



Fonds National de Promotion  
et de Communication de l'Artisanat

## communiqué de presse

Paris, le 2 mars 2004

NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION POUR L'ARTISANAT

### L'artisan, "star sociale" du 21<sup>ème</sup> siècle

Après les campagnes sectorielles conduites en 2003 pour les métiers des Services et du Bâtiment, l'Artisanat renoue avec une communication institutionnelle transversale en faveur de l'ensemble du secteur. Forte et volontariste, la campagne 2004 entend faire de l'artisan "la star sociale du début du 3<sup>e</sup> millénaire", et développera deux axes majeurs et prioritaires.

Le premier, "l'Offre d'avenir professionnel de l'Artisanat", poursuit l'objectif d'inciter les jeunes à faire carrière dans l'un de ses 250 métiers, en mettant notamment en avant les opportunités en termes d'emploi et de reprise d'entreprise.

Le second, "la Valorisation sociale", a pour but de sensibiliser l'opinion publique à la dimension, encore trop sous-estimée, de l'artisan acteur essentiel de l'économie et dans la société.

#### La Première entreprise de France sur les ondes...

Du 5 au 18 mars, l'Artisanat débutera sa campagne sur les ondes destinées plus particulièrement aux 15-24 ans : 400 spots de 30 secondes sur Europe 2, Fun Radio, NRJ, Skyrock et les Indépendants. Après le duo d'humoristes Omar & Fred (2002-2003), la "Première entreprise de France" embauche Eric et Ramzy. Dans leur jeu de ping-pong verbal "qui cause aux djeune's", ils s'interpellent sur l'orientation, la formation, le recrutement et l'entrepreneuriat dans l'Artisanat.

A compter du 8 mars, et pour une année, "Arti-News", programme radio d'information et de sensibilisation tous publics, sera diffusé sur plus de 150 stations FM indépendantes, dans l'Hexagone et sur les DOM. Un rendez-vous quotidien au cours duquel sont abordés les thèmes du savoir-faire, de l'innovation, de la création et reprise d'entreprise et, bien entendu, de la valorisation sociale. Ce programme court de chroniques d'1 minute 20 en semaine et de reportages de 3 minutes le samedi, accueillera notamment Pierre Perret comme expert des mots de métiers, dont il a fait un dictionnaire.

#### ...dans la presse quotidienne régionale...

Une série d'annonces consacrées à la reprise d'entreprise artisanale et destinées à sensibiliser les candidats à l'entrepreneuriat, s'affichera dans les 61 quotidiens de la presse régionale, du 28 février au 13 mars, en amont de la Semaine Nationale de l'Artisanat (13/20 mars). L'occasion est ainsi offerte "partout en France et près de chez vous" de se renseigner sur les opportunités de carrière dans ces métiers.

#### ...à la télévision...

Du 2 au 28 avril, un film publicitaire de 30 secondes érigeant l'artisan en "star sociale" sera diffusé sur les chaînes TF1, France 2, France 3, M6, LCI, et RFO pour les DOM. Soit 92% des Français touchés.



Fonds National de Promotion  
et de Communication de l'Artisanat

Un second film, abordant le même thème sera diffusé à l'automne. Le réalisateur Eric Zonca ("La Vie rêvée des anges", "Le petit voleur") a été choisi pour mettre en images cette mini-saga.

Un programme court TV, d'au moins 50 épisodes de 1 minute sur différents métiers offrant avenir professionnel et valorisation sociale, devrait être diffusé, dès la fin du second trimestre, sur une grande chaîne du service public. Cette série permettra de faire concrètement connaître et apprécier la diversité et la richesse de l'Artisanat, en projetant une image positive et moderne d'artisans filmés dans leur vie professionnelle et personnelle.

### **...et même au cinéma**

Partenaire pour la troisième année consécutive du Printemps du Cinéma (14 au 16 mars), l'Artisanat appose sa signature dans un film de 45 secondes diffusé pendant les 5 semaines précédentes dans plus de 5 000 salles (soit 600 000 passages). Dans le cadre de ce parrainage, des séances film / débat sur les métiers, destinées aux scolaires, seront organisées par les Chambres de métiers et organisations professionnelles dans une vingtaine de départements de l'Hexagone.

### **Information et Education nationale**

Devant le succès de la tournée "Artiscope\*", réalisée en 2003 dans 14 villes régionales, le "Truck", camion expo de l'Artisanat, effectuera 13 nouvelles étapes à l'automne 2004, pour sensibiliser les collégiens à l'offre d'avenir professionnel du secteur.

Dans le même esprit d'un partenariat fructueux avec l'Education nationale, l'Artisanat reconduira sa participation au Salon de l'Education, du 17 au 20 novembre au Parc des expositions de Paris. Sur un espace à la mesure de la "Première entreprise de France", apprentis et formateurs font découvrir et partager leur passion pour leurs métiers.

Par ailleurs, une panoplie d'instruments spécifiques à la sensibilisation du corps enseignant et des professionnels de l'orientation sera actualisée : kits pédagogiques CM1-CM2 et collèges, annuaire des métiers, CD-ROM "Métiers d'en Vie, portraits de jeunes artisans", annonces dans la presse spécialisée éducation, etc.

Enfin, des outils de communication (CD-ROM, DVD, affiches, bannières, dépliants, cartes postales,...) destinés à renforcer les actions de proximité initiées par les Chambres de métiers et les organisations professionnelles, seront largement diffusés au tout début mars.

**Pour en savoir plus sur l'Artisanat**

[www.artisanat.info](http://www.artisanat.info)

[Salle de presse]

*Ces campagnes sont conduites par le Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat (FNPCA), qui a pour mission de contribuer au développement du secteur économique de l'Artisanat en valorisant son image et celle de ses professionnels. Cet établissement public, cogéré par l'Etat et les représentants professionnels et consulaires, bénéficie d'un budget exclusivement financé par une taxe versée par les 840 000 entreprises artisanales de France.*

**Contact presse : Com 3000 / Sylvie Ancian – Stéphanie Sauret – tél. : 01 45 26 59 74**