



SEMAINE DE L'EMPLOI ET DE L'ENTREPRENEURIAT
en Terre de Provence Agglomération

Saisissez de **nouvelles opportunités**

Rencontrez des **experts**

Construisez votre **avenir professionnel**

Du 3 au 7 novembre 2025



Programme complet
travaillercestgagner.fr




LES 5 QUESTIONS À POSER

À un stagiaire en recherche dans l'artisanat

- **Qu'est-ce qui l'attire dans ce métier artisanal ?**
Permet de voir si la motivation vient d'une vraie passion (ex : travailler la matière, créer de ses mains) ou d'un choix par défaut.
- **As-tu déjà eu une expérience, même petite, dans ce domaine ?**
Ça peut être un stage d'observation, un bricolage perso, une activité scolaire. L'idée est de valoriser tout début de pratique.
- **Qu'aimerais-tu apprendre en priorité pendant ton stage ?**
Montre les attentes du jeune et aide à préparer des missions utiles.
- **Plutôt travail en équipe ou en autonomie : qu'est-ce qui te convient le mieux ?**
Permet de cerner le profil et d'adapter l'intégration (atelier collectif, tâches individuelles).
- **Comment te vois-tu dans 5 ans : artisan, salarié, chef d'entreprise ?**
Aide à détecter les ambitions et à nourrir un projet professionnel concret.

LES 5 QUESTIONS À POSER

À un artisan

- **Quelles qualités recherchez-vous chez un stagiaire ?**
Pour savoir si l'artisan valorise la motivation, la rigueur, la curiosité ou la technique.
- **À quoi ressemble une journée type dans votre atelier / sur vos chantiers ?**
Permet de se projeter et de comprendre le rythme du métier (horaires, variété des tâches).
- **Quels sont les principaux gestes ou savoir-faire que je pourrais apprendre chez vous ?**
Pour montrer son intérêt et identifier concrètement ce qu'on va acquérir.
- **Y a-t-il des perspectives d'évolution après un stage ou un apprentissage chez vous ?**
Bonne façon de sonder si l'artisan envisage un recrutement futur.
- **Qu'est-ce que vous aimez le plus dans votre métier ?**
Une question qui valorise l'artisan, crée une connexion humaine et transmet la passion du métier.

LA MAISON DE LA COM'

La Maison de la com' est une institution dédiée à la communication (Association loi 1901, animée par des professionnels) située aux Paluds de Noves (13) et dont l'action est régionale voir nationale. A ce titre, elle développe des solutions originales, des événements fédérateurs et des outils pédagogiques, à destination de tous les publics - pour sensibiliser, former, prévenir et informer des risques et des opportunités de la communication au XXIème siècle.

À VENIR

Mardi 4 novembre

- LA COMMUNICATION AUTOUR DE VOS RECRUTEMENTS
- LE RECRUTEMENT POUR LES ARTISANS ET LES PME

Inscription : contact@lamaisondelacommunication.com



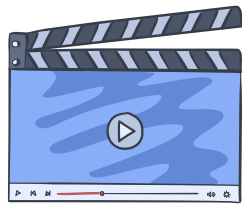
L'emploi et l'artisanat

IDÉES RÉELLES ET ORIGINALES

Attirer des demandeurs d'emploi, en sortant des méthodes classiques

Vidéo immersion sur TikTok ou Instagram

- **Principe** : montrer le métier en action, pas juste l'annonce d'emploi.
- **Exemple réel** : un boulanger publie « Une journée dans ma vie de boulanger » : du pétrissage à la cuisson, avec musique et texte accrocheur. Résultat : des dizaines de candidatures spontanées d'apprentis ou de saisonniers.
- **Impact** : le candidat voit le travail concret et peut se projeter dans le métier.



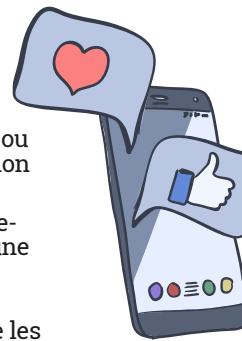
Job dating pratique / atelier sur site

- **Principe** : inviter les candidats à tester le métier sur 1 à 2 heures, comme un mini stage.
- **Exemple réel** : un coiffeur organise un atelier où les candidats coiffent des mannequins, pendant que le patron observe leur technique et leur attitude.
- **Impact** : le recruteur voit les compétences réelles, et le candidat comprend immédiatement si le métier lui correspond.



Communication événementielle / portes ouvertes

- **Principe** : organiser une visite de l'atelier ou du chantier, parfois couplée à un mini salon de l'emploi.
- **Exemple réel** : un menuisier ouvre son atelier pendant une demi-journée, propose une démonstration de travail du bois et rencontre les candidats.
- **Impact** : humanise l'entreprise et favorise les candidatures spontanées.



Micro-influence locale

- **Principe** : collaborer avec des influenceurs locaux ou des profils TikTok/Instagram pour parler du métier.
- **Exemple réel** : un jeune artisan coiffeur fait intervenir un étudiant influent de sa ville pour filmer une coupe ou un tutoriel. Les vidéos mettent en avant le métier et l'offre d'emploi.
- **Impact** : touche un public jeune, souvent sur les réseaux sociaux, qui ne fréquente pas les sites d'emploi classiques.

QUIZ

Vous êtes artisan

	Vrai	Faux
Un apprenti de moins de 18 ans ne peut pas travailler sur un chantier.	☐	☐
Les artisans doivent s'immatriculer à la Chambre de Métiers et de l'Artisanat.	☐	☐
Le CAP est le diplôme le plus courant pour débiter un métier artisanal.	☐	☐
Un artisan peut vendre ses produits en ligne sans formalité particulière.	☐	☐
La garantie décennale couvre certains travaux du bâtiment pendant 10 ans.	☐	☐
Le métier de boulanger est considéré comme un métier artisanal.	☐	☐
L'artisanat représente plus de 25 % de l'emploi en Provence-Alpes-Côte d'Azur.	☐	☐
Un chef d'entreprise artisanale doit obligatoirement avoir un diplôme supérieur.	☐	☐
Le mécénat d'entreprise est réservé aux grandes entreprises.	☐	☐
Un artisan peut embaucher en contrat d'apprentissage dès 16 ans.	☐	☐
Tous les métiers d'artisanat nécessitent un CAP.	☐	☐
Les artisans ne peuvent pas recruter sur TikTok.	☐	☐

Envoyez votre réponse à : contact@lamaisondelacommunication.com
Les 3 premières bonnes réponses gagneront une bouteille de Rasteau (partenaire de la Maison de la com').

SE DÉMARQUER ET OSER

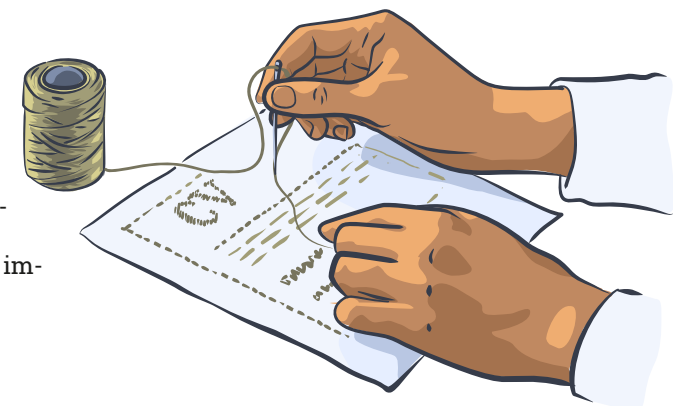
Trouver un job ou un contrat d'apprentissage

Créer un CV-objet en lien avec le métier

Exemple :

- Pour la menuiserie : CV gravé ou imprimé sur une fine planche de bois.
- Pour la couture : CV brodé sur un morceau de tissu.
- Pour la boulangerie : CV glissé dans un sachet à pain personnalisé.

Ça montre la créativité, le respect du savoir-faire et fait immédiatement parler de soi.



Faire un « CV Vidéo pratique » sur TikTok ou Instagram

Pas besoin de gros moyens :

- 30 secondes où le candidat se présente, montre ses mains en action (bricolage, dessin, cuisine, etc.), et explique pourquoi il veut apprendre.
- Partage avec un hashtag local (#ArtisanatNoves #Stage-Châteaurenard).

Les artisans apprécient le concret, et voir la motivation en vrai vaut plus qu'une lettre classique.

Offrir un « coup de main test »

- Aller voir un artisan et proposer 1h ou une ½ journée pour observer, aider, découvrir.
- Arriver avec ses propres gants, chaussures de sécurité ou carnet de notes, ça prouve qu'on est prêt.

Ça casse la barrière, permet de créer du lien et peut déboucher sur une vraie opportunité.



Pour qui ?
Élu - Entrepreneur
Demandeur d'emploi
Étudiant - Association

LE JOURNAL DE LA
COMMUNICATION
POUR TOUS

N°8 NOV. 2025
369 avenue de la République
13550 Paluds de Noves
Vaucluse - Bouches-du-Rhône - Gard



LA MAISON
DE LA COM'
lamaisondelacommunication.com

La gazette de la com



Terre
de Provence
agglomération

terredeprovence-agglo.com

DOSSIER SPÉCIAL (PAGES 2&3)

L'Artisan Communicant

Se faire connaître et reconnaître en 2025

En 2025, la maîtrise du temps dans la communication est plus cruciale que jamais, face à l'accélération des échanges et l'explosion des canaux digitaux. Les communicants jonglent avec des flux d'informations constants et des audiences exigeantes, réclamant instantanéité et pertinence. La gestion du temps devient un levier stratégique pour éviter la saturation, optimiser les ressources et se démarquer dans un environnement ultra-

concurrentiel. Savoir prioriser, automatiser et simplifier ses processus est indispensable pour libérer du temps, se concentrer sur l'essentiel et gagner en efficacité. À l'ère où la rapidité ne doit pas compromettre la qualité, le temps est devenu une véritable ressource à valoriser.

13 COMMUNES, 13 MÉTIERS

Un territoire qui crée, construit et façonne

Au cœur des Bouches-du-Rhône, Terre de Provence regroupe un ensemble de communes riches en patrimoine, en histoire et en créativité. Depuis des siècles, artisans et artisans d'art façonnent ce territoire. Leur savoir-faire, transmis de génération en génération, est une véritable richesse locale.

De la pierre au bois, du métal au textile, des métiers traditionnels au savoir-faire d'art, 13 activités artisanales se déploient sur nos 13 villages, témoignant de la vitalité et de la créativité du territoire.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Le GEO, le nouvel enjeu de visibilité pour les artisans

Les outils d'intelligence artificielle comme ChatGPT, Perplexity ou Bing Copilot deviennent de nouveaux moteurs de recherche.

Quand un client demande :

« Trouve-moi un menuisier près de Châteaurenard » ou « Quel artisan local fabrique des meubles sur mesure ? »

... L'IA cherche les informations les plus fiables et géolocalisées disponibles en ligne. C'est ce qu'on appelle le GEO, une évolution du référencement local, adaptée à l'ère de l'intelligence artificielle.

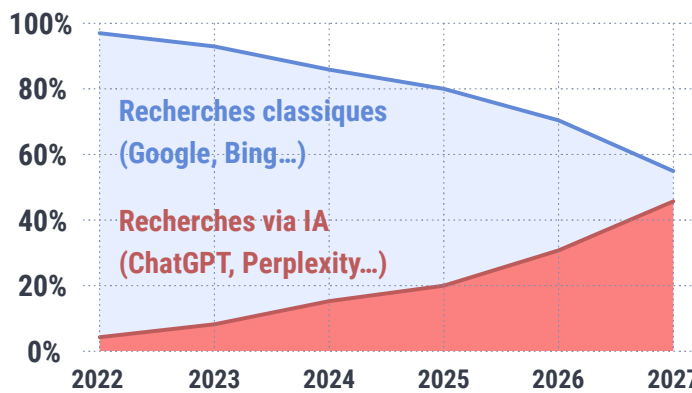
Les IA s'appuient sur des données publiques :

- votre fiche Google Business Profile,
- votre site internet
- vos avis clients
- vos réseaux sociaux
- les annuaires officiels (Chambre des Métiers, Pages Jaunes)

Si ces informations sont à jour et bien structurées, l'IA vous citera spontanément dans ses réponses. Sinon, vous resterez invisible, même si vous êtes à deux rues du client.



L'essor des recherches via l'intelligence artificielle (2022-2027)



FABRIQUÉ EN FRANCE / PROVENCE

Un atout pour se distinguer en 2025

Dans un monde de plus en plus globalisé, où les produits circulent rapidement et les consommateurs ont accès à des biens venus des quatre coins du globe, le Made in France et le Made in Provence prennent une importance nouvelle. En 2025, cette tendance traduit une recherche d'authenticité, de qualité et de proximité, mais aussi un désir de soutenir l'économie locale et les savoir-faire traditionnels.

Atouts pour l'artisan :

- **Différenciation** : se démarquer sur un marché saturé de produits mondialisés.
- **Crédibilité et confiance** : la mention Made in France est perçue comme un gage de qualité supérieure et de sérieux.
- **Marketing territorial** : le Made in Provence évoque le terroir, le patrimoine et un style de vie, rendant les produits immédiatement reconnaissables et désirables.
- Comment le valoriser ?
- Intégrer ces mentions dans les étiquettes, packaging et supports digitaux.
- Illustrer le savoir-faire avec photos, vidéos et storytelling sur les réseaux sociaux et le site web.
- Participer à des salons et événements locaux ou nationaux, pour montrer la qualité et l'authenticité de la production artisanale.

Astuce visuelle : associer le Made in Provence à des symboles emblématiques (lavande, oliviers, Alpilles, calades) pour renforcer immédiatement l'ancrage territorial.

TÉMOIGNAGE

Madame Toucan : l'art de broder l'originalité



À Noves, Madame Toucan transforme tissus et idées en créations uniques grâce à la broderie mécanique et à la personnalisation sur-mesure, pour particuliers et professionnels.

« Pour un artisan, communiquer son savoir-faire est aussi important que le réaliser. Chez Madame Toucan, chaque broderie est une occasion de montrer le métier et la technique. Grâce aux photos, vidéos et publications sur les réseaux, je peux raconter mon processus, partager mes conseils et créer un univers autour de mes créations. C'est ce mélange de pratique et de communication qui permet à mon atelier d'être reconnu et de toucher à la fois les particuliers et les professionnels. »

TERRE DE PROVENCE AGGLOMÉRATION

Le mot des élus



CORINNE CHABAUD
Présidente

Cette année, la gazette met l'accent sur l'artisanat. Elle sortira à l'occasion de la Semaine de l'emploi et de l'entrepreneuriat de Terre de Provence, moment privilégié de rencontre et de découverte, où se tissent des liens entre acteurs économiques, structures d'accompagnement, porteurs de projet, et demandeur d'emploi.

À travers nos visites régulières d'entreprises locales, nous mesurons la vitalité et la créativité de ces artisans qui contribuent à la dynamique de nos cœurs de ville et de nos zones d'activités. Trait d'union entre économie, culture et traditions locales, l'artisanat représente aussi un levier majeur d'attractivité touristique. Il reflète notre identité et participe au rayonnement de Terre de Provence.

L'agglomération s'attache à soutenir activement les projets qui favorisent la transmission, la modernisation et la promotion de ces métiers d'excellence. Ils sont une richesse pour notre territoire, un moteur d'avenir, et la preuve vivante que passion et économie peuvent aller de pair pour construire une prospérité durable et humaine.



PIERRE-HUBERT MARTIN
Vice-président délégué au développement économique

L'artisanat est un pilier essentiel de l'économie locale et du patrimoine culturel de Terre de Provence, qu'il convient de préserver et promouvoir.

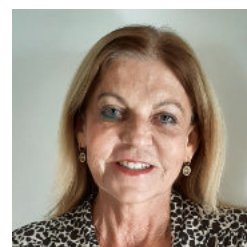
Aujourd'hui, nos artisans affrontent des défis cruciaux : la transmission des savoir-faire, la transition écolo-

gique, la réglementation complexe, ainsi que la nécessité de s'adapter à la transformation numérique.

Dans chaque atelier, au sein de nos villages et zones d'activités, ils innovent, forment, transmettent, participant ainsi à la vitalité de notre territoire. Pourtant, leur visibilité demeure un enjeu majeur. Il est impératif de valoriser leur talent, leur savoir-faire, souvent méconnus et sous-estimés.

Nous avons un rôle clé : soutenir leur croissance, promouvoir le "consommer local" et développer des aides et un accompagnement adaptés. C'est que nous mettons en œuvre pour renforcer l'image de marque de nos artisans, développer leur présence en ligne, soutenir des labels et distinctions, et organiser des événements qui les mettent en lumière.

L'artisanat incarne une économie de proximité, durable et humaine, essentielle pour l'attractivité et l'avenir de Terre de Provence.



JOSIANE HAAS-FALANGA
Vice-présidente déléguée à la communication

L'artisanat est une richesse vivante, qui façonne notre identité et transmet des savoir-faire uniques de génération en génération.

Dans un monde où la visibilité se gagne parfois en quelques secondes, il est essentiel de valoriser ces ta-

lents et de les accompagner dans leur communication.

Réseaux sociaux, outils numériques, labels et événements sont autant de leviers pour faire connaître leurs créations et toucher de nouveaux publics.

Mettre en lumière le travail de ces femmes et ces hommes passionnés, c'est renforcer la vitalité, l'attractivité et l'image de Terre de Provence, tout en rapprochant nos habitants de ceux qui font rayonner notre territoire.

LA CARTE-CADEAU « PETITSCOMMERCES »

La carte-cadeau Petitscommerces Terre de Provence permet aux commerçants d'augmenter leur chiffre d'affaires, d'attirer de nouveaux clients et d'augmenter leur visibilité sur Internet.



www.petitscommerces.fr/terredeprovence

■ SEO : L'ART DE SE FAIRE TROUVER SANS PAYER

Référencer au mieux votre site web

Le SEO permet à un artisan d'apparaître dans les premiers résultats Google quand un client cherche un service local. Bien choisi, chaque mot-clé attire des prospects qualifiés. C'est une vitrine invisible... mais puissante !

[BOULANGERIE / EYRAGUES]

Un objet bien choisi (utile, original ou porteur de sens) ravive la mémoire :

ACCUEIL

Titre SEO : Boulangerie artisanale à Eyragues – Pain au levain, viennoiseries maison

Texte : Depuis 3 générations, notre boulangerie à Eyragues perpétue la tradition du bon pain. Tous nos produits sont faits maison : pains au levain naturel, viennoiseries pur beurre, pâtisseries de saison et spécialités provençales. Une boulangerie de village qui conjugue savoir-faire artisanal et accueil chaleureux, 7j/7.

NOS PAINS

Titre SEO : Pains au levain, céréales, complet – Fabrication artisanale à Eyragues

Texte : Découvrez notre gamme de pains faits maison chaque nuit dans notre fournil d'Eyragues : pain de campagne, pain complet, baguette tradition, seigle, céréales ou encore pain aux olives. Tous réalisés à partir de farines françaises, sans additifs ni améliorants.

VIENNOISERIES & PÂTISSERIES

Titre SEO : Croissants, pains au chocolat, tartes maison – Boulangerie Eyragues.

Texte : Du croissant croustillant du matin à la tarte aux pommes de l'après-midi, notre vitrine change au fil des saisons. Tous nos produits sont pur beurre, faits maison chaque jour avec des ingrédients frais. Nos classiques : chausson aux pommes, tarte citron meringuée, pâte à chou maison.

■ FAIRE ÉCHO À L'HISTOIRE

L'art de transmettre

Apporter des éléments d'archives pour enraciner sa technique dans une tradition.

Les artisans ne créent pas seulement des objets : ils prolongent des gestes, des savoirs et des traditions parfois séculaires. Utiliser des éléments d'archives, vieilles affiches, gravures, cartes postales, photos d'ateliers d'autrefois ou extraits de journaux locaux, c'est ancrer votre travail dans une continuité. Ces documents donnent de la profondeur à votre image, montrent que votre métier s'inscrit dans une histoire collective, celle du territoire et du patrimoine.

Concrètement

■ Intégrez un visuel d'archive dans votre site ou vos publications pour illustrer la permanence du geste.

■ Créez une affiche ou une série de posts « Avant / Aujourd'hui », pour comparer les techniques d'hier et celles que vous perpétuez.

■ Exposez ces archives dans votre atelier ou sur un salon, pour susciter la curiosité et la fierté locale.

« Avant, je vendais mon pain au fournil. Maintenant, je le raconte aussi en ligne. Et les clients adorent connaître la recette derrière la croûte. »

■ FAITES LE TEST !

La photo, une histoire de confiance

Une bonne photo, c'est bien plus qu'une belle image. C'est souvent le premier contact entre l'artisan et son futur client. Elle donne envie, inspire la confiance, traduit le soin apporté au travail. Dans un monde où tout passe par le visuel : site web, réseaux sociaux, annuaires en ligne, une image de qualité devient un argument commercial à part entière.

Les clients potentiels veulent savoir à qui ils confient leur maison, leur projet ou leur produit. Une photo nette, bien



■ RACONTEZ VOTRE MÉTIER

Les bons mots trouvent les bons clients

Un artisan qui choisit bien ses mots raconte son métier avec clarté, passion et professionnalisme. Sur un site web, chaque mot compte pour optimiser votre référencement naturel sur Google (SEO) mais aussi pour convaincre à l'oral (pitch).

Exemple : Maçon à Verquières

10 mots SEO à ÉVITER (trop vagues ou inefficaces seuls)

- | | | |
|----------------|--------------|--------------|
| ✗ Maçon | ✗ Rénovation | ✗ Fondations |
| ✗ Artisan | ✗ Béton | ✗ Service |
| ✗ Travaux | ✗ Chantier | |
| ✗ Construction | ✗ Murs | |

Ces mots sont trop génériques ou trop concurrencés à l'échelle nationale. À Verquières, il faut jouer local et ciblé.

10 mots-clés à PRÉFÉRER pour un maçon à Verquières

- ✓ Artisan maçon Verquières
- ✓ Maçonnerie traditionnelle Verquières
- ✓ Construction de muret à Verquières
- ✓ Travaux de maçonnerie Verquières
- ✓ Rénovation maison Verquières
- ✓ Devis maçon Verquières
- ✓ Pose de dalle béton Verquières
- ✓ Création d'ouverture mur porteur Verquières
- ✓ Maçon pas cher Verquières et alentours

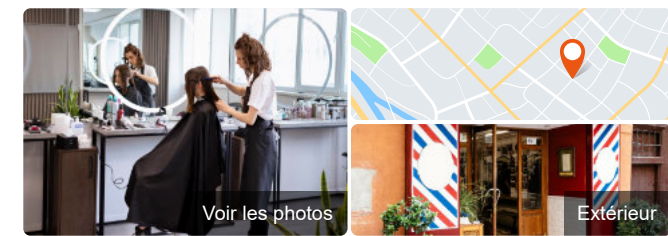
■ LA CLÉ DU RÉFÉRENCEMENT LOCAL

Votre fiche Google

La fiche Google est la vitrine numérique d'un artisan : elle permet d'être visible localement dès qu'un client cherche un pro près de chez lui. Bien renseignée, elle inspire confiance (avis, photos, horaires, services). C'est souvent le premier point de contact... avant même le site web !

Optimiser la fiche Google Business

- Mettre des mots-clés dans la description et les avis clients
- Ajouter des photos
- Répondre aux avis



Coiffure du Rhône
5.0 ★★★★★ 14 avis
Salon de coiffure mixte à Rognonas

- Site Web
- Itinéraire
- Avis
- Enregistrer

- Partager
- Appeler

Adresse : 369 avenue de la République 13870 Rognonas

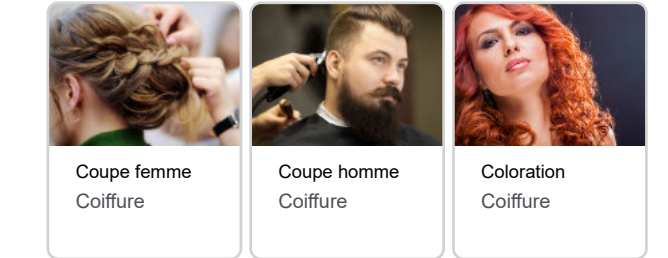
Téléphone : 06 06 06 06 06

Horaires : Fermé - Ouvre à 09:00 mer. ▼

[Suggérer une modification](#) - Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?

Rendez-vous : [coiffuredurhone.com](#) Fournisseurs

Produits Tout afficher



Google 5/5 14 avis

+ Ajouter un avis

m Marion Martin
Avis de Google
5/5 - il y a 3 mois
Première visite chez Coiffure du Rhône et sûrement pas la dernière ! Accueil chaleureux, ambiance détendue, et surtout une vraie écoute. ... [Plus](#)
Visité en avril

j Jérémy Bertolo
Avis de Google
5/5 - il y a 6 mois
Très bon salon à Rognonas, avec une équipe pro et sympa. Je suis venu pour une coupe homme + barbe, tout a été nickel du début à la fin. ... [Plus](#)
Visité en janvier

Afficher tous les avis

■ SÉDUISEZ PAR VOS MOTS !

L'art de se présenter

Quand on est artisan, on sait montrer son savoir-faire par la qualité de son travail. Mais à l'oral, face à un client, un partenaire ou lors d'un salon, il n'est pas toujours évident de trouver les bons mots. Pourtant, la manière dont vous présentez peut faire toute la différence.

Un bon exercice consiste à préparer un pitch simple et clair en trois temps :

- **Qui je suis :** votre prénom, votre métier, éventuellement votre ancrage local.
- **Ce que je fais :** votre spécialité, votre savoir-faire unique.
- **Ce que j'apporte :** l'avantage pour le client (gain de temps, produit durable, réalisation sur mesure, etc.).

Par exemple : « Je suis Lucie, céramiste à Châteaurenard. Je crée des pièces utilitaires et décoratives en terre locale. Mon travail permet à mes clients d'avoir des objets uniques, faits à la main, qui racontent une histoire. »

■ LA RÈGLE DE COM' DE L'ARTISAN – 20 MESURES À PRENDRE

Progresser à son rythme, mais ne jamais rester à zéro

N°	Action à prendre	Difficulté	Résultat attendu
1	Mettre à jour sa fiche Google Business	Très facile	Meilleure visibilité locale
2	Répondre aux avis clients	Très facile	Confiance + référencement
3	Choisir une belle photo de chantier et la publier sur Facebook	Facile	Montrer son savoir-faire
4	Ajouter ses horaires et services sur les annuaires pro (PagesJaunes, etc.)	Facile	Être trouvé facilement
5	Demander un avis client satisfait	Facile	Gagner en crédibilité
6	Se présenter en 2 phrases (bio pro ou pitch)	Moyenne	Avoir un message clair
7	Créer une signature mail avec ses réseaux / contact	Moyenne	Image pro + trafic
8	Choisir un slogan ou une phrase d'accroche	Moyenne	Marque + mémoire
9	Poster régulièrement 1 fois/semaine (avec un rappel)	Moyenne	Régularité = visibilité
10	Réaliser une courte vidéo « qui suis-je ? »	Moyenne	Humaniser l'entreprise
11	Créer une carte de visite ou flyer avec Canva	Assez avancé	Outil terrain efficace
12	Se fixer un calendrier de communication sur 3 mois	Assez avancé	Stratégie claire
13	Décliner ses visuels dans une charte simple	Assez avancé	Cohérence visuelle
14	Lancer un compte Instagram pro avec 9 publications	Assez avancé	Attirer une clientèle jeune
15	Envoyer un e-mail groupé à ses anciens clients	Assez avancé	Relance commerciale
16	Créer un site vitrine (ou le refaire)	Complexe	Visibilité et image
17	Publier une vidéo témoignage client	Complexe	Preuve sociale puissante
18	Faire une pub locale (Google ou Facebook Ads)	Complexe	Prospection ciblée
19	Participer à un salon pro ou marché local avec stand	Complexe	Notoriété + rencontres
20	Créer un reportage ou une mini série vidéo « dans l'atelier »	Complexe	Positionnement haut de gamme

- en toute autonomie !
- demandeur l'avis à un ami
- suivre une petite formation
- faire appel à un prestataire

■ DE L'ATELIER AUX REGARDS

Votre atout, vos mains



■ **Panneaux de chantier**
Utilisez vos chantiers comme vitrine : des panneaux visibles permettent de montrer votre travail en cours et d'attirer l'attention des passants.

■ **Flyers & cartes de visite**
Distribuez des flyers ou cartes de visite lors de vos rendez-vous, salons ou événements locaux pour rester présent dans l'esprit des prospects.

■ **Habillage du véhicule**
Transformez votre véhicule en outil de communication mobile : un logo ou visuel attractif fait connaître votre marque partout où vous allez.

■ **Sponsoring**
Participez à des événements locaux, sportifs ou culturels pour renforcer votre visibilité et associer votre image à des actions positives.

■ **Goodies**
Offrez des objets promotionnels utiles et qualitatifs : ils font parler de vous et prolongent le lien avec vos clients.



■ VALORISER SON SAVOIR-FAIRE

Miser sur les labels

Les labels comme « Meilleur Ouvrier de France » (MOF), ou d'autres distinctions professionnelles (Artisan d'art, Entreprise du Patrimoine Vivant, Label Rouge, etc.), sont de formidables leviers de communication pour les artisans.

Une preuve incontestable de compétence

Ils crédibilisent immédiatement l'artisan auprès des clients, sans avoir à le prouver soi-même.

■ Le label agit comme un garant externe de qualité, souvent mieux perçu qu'un simple discours marketing.

■ Il permet de se différencier fortement dans un marché très concurrentiel.

Un puissant levier d'image de marque

■ Le titre MOF ou un label reconnu inspire prestige, excellence et tradition.

■ Il valorise non seulement l'individu, mais aussi toute l'entreprise autour de lui.

■ Il devient un élément central de l'identité de communication (logo, site, packaging, réseaux...).

■ Un effet de levier médiatique

■ Les titres comme MOF ouvrent souvent la porte à des reportages, interviews, mentions dans des classements ou salons.

■ Ils augmentent la visibilité spontanée (on parle de vous, vous devenez une référence).

Un effet de levier médiatique

■ Les titres comme MOF ouvrent souvent la porte à des reportages, interviews, mentions dans des classements ou salons.

■ Ils augmentent la visibilité spontanée (on parle de vous, vous devenez une référence).

■ FAIRE PARLER LE GESTE

Artisanat d'art

La communication pour l'artisanat d'art doit refléter le savoir-faire, l'authenticité, la singularité et la valeur humaine du travail artisanal. Elle doit raconter une histoire, mettre en avant le geste, la matière, le temps et l'émotion.

Quelques techniques

■ **Slow marketing** : valoriser la patience, le temps long, la rareté.

■ **Communication sensorielle** : faire ressentir la texture, la chaleur du bois, l'odeur du cuir par les mots et les visuels.

■ **Micro-influence / bouche-à-oreille** : collaborations avec des influenceurs sensibles aux savoir-faire d'art.

■ **Storytelling de l'objet** : donner un nom, raconter son origine, sa création.

Ligne éditoriale à privilégier

■ **L'humain avant tout** : portrait de l'artisan, de ses inspirations, de son parcours.

■ **La mise en scène du geste** : photos/vidéos des mains à l'ouvrage, du processus de création.

■ **Le respect de la matière** : focus sur les matériaux utilisés, leur provenance, leur transformation.

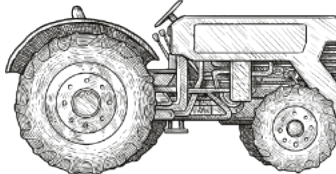
■ **L'objet unique** : ce qui rend chaque création exceptionnelle, le sur-mesure, la pièce rare.

■ **L'ancrage local / culturel** : le lien au territoire, aux traditions, aux savoir-faire français.



■ TRACER SON IMAGE

Quand le dessin fait la différence



Dans l'artisanat, le dessin dépasse largement le simple rôle de croquis préparatoire. Il devient un véritable langage visuel capable de transmettre ce que les mots seuls ne sauraient exprimer : la finesse d'un geste, la précision d'une technique, l'harmonie d'une forme ou l'originalité d'un projet. Un artisan qui utilise le dessin dans sa communication gagne en clarté et en impact. Cela peut prendre différentes formes :

■ un logo inspiré d'un tracé manuel qui devient l'emblème de son identité

■ une illustration sur un site web ou sur les réseaux sociaux pour expliquer ses techniques ou ses réalisations

■ une fresque ou un croquis sur un stand lors d'un salon ou d'un événement pour attirer le regard et marquer les esprits

Le dessin permet de raconter visuellement une histoire, de guider le regard et de créer une identité forte et reconnaissable. Il apporte également une dimension humaine et artisanale que les images génériques ou les photos seules ne peuvent transmettre.