



Depuis 1981, **Fundesarte** est la principale organisation de promotion et de développement des entreprises artisanales espagnoles. L'une des priorités de ses programmes est de promouvoir, valoriser et communiquer la qualité des produits artisanaux et la durabilité de leurs processus de production. Fundesarte fait actuellement partie de la Fondation EOI (School of Industrial Organisation), une entité liée au ministère de l'industrie, du commerce et du tourisme (MINCOTUR) du gouvernement espagnol. Le secteur de l'artisanat en Espagne a été étudié par la Fondation EOI en 2015, dans le cadre de l'étude « Situación de la artesanía en España », dont sont issus les principaux chiffres et tendances exposés ci-dessous.

En Espagne l'entreprise artisanale désigne une personne physique ou morale dont l'activité économique et la production d'objets de nature utilitaire, décorative ou artistique ; par le biais de processus de production contrôlés personnellement par un ou plusieurs artisans, dans lesquels leur contribution directe est la composante la plus importante du produit fini. Cette définition est basée sur 3 critères conjoints : la production d'objets, les processus de production contrôlés personnellement par un ou plusieurs artisans professionnels et la contribution directe de l'artisan en tant que composant majeur du produit fini¹.

Quels domaines dans l'artisanat d'art en Espagne ?

- ☐ Céramique
- ☐ Fibre végétale
- ☐ Facture instrumentale
- ☐ Bijouterie et Joaillerie
- ☐ Marbre, pierre et plâtre
- ☐ Métal
- ☐ Meuble en bois
- ☐ Objet en bois
- ☐ Cuir et fourrure
- ☐ Textile
- ☐ Verre
- ☐ Divers



L'artisanat d'art en Espagne

LES ENTREPRISES

PLUS DE
40 000
ENTREPRISES

LES EMPLOIS

PRÈS DE
125 000
ACTIFS

CHIFFRE D'AFFAIRES

4 milliards
D'EUROS

Les métiers d'art et du patrimoine vivant en France



PLUS DE
60 000
ENTREPRISES

PRÈS DE
160 000
ACTIFS

19 milliards
D'EUROS

1. Situación de la artesanía en España, étude réalisée par l'Ecole d'Organisation Industriel (Escuela de Organización Industrial) -centre de recherche sous l'égide du Ministère de l'Industrie, de l'Energie et du Tourisme en Espagne, 2015

L'artisanat espagnol

40 000
entreprises

70%
D'indépendants

30%
De sociétés et d'associations

2,6%
Des entreprises
artisanales ont
10 employés ou
plus

125 000
actifs

Dont 65% sont des
micro-entreprises

L'emploi direct dans les
entreprises artisanales
représente

5%
de l'emploi industriel total
et moins d'1% de l'emploi
dans l'ensemble de
l'économie

PIB
4 milliards
d'euros en 2014

2,4%
du PIB des entreprises
industrielles

0,4%
du PIB total

Quels profils d'entreprises dans l'artisanat d'art espagnol

L'artisanat espagnol montre une forte orientation vers la fabrication de produits exclusivement artisanaux. La production de pièces uniques est également le type de production le plus courant dans le secteur. La contribution économique des différents sous-secteurs d'activité est très inégale. Il est possible d'établir trois profils :

- Le sous secteur des meubles en bois est le plus important. Il compte 40% des entreprises artisanales et 38% de l'emploi artisanal. Associé au sous-secteurs du textile et de la bijouterie, joaillerie, ils représentent les 3/4 du secteur artisanal national espagnol (75% des entreprises artisanales et 74% de l'emploi artisanal). Cela met en évidence une concentration sectorielle importante du secteur
- Un groupe de sous-secteurs de taille intermédiaire comprend : la céramique, le cuir, le métal et le verre
- Les plus petits sous-secteurs sont : fibres végétales, marbre, pierre et plâtre, et instruments de musique. Toutes ont des parts dans le nombre d'entreprises et dans l'emploi artisanal inférieures à 3%



LA CONCENTRATION RÉGIONALE

L'Andalousie, la Catalogne, la Communauté valencienne et Madrid regroupent à elles seules 61% des entreprises artisanales et 70% des emplois du secteur. Il convient néanmoins de préciser que l'emploi dans les entreprises artisanales varie en importance d'une Communauté autonome à l'autre. Ainsi dans les Baléares atteint-il 10% et en Andalousie 9% ; à Madrid et en Estrémadure environ 7% et 6% dans la Communauté valencienne.

LE RECRUTEMENT

En 2015, les profils les plus recherchés, sont les postes peu qualifiés (apprentis, assistants d'atelier et manoeuvres). Ils semblent difficiles à pourvoir, puisqu'ils représentent près de 21% des offres d'emploi. Les brodeurs, couturiers et machinistes (8,3% des postes vacants) et les charpentiers et menuisiers (5,2%) connaissent également des niveaux de demande d'emploi importants.

LA FORMATION

Le pourcentage moyen d'employés bénéficiant d'une formation dans les entreprises artisanales est d'environ 12,6% en 2015 (contre 15,8% en 2010). Toutefois, il faut noter que cette variable présente une dispersion importante et que dans 80,9% des entreprises artisanales, aucun travailleur n'a reçu de formation au cours de l'année précédant l'enquête (76,5% en 2010). Des différences significatives sont également observées par sous-secteurs d'activité : les sous-secteurs marbre, pierre et plâtre, textile, métal et cuir affichent des niveaux de formations supérieurs à la moyenne. En revanche, les sous-secteurs de la bijouterie, joaillerie fantaisie et de la céramique présentent des niveaux d'accès à la formation continue plus faibles.

LES POLITIQUES DE SOUTIEN

Les politiques de soutien des communautés autonomes sont les plus connues du secteur de l'artisanat (36,1% des entreprises les connaissent), suivies des programmes des associations d'artisans (21,4%) et des programmes de soutien des conseils régionaux et locaux (19,9%). Il faut également noter que les aides de l'Union Européenne, bien que peu connues et peu utilisées, sont très bien noté par les bénéficiaires (8,6 sur 10).

LES CANAUX DE COMMERCIALISATION

Le mode de commercialisation le plus fréquent et le plus traditionnel dans les entreprises artisanales est la vente à la commande à des clients spécifiques, puisqu'il est utilisé par 94,4% du secteur. Ensuite vient la vente directe dans l'atelier (64,7%), la vente à des détaillants spécialisés (51,7%) et la vente dans leurs propres magasins (31,4%). Ces trois dernières ont gagné en importance entre 2010 et 2015. D'autres canaux sont de plus en plus utilisés par le secteur et ont une importance significative sur les ventes : site internet de l'entreprise (29,3%), grossistes spécialisés (22,4%), foires artisanales (21,2%)

L'ACTIVITÉ À L'EXPORT

Environ 24,6% des entreprises artisanales vendent leurs produits sur le marchés étrangers en 2015, un pourcentage qui a presque doublé par rapport à 2010 (12,4%). En outre, 35,2% supplémentaires prévoient de vendre leurs produits à l'étranger à court terme (1 à 3 ans). La part de la clientèle moyenne à l'export (poids des exportations sur les ventes totales) des entreprises artisanales est d'environ 17,5% (+4,2% par rapport à 2010).

L'Union Européenne est la principale zone ciblée, par 86,7% des entreprises artisanales exportatrice. La France (37%) et l'Allemagne (27%) se distinguent parmi les pays de ce territoire. Le marché nord-américain, principalement les Etats-Unis et le Canada (20%), a également un poids important dans les exportations d'artisanat. D'autres zones géographiques comme l'Asie ont encore un poids relativement faible (10,2%).

Bien que l'importance des exportations dans le chiffre d'affaires soit encore faible, plus de la moitié de l'artisanat est engagée dans un processus d'internationalisation, un aspect qui est évalué très positivement en termes de compétitivité sectorielle.

Les bonnes pratiques

La disparition des procédés artisanaux dans l'industrie classique se traduit par de nouveaux défis pour l'innovation. Les métiers d'art doivent par conséquent collaborer à une autre lumière avec les autres métiers de l'industrie. Dans la perspective d'orienter ce secteur, Fundesarte (la principale institution de promotion et de développement des entreprises artisanales espagnoles) a réalisé une étude en 2021 pour identifier les bonnes pratiques que ces entreprises peuvent adopter.

DÉVELOPPEMENT DURABLE ET EXPÉRIMENTATION

- Contribution à l'amélioration du produit avec une valeur ajoutée grâce au design et/ou à l'expérimentation de nouveaux matériaux et techniques pour des produits durables.
- Collaboration entre designers et artisans, laboratoires de recherche, biotechnologues... pour la création de nouveaux produits artisanaux innovants avec de nouvelles techniques, matériaux ou basés sur l'expérimentation.
- Mêler différents secteurs pour créer de nouveaux produits durables.

Exemple : artisanat & tourisme - le projet Obrador Xisqueta

En 2016, l'Association a réalisé le projet «Habitació Xisqueta» dans lequel des chambres d'hôtel ont été aménagées avec des pièces de décoration intérieure de la collection Xisqueta. Les chambres étaient équipées de matelas fabriqués à partir de la laine du mouton Xisqueta, de coussins, de rideaux et de lampes en feutre. Ils ont travaillé avec les artisanes de l'Obrador et avec d'autres professionnels externes comme les charpentiers. Grâce à ce projet, ils ont pu explorer le potentiel de collaboration avec l'industrie hôtelière et touristique de la région et contribuer à l'élaboration d'une stratégie commune pour le développement du territoire.

TECHNIQUE D'INNOVATION

- Application de processus de production artisanaux à des processus industriels, conseils techniques sur l'artisanat pour d'autres secteurs, et introduction de nouvelles technologies de création et de production.
- Collaborations entre des professionnels artisanaux spécialisés qui fournissent des connaissances techniques à des entreprises de robotique, de design... ou à des entreprises artisanales qui appliquent leurs techniques ou processus artisanaux à d'autres domaines, ainsi que la recherche dans le domaine des techniques artisanales pour des entreprises de nouvelles technologies.



INNOVATION MARKETING

- Apport de propositions artisanales comme stratégie de valorisation des entreprises et/ou des marques dans le but de promouvoir le prestige des produits ou services de ces entreprises ou d'ouvrir de nouvelles niches de marché.
- Collaborations entre artisans et entreprises spécialisées en stratégie de marketing et de promotion.

C'est le cas du projet Artesanía no Prato, créé en 2013 par Artesanía de Galicia. Le projet s'ancre dans une stratégie de valorisation de l'artisanat galicien dans le domaine de la gastronomie et de la restauration. En 2017, un premier salon professionnel d'Artesanía no Prato s'est tenue à Saint-Jacques-de-Compostelle. 30 ateliers de poterie sont entrés en contact avec des professionnels du secteur de la gastronomie. L'initiative a permis de générer un dialogue entre l'artisanat, la culture, le tourisme et la gastronomie en Galice. L'accent a été mis sur l'innovation et le design, en expérimentant de nouveaux matériaux et supports céramiques pour créer une expérience immersive. Les exigences des restaurateurs ont permis aux céramistes d'aller au-delà des formats traditionnels. Actuellement, plus de 40 ateliers artisanaux travaillent avec des restaurants, ainsi que des entreprises distribuant des ustensiles de cuisine pour l'hôtellerie et la restauration.

Institut National des Métiers d'Art

Pôle Promotion et Valorisation des métiers d'art et du patrimoine vivant



INSTITUT
NATIONAL
MÉTIER
D'ART

Crédits photos :

- P.2 © Heon Suk Hong de Studio Ceramic & Paper
- P.4 © Slow Loom estudiotextil