

## Missions significatives en France

(Février 2020)

### Accompagnements de démarches collectives

- (26d) **Design thinking pour des artisans du secteur bois en Rhône-Alpes:** Conduite d'un projet de développement de nouveaux produits d'aménagements extérieurs en bois: organisation d'ateliers de créativité, définition du cahier des charges des nouveaux produits, appui au recrutement de designers et suivi des travaux. (2015/2017): *Région Rhône-Alpes / Interprofession bois (Fibois 0726)*.
- (21d) **Accompagnement marketing pour l'opération « design moi un artisan » à St Claude :** Méthodologie pour tester ses idées et définir son offre. Conseil en stratégie commerciale. Appui à l'analyse économique des produits et à la mise en place des outils de vente. (2012/2013): *L'atelier des savoir-faire / Communauté de Communes du Haut-Jura - Saint Claude. (crédit photos Olivier ROYDOR)*
- (4d) **Design management pour la marque collective Ardèche-Bois-Nature:** Monitoring d'un groupe d'artisans pour la conception d'une gamme de produits écologiques avec forte charge culturelle Ardéchoise. Mise en place d'un lexique de formes. Suivi et cadrage d'une sélection de designers locaux. Appui à la mise en place d'une structure commerciale. (2000/2001): *Région Rhône-Alpes / Interprofession (Fibois 0726)*.
- (2d) **Conception de planches tendances pour le pôle «couleurs & textiles » de Citroën :** Appui au département Couleurs et garnissage dans la compréhension de profils sociaux types ou de thèmes marketing : Conceptualisation et réalisation de "planches matières" à partir d'un reportage photographique et d'une analyse documentaire. Création d'un outil de réflexion permettant au département Style de mieux coller aux exigences de la direction Marketing. (1998): *Automobiles Citroën*.

## Workshop Design et Métiers d'art

- (16a) **Design et métiers d'art en Charente maritime** : Accompagnement pour un groupe de femmes artisans d'art, sous la forme de 5 journées de formation/action collective, pour une approche globale du programme et de 2 journées dans chaque entreprise pour une application personnelle. (2011) : *Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Charente Maritime*.
- (14a) **Design et métiers d'art en Ariège** : Accompagnement et appuis individualisés auprès d'artisans d'art situés en zones rurale. Recherche et développement de nouveaux produits en cohérence avec l'existant et structuration des gammes actuelles. Recherche de solutions design offrant une rentabilité supérieure à celle actuelle. (2011). *Chambre de Métiers et de l'Artisanat de l'Ariège / Syndicat Mixte du Pays Couserans*.
- (11a) **Design et métiers d'art en Charente** : Diagnostic commercial individuel réalisé « à l'atelier » de chaque artisan. Préparation de l'action avec la mise en place par chaque artisan de son cahier des charges. Phase création avec l'animation de journées collectives et d'un appui individuel « à l'atelier ». (2009) : *Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Charente / Conseil général de la Charente*.
- (1a) **Créativité et marché touristiques à la Réunion**: Atelier de formation de jeunes entrepreneurs de la filière bois, avec pour objectif d'accroître la qualité et le nombre de produits à destination touristique : Atelier collectif d'une semaine avec réalisation de dix prototypes au centre de formation d'apprentis de St Pierre. (1996) : *Commission Européenne / COI / Gret-Gopa / "Programme Régional Artisanat Touristique"*

## Formations pour l'accès aux marchés

- (32b) **Formations collectives pour des micro-entrepreneurs dans l'Eure** autour des thématiques : Positionner son entreprise pour être plus attractif, Réaliser un communiqué de presse efficace, Développer sa réputation sur internet, Concevoir les documents commerciaux essentiels aux métiers d'art, Comprendre ses marchés et identifier ses réseaux de distribution, Mieux promouvoir et vendre ses productions et services Métiers d'art, Établir ses prix de vente, Construire un argumentaire imparable pour ses produits (2019/20) : *CMA de l'Eure*.
- (31b) **Formations collectives pour des micro-entrepreneurs en Drome** autour des thématiques « Définir son projet d'emballage » et « Mieux accueillir le visiteur, le touriste dans son atelier » (2019/20) : *CMA de la Drome*
- (30b) **Formations collectives pour un public de femmes micro-entrepreneurs en Essonne** autour de la thématique « accès aux marchés visés » : optimiser sa participation aux salons, élaborer la scénographie de votre stand, mieux promouvoir et vendre ses productions et services métiers d'art, comprendre vos marchés et identifier vos réseaux de distribution, construire un argumentaire imparable pour mes produits, réaliser un communiqué de presse efficace. (2018/20) : *CMA de l'Essonne*
- (29b) **Formation collective pour les référents métiers d'art des CMA**, sur le thème « Mieux appréhender les spécificités du secteur et mieux accompagner les

professionnels dans leur démarche créative et commerciale». (2019) : *CRMA Centre Val de Loire*

- (28b) **Formations collectives pour un groupe d'artisans souhaitant développer une clientèle touristique dans l'Yonne**, sur le thème « Mieux accueillir le touriste dans son atelier ». (2018) : *CMAI Bourgogne, Franche-Comté*
- (27b) **Formations collectives pour un public de micro-entrepreneurs et d'artisans en Seine-et-Marne** autour des thématiques : préciser votre offre pour être plus visible, mieux accueillir le visiteur, le touriste dans son atelier, élaborer une scénographie pour votre stand, préparer sa participation aux salons, réaliser un communiqué de presse efficace, développer réputation Internet, mieux connaître ses marchés et s'y positionner, mieux vendre sa production et ses services, construire un argumentaire imparable, réaliser un communiqué de presse, établir des prix adaptés aux Métiers d'art. (2018) : *CMA de la Seine-et-Marne*
- (24b) **Formations collectives pour un public d'auto-entrepreneurs et d'artisans en Seine-Saint-Denis** sur les thématiques : établir des prix adaptés pour les métiers d'art, développer sa notoriété sur le Web , réaliser une scénographie pertinente et optimiser sa présence aux salons, mettre en place un réseau de vente à domicile, réaliser un communiqué de presse efficace, construire un argumentaire efficace, partager les bonnes pratiques (2015/17) : *CMA de la Seine St Denis*
- (23b) **Formations collectives auprès d'artisans en Aveyron** : Formations collectives, auprès d'artisans intervenant en zone rurale, sur les thèmes : travailler le design de ses créations - mieux connaître ses marchés et s'y positionner - préparer, optimiser sa participation aux salons professionnels. (2017) : *CMA de l'Aveyron*.
- (17b) **Formation auprès de dirigeant de scieries en Ardèche** sur le thème «Augmenter son rayon d'action et développer sa notoriété sur le Web». Les quatre thèmes développés : devenir plus attractif, augmenter son périmètre d'action, être plus visible, développer sa notoriété sur le net (2012) : *Fibois 07-26 Interprofession de la filière bois Drôme Ardèche*.
- (19b) **Formations collectives auprès d'artisans résidents et de jeunes créateurs à Paris** sur les thématiques : «Mieux Vendre sa production», «Créer un packaging», «Concevoir un produit». Les principaux points abordés : une offre réellement adaptée aux attentes de vos clients, une stratégie de commercialisation simple, des outils de communication efficaces. (2009/2013) : *Les Ateliers de Paris / Ville de Paris*.
- (18b) **Formations collectives auprès d'artisans d'art situés en Ariège** sur le thème « développer sa notoriété sur le Web» - Orientation des stagiaires selon leurs cibles, moyens et compétences. Suivi à distance sur 30 mois de la réalisation des outils pour chaque artisan (entretiens téléphoniques, Skype, mails, etc.) (2013) : *Chambre de Métiers et de l'Artisanat de l'Ariège / RIDER*.
- (12b) **Chargé de cours Marketing pour la licence professionnelle ECREMA**, management des organisations, spécialité « Entrepreneuriat, Création et Reprise d'Entreprise dans les Métiers d'Art » pour un public de jeunes créateurs, stylistes et designers ayant pour ambition d'éditer leurs propres créations. Objectif de de la licence : capacité à entreprendre (création ou reprise, nouveau projet) et à gérer au quotidien. (2009/2012) : *Université Paris-Est, Marne la vallée*.

## Coachings à l'atelier de l'artisan, associés à des formations collectives

- (22c) **Formations collectives et coaching auprès de plusieurs groupes d'artisans d'art en Morbihan** sur le thème «Mieux Vendre sa production» : Être visible avec ses moyens tant au niveau de l'aménagement de la boutique que de la communication, Les phases de l'entretien avec un client, Avoir une gamme de prix cohérente et pertinente. (2014/2015) : *CMA du Morbihan*.
- (15c) **Formations et appuis individuels auprès d'un groupe d'artisans d'art en Dordogne**. Action menée dans le cadre du programme régional Métiers d'Art : Formation collective « Mieux Vendre » (une «offre adaptée, une stratégie de commercialisation maîtrisée, des outils de communication pertinents). Les appuis conseil à l'atelier se sont traduits par une feuille de route élaborée avec l'artisan . (2010/2011) : *Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Dordogne Périgord*.
- (13c) **Formation et appui individuel « Ouvrir son atelier au public » en Midi-Pyrénées**. Action menée dans le cadre de la « Route de l'Artisanat et des Métiers d'Art de Midi-Pyrénées). Objectifs : ouvrir les ateliers des artisans à la population locale et à la population touristique afin de leur permettre de découvrir les savoir-faire. (2009/2010) : *Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat de Midi Pyrénées*.
- (10c) **Formation et appuis individuels auprès de 20 artisans d'art dans le Tarn** L'objectif : amener les artisans à augmenter leurs capacités à répondre aux besoins de leurs marchés cible. Les thématiques abordées : une «offre adaptée, une stratégie de commercialisation maîtrisée, des outils de communication pertinents) (2 sessions de formation). (2008/2009) : *Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Tarn*.
- (9c) **Formations collectives et appuis individuels auprès de trois groupes d'artisans d'art à Lodève** autour des thèmes : a/ Une «offre produit» adaptée; b/ Une stratégie de commercialisation maîtrisée ; c/ Des outils de communication pertinents. La démarche : une journée de formation collective et deux journées d'appui conseil individuel pour adapter les enseignements de la formation collective à la stratégie de l'entreprise (2007/2008) : *Pôle des métiers d'art du Lodévois*.
- (8c) **Formations collectives, suivies d'appuis conseil individuels auprès de 50 artisans d'art en région Centre** (100 journées d'appui/conseil). Objectif : Amener les artisans à augmenter leurs capacités à répondre aux besoins de leurs marchés cible. Thèmes abordés : a/ Une offre adaptée aux attentes de vos clients; b/ Une stratégie de commercialisation simple et maîtrisée ; c/ Des outils de communication efficaces. (2004/2005): *CRMAC (Chambre de Métiers et de l'artisanat du Centre)*.
- (6c) **Formations collectives et individuelles pour des artisans d'art du secteur touristique en région Centre**. Objectif : favoriser la création d'objets touristiques de qualité, porteurs d'une identité régionale ou locale, destinés à être commercialisés en priorité dans les boutiques des sites touristiques de la région Centre. La démarche : une journée de formation collective et deux journées d'appui conseil individuel dans l'entreprise de chacun des artisans (2003): (*CRMA du Centre*).

- (5c) **Formation de dirigeants d'entreprises du marché « Art de la table » en Aveyron** : Mise œuvre d'une méthode d'aide à la créativité. Mise en place des méthodes et outils de lancement de nouveaux produits avec des fonctions complémentaires aux produits existants. Ces recherches se sont traduites par la mise en place de maquettes formelles de nouveaux produits et de nouveaux emballages (2002): *CCI de l'Aveyron*
- (3c) **Formations collectives et conseils individuels en Aquitaine** pour "l'adaptation des productions artisanale au marché touristique". Les principaux points abordés : l'emballage des produits - la mise en application de la démarche de création - la recherche de produits dérivés - l'aménagement des lieux de vente et les moyens de présentation - l'analyse d'une stratégie de vente adaptée aux moyens et aux besoins. (2000): *Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat d'Aquitaine*.