Meudon et *le Jardin des Métiers d'arts et du design* (JAD) à Sèvres les collectivités alto-séquanaises ont pris des mesures décisives pour conserver et transmettre les savoir-faire traditionnels. Ces projets incluent des initiatives de réhabilitation du bâti ancien pour y aménager des espaces dédiés à la pratique de métiers ancestraux tels que la dorure, le vitrail, le travail du bois, la tapisserie, la mode, ou encore la Modisterie.

Le projet des écuries de Richelieu, dont la première pierre a été posée en septembre dernier, marque un nouveau jalon dans cet effort. Cet espace dédié aux métiers d'art symbolise la volonté de la collectivité de renforcer la transmission de ces savoir-faire.

Les pôles spécialisés : un modèle de collaboration entre artisans



Pour soutenir cette dynamique, des pôles spécialisés dans les métiers d'art sont aménagés à travers le département. Ces lieux de rencontre et d'échange favorisent la créativité et l'innovation, tout en permettant aux artisans d'art de travailler dans un environnement propice à la concentration. Ces pôles sont des espaces de symbiose, où l'authenticité des métiers traditionnels rencontre les innovations contemporaines.

Un exemple particulièrement marquant est le JAD (Jardin des métiers d'art et du Design) à Sèvres, porté par le Département des Hauts-de-Seine. Ce pôle innovant combine savoir-faire ancestraux et technologies modernes, offrant ainsi aux artisans un lieu idéal pour faire évoluer leurs techniques tout en restant fidèle à leurs traditions. Le JAD devient ainsi un véritable incubateur de talents, offrant une passerelle entre le passé et l'avenir des métiers d'art.



Willy Labre

Des ateliers à taille humaine pour une approche locale et humaine

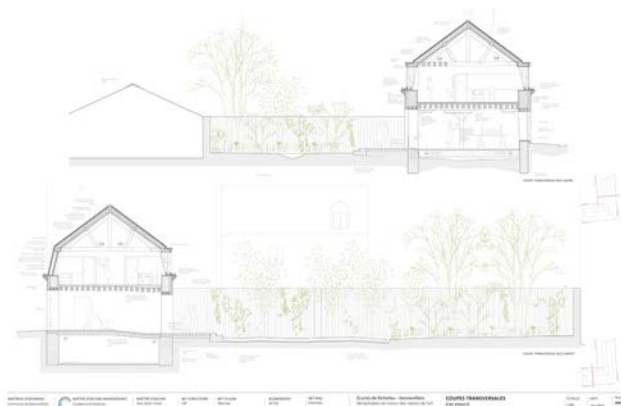
Ces ateliers, concentrant entre 10 et 20 artisans, offrent des espaces de travail adaptés à leurs besoins techniques et à leurs contraintes financières. Bien que ces lieux ne soient pas des boutiques ouvertes au public, ils permettent aux artisans de recevoir leurs clients sur rendez-vous, garantissant ainsi une qualité d'accueil et de service à la fois personnalisée et intime.

Ces espaces ont l'avantage de permettre aux artisans locaux, souvent installés à domicile, de pouvoir exercer leur métier au sein de leur commune d'habitation, dans des conditions favorables à leur développement professionnel. Cela réduit également les risques financiers, en offrant un cadre stable et sécurisé.

Un intérêt croissant du public pour les métiers d'art

L'engouement pour les métiers d'art semble croître de jour en jour, comme l'atteste Étienne Lengereau, maire de Montrouge. Dans l'interview qu'il a accordée à notre magazine, il souligne l'importance de ces initiatives pour dynamiser la vie locale tout en préservant un patrimoine unique (voir page 27).

Les journées portes ouvertes et les Journées Européennes des Métiers d'Art (JEMA) permettent au grand public de découvrir ces artisans d'exception, souvent invisibles dans la vie quotidienne, et de mieux comprendre les enjeux liés à leur pratique. Ces événements sont l'occasion de mettre en lumière le travail de ces créateurs locaux et de les valoriser au sein de leur communauté.



Prochain sur la liste des pôles dédiés aux métiers d'arts dans le département des Hauts-de-Seine, les travaux de rénovation des anciennes écuries du Château de Richelieu à Gennevilliers ont commencé en septembre 2024 pour une durée de 24 mois.

Un modèle à suivre pour la sauvegarde des métiers d'art

Le Département des Hauts-de-Seine montre l'exemple avec ses projets d'envergure, mais aussi à travers ses actions de terrain à taille humaine. En mettant en place des infrastructures adaptées et en favorisant l'échange entre artisans, la collectivité répond à un double objectif : préserver un savoir-faire séculaire tout en stimulant la créativité et l'innovation. Les initiatives menées dans ce cadre ne sont pas seulement des témoignages de la richesse artisanale du département, mais aussi des leviers essentiels pour la survie de ces métiers dans un monde en perpétuelle évolution.



Le JAD, un écrin historique pour le dialogue entre métiers d'art et design

Le Jardin des métiers d'Art et du Design (JAD) a ouvert ses portes en septembre 2022 à la lisière de la Manufacture de céramique de Sèvres et du Domaine national de Saint-Cloud. Initié et financé par le Département des Hauts-de-Seine, ce lieu unique dédié au dialogue entre les métiers d'art et du design s'est installé dans les locaux de l'ancienne Ecole Nationale de Céramique.

Une restauration exemplaire de deux bâtiments classés

La délocalisation de cette école à Limoges en 1979 avait laissé un ensemble architectural remarquable à l'abandon pendant près de 40 ans, jusqu'à la signature d'un bail emphytéotique entre le Département des Hauts-de-Seine et l'État, propriétaire du site.

Après un chantier de réhabilitation de deux ans et demi, le JAD déploie ses activités dans deux bâtiments mitoyens classés Monuments Historiques : l'un conçu en 1932 par Michel Roux-Spitz qui s'inscrit dans le mouvement Art Déco, l'autre, son faux jumeau à la façade de brique, réalisé en 1954 par l'architecte Felix Brunau.

La restauration s'est révélée à la fois fidèle au passé de l'édifice et conforme aux besoins de ses nouvelles fonctions, dans la continuité de sa vocation originelle de favoriser l'innovation tout en préservant des savoir-faire manuels exceptionnels. La préservation des paillasses en céramique, de l'ascenseur d'origine et des arbres à cames qui entraînaient les moulins de broyage de matières premières a permis de conserver la mémoire et le cachet du site.



Eglantine Aubry

Atelier rénové Makerlab

Un lieu de création et d'innovation unique

Dernier né des équipements culturels du Département des Hauts-de-Seine, le JAD accueille aujourd'hui une vingtaine d'ateliers privés, une galerie d'exposition, des ateliers partagés, des salles de réunion et un MakerLab.

En proposant des lieux économiquement accessibles, un environnement stimulant et un accompagnement adapté à leurs besoins, le JAD affirme sa volonté de faciliter l'implantation et le développement d'activités d'artisans maîtrisant des savoir-faire d'excellence et de designers qui désirent travailler en étroite collaboration.

Une sélection des occupants rigoureuse

La communauté des créateurs occupant les ateliers du JAD compte aujourd'hui 20 professionnels qui représentent des compétences et des médiums variés : héliogravure, design olfactif, ébénisterie, sellerie d'art, design et ennoblissement textile, travail du papier, du feutre de laine, de la fresque, design d'objets, sculpture sur bois...

Ils ont été sélectionnés sur la maîtrise technique de leur pratique, l'approche innovante de leur métier, mais également sur leur volonté de s'inscrire dans une démarche de co-création entre professionnels et de partage avec les publics.



Un site animé et collaboratif

L'animation de cet établissement départemental a été confiée à un groupement, comprenant le Groupe SOS Culture, MakeICI et l'Institut National des Savoir-faire français, dont les expertises favorisent ce travail d'émulation, de recherche collaborative et d'hybridation des disciplines.

La galerie d'exposition et le MakerLab font également du JAD un lieu ouvert à tous les publics, grâce à une programmation culturelle riche et singulière dans l'Ouest parisien. Des événements et expériences autour du geste, du contact avec la matière, de la rencontre avec les créateurs sont organisés tout au long de l'année : expositions, ateliers d'initiations et de pratique, démonstrations, conférences et débats...



CD92 Julia Brechler



Le JAD-73

Montrouge souhaite faire la part belle à la créativité

Interview d'Étienne Lengereau Maire de Montrouge

Pourquoi une ville comme Montrouge s'engage-t-elle en faveur des créateurs et artisans d'art ?

Parce que Montrouge est une ville d'artistes et de créateurs ! Nous avons un patrimoine vivant et une dynamique culturelle forte, que nous entretenons à travers des événements phares comme *Art en Fête* en décembre et les *Portes Ouvertes des artistes montrougiens* en mai. Ces manifestations rencontrent un véritable engouement de la part des habitants, preuve de l'attachement de notre ville à la créativité. Aujourd'hui, notre ambition est de préserver, accompagner et développer cet héritage artisanal en offrant aux talents locaux les moyens de s'épanouir.

Quelle est la motivation profonde de la Ville pour soutenir les créateurs et artisans ?

Notre démarche repose sur une double ambition. D'une part, nous souhaitons accompagner les Montrougiens qui aspirent à une reconversion vers les métiers de l'artisanat. D'autre part, nous voulons attirer de nouveaux talents qui choisissent Montrouge pour y développer leur activité artisanale. Notre rôle est de leur offrir un cadre propice à leur épanouissement. L'artisanat, avec ses savoir-faire uniques et la création d'objets sur mesure, répond à une véritable attente et représente un secteur d'avenir.

Quelles actions concrètes la Ville de Montrouge met-elle en place pour soutenir ses artisans ?

Depuis plusieurs années, nous menons une politique globale de soutien aux artisans commerçants pour préserver et dynamiser ce patrimoine essentiel à notre cadre de vie. Nous avons mis en place un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat qui nous permet de préempter certains locaux commerciaux afin de maîtriser leur développement et éviter la disparition des activités artisanales. Nous avons également créé une bourse aux locaux commerciaux en ligne, permettant aux artisans



de trouver plus facilement un emplacement et de candidater sur des espaces identifiés par la Ville. De belles réussites ont déjà vu le jour grâce à ce dispositif. Enfin, nous préparons la création du Carré des créateurs, un nouvel espace dédié aux artisans d'art, dans le cadre du futur parc au 127 avenue de la République.

Pouvez-vous nous parler du projet de « Carré des Créateurs » ?

Ce Carré des Créateurs se veut une véritable ruche dynamique où artisans et créateurs pourront développer leur activité dans un environnement stimulant. L'idée est de leur offrir un accompagnement en mode pépinière, en mettant à leur disposition des espaces adaptés et en favorisant la visibilité de leur travail. Ils pourront aussi vendre dans une boutique au RDC dédiée. Les artisans sélectionnés s'engageront à participer à des portes ouvertes, des événements et des interventions en milieu scolaire pour sensibiliser les jeunes aux métiers d'art. Pour mener à bien ce projet, nous collaborons étroitement avec Vallée Sud-Grand Paris qui est le Territoire dont Montrouge fait partie et qui est compétent sur le cahier des charges économiques ainsi que la Chambre de Métiers et de l'Artisanat (CMA), dont l'expertise nous aidera à affiner nos choix et définir nos besoins. Une sélection rigoureuse, via un appel à candidatures, garantira la qualité et la pérennité du projet.

Montrouge semble vraiment engagée pour soutenir l'artisanat local...

Absolument ! Nous croyons en la richesse de l'artisanat et mettons tout en œuvre pour encourager et valoriser ces talents. Nos actions en faveur des créateurs et artisans contribuent à renforcer l'attractivité de Montrouge et à en faire une ville toujours plus belle et agréable à vivre. Nous voulons aussi montrer aux jeunes et à leurs familles que, au-delà des parcours classiques, les métiers manuels offrent de réelles opportunités d'avenir. Montrouge est là pour révéler les talents et leur offrir l'écrin qu'ils méritent.



Chambre
de **Métiers**
et de l' **Artisanat**

ÎLE-DE-FRANCE

**Chambre de Métiers
et de l'Artisanat Île-de-France**

72-74, rue de Reuilly
CS0315 - 75012 Paris CEDEX 12
www.cma-idf.fr

Contact :

Xabier IRIONDO
Direction du Développement Économique
01 47 29 43 63
xabier.iriondo@cma-idf.fr