

CHAMBRE DE METIERS ET DE L'ARTISANAT DES HAUTES-ALPES

ASSEMBLEE GENERALE JUIN 2010 – MONETIER-LES-BAINS

RAPPORT DE LA COMMISSION DE LA COMMUNICATION

(Présenté par son Président Dominique LAMORTE)

ooOoo

Les membres de notre Commission se sont réunis et ont souhaité faire le bilan des différentes actions engagées durant ces derniers mois.

Je voudrais rappeler que cette Commission Communication a été remise en activité en 2008 et qu'elle figure désormais dans le nouveau règlement intérieur de notre organisme consulaire que vous avez adopté lors de notre dernière Assemblée Générale de novembre.

Nous nous sommes réunis régulièrement et je veux souligner l'engagement de mes collègues membres de cette commission qui a rendu possible la réussite de nos actions, en particulier de l'opération de GAP-FOIRE-EXPO que je souhaite évoquer maintenant.

1- OPERATION GAP FOIRE-EXPO 2010

La réussite de cette participation a été rendue possible par un travail très important mené en amont, ce qui a permis une bonne orchestration du déroulement des différentes animations prévues sur les neuf jours de durée de la Foire-Expo : la création et la mise en place du stand ont été l'exemple d'un travail d'équipe parfaitement réussi.

La coordination entre les élus et les agents de la CMA, d'une part, et les responsables du CFA de GAP, d'autre part, fait ressortir l'esprit d'équipe et l'énergie positive qui s'est créée entre les deux structures : la mobilisation de toutes et tous, a permis de susciter, chaque jour, la curiosité du public au travers des différentes animations proposées sur les métiers de l'artisanat et sur l'apprentissage des jeunes.

La composition de notre stand a été reconnue comme innovante et attractive, en permettant la fluidité des visiteurs dans un espace largement ouvert et visible de tous côtés ; un élément important a été l'organisation de la vidéo-projection qui a apporté une image moderne et dynamique de l'artisanat avec un film présentant la diversité des métiers de l'artisanat et la forte implication des jeunes dans l'apprentissage de ces métiers.

Nous avons voulu également travailler sur la reconnaissance visuelle des agents de la Chambre et du CFA, qui portaient toutes et tous, le même tee-shirt de couleur verte afin de renforcer l'image d'une équipe jeune, dynamique et regroupée autour d'un projet commun.

La soirée de la reconnaissance artisanale a constitué le moment fort de cette organisation : malgré des conditions climatiques particulièrement difficiles, cette soirée a été marquée par une grande réussite, au niveau du nombre de participants, soit plus de 140 décideurs de notre département, mais également au niveau du timing général de la soirée, de l'intervention originale de l'artiste Bruno RIVIERE avec ses talents de caricaturiste et de la remise des prix de la reconnaissance artisanale qui a permis de mettre en lumière cinq personnalités représentatives du monde de l'artisanat haut-alpin.

Surtout, cette soirée a permis de délivrer un message fort à destination des élus de notre département pour leur faire prendre conscience de l'importance du secteur de l'artisanat dans notre économie haut-alpine et de la nécessité de soutenir l'effort de développement de la formation initiale pour les jeunes qui souhaitent suivre les filières de l'artisanat.

Ce message doit maintenant être relayé et amplifié sur le long terme par une stratégie de communication cohérente et ambitieuse : c'est ainsi que le prochain numéro de notre magazine « Le Monde des Artisans » qui va être adressé à tous nos ressortissants et aux élus du département à la fin de ce mois, sera très largement consacré à cette opération GAP FOIRE-EXPO avec de nombreuses photos destinées à bien montrer l'ampleur de notre mobilisation et la réussite de notre participation.

L'un des facteurs qui a contribué à cette réussite a été le partenariat fructueux conclu avec le groupe Dauphiné Libéré, qui a efficacement relayé nos animations dans le cadre de reportages quotidiens sur l'opération GAP FOIRE-EXPO ; nous avons été

régulièrement présents dans les colonnes du journal durant ces derniers mois, et notamment dans les pages des suppléments Economie qui paraissent tous les derniers mardi de chaque mois.

La radio ALPES 1 et le journal La Provence, ainsi que « ALPES et MIDI » ont également largement couvert cet événement et donné la parole aux responsables de la CMA et du CFA.

2- SALON des FORMATIONS

La Chambre de Métiers a été en 2009 et en 2010 l'un des acteurs privilégiés du Salon des Formations organisé par le DAUPHINE LIBERE au C.M.C.L. puis au Quattro à GAP ; un espace dédié aux métiers de l'artisanat a été mis en place, avec une collaboration efficace entre la CMA et le CFA afin de créer une véritable synergie entre nos deux structures qui interviennent dans le domaine de la formation des jeunes.

Tout au long de ces derniers mois, notre objectif prioritaire a été de permettre une meilleure identification de la Chambre de Métiers et de ses missions, trop souvent méconnues ; de plus en plus, il est indispensable de faire connaître ce que nous faisons pour affirmer encore davantage notre identité et nos compétences.

3 - CAMPAGNE de COMMUNICATION NATIONALE

Au niveau national, l'Assemblée permanente des Chambres de Métiers a lancé en 2008 et 2009 une véritable stratégie de communication globale et cohérente afin de conforter la dynamique du réseau des métiers.

La campagne de communication nationale organisée autour du nouveau label « Agir pour Réussir » constitue la première véritable prise de parole réussie de notre réseau, avec la volonté affirmée de communiquer sur notre propre nom et sur notre propre identité en mettant en avant les valeurs de l'artisanat.

Cette nouvelle appellation « AGIR POUR REUSSIR », qui apparaît désormais sur l'ensemble de nos documents, constitue une véritable marque de fabrique clairement identifiée : Elle renforce le positionnement des Chambres de Métiers en tant qu'acteurs privilégiés au service du développement des entreprises artisanales. Elle attire

l'attention du grand public sur le cœur de métier de nos Chambres, qui est de soutenir celles et ceux qui ont un projet dans l'artisanat, quel que soit leur âge et leur parcours professionnel

Comme vous pouvez le constater, au niveau local comme au niveau national, promotion et communication sur nos actions et sur nos valeurs constituent un véritable « fil rouge » de notre stratégie, avec pour objectif de rendre encore plus visibles notre identité et nos missions dans une époque où « savoir-faire » et « faire-savoir » sont deux atouts indispensables d'une politique de communication efficace.