*« DOPS  JEMA»*

Éléments de correction

Relevé des compétences évaluées dans le sujet

**Première partie**

* **Diagnostic**

Finalité *F3*

 Compétences :

* *Déceler un problème ou un besoin,*
* *Apprécier les enjeux*
* *Identifier les contraintes et les opportunités.*
* **Proposition de solutions**

Finalités *F2, F3, F4*

 Compétences :

* *Rechercher des solutions ;*
* *Analyser et argumenter les solutions ;*
* *Participer à l’évolution du système d’information ;*
* *Identifier les sources d’informations ;*
* *Optimiser la circulation de l’information ;*
* *Coordonner les activités ;*
* *Gérer les données partagées ;*
* *Planifier les activités ;*
* **Annexes**

Finalité *F3*

Compétences :

* *Rechercher les causes d’un dysfonctionnement ;*
* *Synthétiser l’information ;*
* *Interpréter les résultats ;*
* *Apprécier les enjeux ;*

**Deuxième partie**

* **Question 1**

Finalité *F2*

 Compétence :

* *Participer à l’évolution du système d’information ;*
* **Question 2**

Finalité *F3*

 Compétence :

* *Évaluer les coûts ;*

 *« JEMA »* : Éléments de corrigé

**1ère Partie : DIAGNOSTIC OPÉRATIONNEL**

*Compétences évaluées au cours de cette partie*

* *Déceler un problème ou un besoin,*
* *Apprécier les enjeux,*
* *Identifier les contraintes et les opportunités*

**Introduction du rapport** : Présentation de la situation, problématique, annonce du plan

**I/ DIAGNOSTIC**

**A/ Les dysfonctionnements constatés**

Essoufflement de la manifestation, diminution de la participation, baisse d’intérêt, besoin d’amélioration après constats des problèmes.

* visiteurs et professionnels participants en baisse (cf. données chiffrées : - 4,45 % pour les visiteurs en 2017 par rapport à 2016 ; presque 5 % pour les exposants)
* participants moins motivés (taux de satisfaction en baisse : seulement ¾ des professionnels participants sont satisfaits des JEMA ; ils étaient 88 % en 2016)
* forte baisse d’intérêt chez les visiteurs (2/3 seulement ont aimé les JEMA 2017 et un peu plus de la moitié seulement dit souhaiter y participer en 2018)
* disparités selon les secteurs : seulement 2 secteurs sur 5 enregistrent une progression des professionnels participants et des visiteurs, avec une réelle progression seulement en Ile de France (+ 17 % et + 10 % respectivement)
* cible de la jeunesse non atteinte (remarques qui revient dans les différents bilans obtenus)

**B/ L’analyse des causes**

1. LIÉES À LA COMMUNICATION SUR L’ÉVÉNEMENT
* Les supports : peu de radio / TV / faible présence sur internet ; peu de visibilité au niveau local (affichage, articles dans la presse) or budget important consacré à la communication (près de la moitié du budget global : 45,66 %)
* Le contenu : JEMA non présentées dans un ensemble national / européen ; confusion avec d’autres manifestations proches et mieux couvertes au niveau médiatique (journées du patrimoine)
1. LIÉES AUX EXPOSANTS DES JEMA
* population très hétérogène (difficile pour l’INMA d’assurer un accompagnement homogène sur l’ensemble des territoires),
* les exposants sont centrés en priorité sur leur travail et leur création (peu sensibilisés à la communication et à l’accueil des visiteurs),
* disponibilité pour les visiteurs parfois insuffisante,
* manque d’informations sur les formations actuelles, les diplômes,
* coûts d’organisation et de communication impossibles à assumer pour les artisans,
* difficulté à obtenir les éléments de communication (plaquette, annuaire...).
1. LIÉES AU PUBLIC
* difficulté à trouver l’information sur les JEMA,
* pas assez de jeunes pour répondre à l’enjeu économique (transmission d’un savoir),
* profils : séniors, couples avec de très jeunes enfants (demandeurs d’activités ludiques) ou visiteurs déjà sensibles aux métiers de l’art.
1. LIÉES A L’ORGANISATION
* Pas d’accès extranet pour les chambres de métiers,
* Communication insuffisante et trop ponctuelle vis-à-vis de certaines chambres de métiers,
* Répartition des tâches imprécise et confuse,
* Absence de travail collaboratif,
* Manque de suivi de l’avancement du projet et de ses retombées.

**C/ Le cadre de l’action**

*Importance de bien cerner le contexte (contraintes/enjeux/opportunités/objectifs) avant d’envisager toute proposition d’amélioration – Ces éléments ne feront pas obligatoirement l’objet d’une partie à part entière.*

1. **Les contraintes**
* Budgétaires : budget élevé (pas d’augmentation prévue) mais besoins importants car accès libre pour le public (gratuité des visites et des animations),
* D’organisation : présence sur l’ensemble du territoire national (distance et disparités d’implication selon les chambres de métiers) ; disparités des moyens selon les régions, selon la localisation des événements et en fonction des publics visés.
1. **Les opportunités**
* Contexte culturel favorable (métiers d’art, entreprenariat),
* Perspectives d’emploi ou de formation en alternance ou par apprentissage (activités décentralisées, activités manuelles, peu délocalisables),
* Soutien de trois ministères.
1. **Les enjeux**
* Pour l’INMA : la pérennité et le développement de l’événement afin de répondre à sa mission,
* Sur les plans social, économique et culturel : développement de la création d’entreprise, de l’emploi, de la formation ; préservation du patrimoine culturel et économique.
1. **Les objectifs**
* Une couverture nationale plus homogène,
* Une représentation de la diversité des métiers représentés,
* Une information anticipée,
* Une amélioration de la satisfaction des exposants / des artistes / du public.

**2ème Partie : PROPOSITION DE SOLUTIONS**

*Compétences évaluées au cours de cette partie*

* *Rechercher des solutions ;*
* *Analyser et argumenter les solutions ;*
* *Participer à l’évolution du système d’information ;*
* *Identifier les sources d’informations ;*
* *Optimiser la circulation de l’information ;*
* *Coordonner les activités ;*
* *Gérer les données partagées ;*
* *Promouvoir les modifications au processus de travail ;*
* *Planifier les activités ;*
1. **Mieux communiquer avant et pendant l’événement**
	1. **Création d’une rubrique JEMA sur le site web de l’IMNA**

**Intérêt** : créer du lien ; faciliter les inscriptions et la transmission de conseils ; améliorer l’information sur la programmation et les lieux de visite (disposer d’un moteur de recherche des manifestations par métier et par région et département) ; faciliter les retours d’expériences ; mettre à disposition des participants les éléments de communication.

* 1. **Création d’une page Facebook, d’un fils Twitter voire d’un compte Instagram**

**Intérêt** : Outils de visibilité, d’échanges et d’information sur les JEMA

Espaces d’information et d’expression pour tous sur l’événement, publication de photos sur les artistes et leurs réalisations (Facebook, Instagram).

* 1. **Développer la communication locale** : presse quotidienne, affichage local avec reconnaissance visuelle identique sur l’ensemble du territoire, affichage devant les ateliers d’artisans et les sites ouverts pour les JEMA.
	2. **Désignation de coordonnateurs au sein des chambres de métiers**

**Intérêt** : présence locale pour une meilleure connaissance des activités et des besoins, proximité avec les artisans des métiers d’art et les organismes de formation.

**Modalités**: coordonnateurs choisis au sein des chambres de métiers en étroite relation avec l’INMA pour la préparation et l’organisation des JEMA, mission de coordination et de diffusion des informations sur les journées européennes des métiers d’art.

* 1. **Création d’un événement national de lancement des JEMA**

**Intérêt**: donner une envergure nationale à l’évènement et communiquer par voie de presse, radio et télévision sur le démarrage des JEMA.

**Modalités** : à définir : choix du lieu, définition d’un programme (remise de prix ou lancement d’un concours par exemple).

* 1. **Mise en place d’un groupe de réflexion et d’outils de suivi sur l’utilisation du budget de communication**

**Intérêt** : budget très élevé qui semble mal orienté ou dépenses insuffisamment contrôlées, mettre l’accent sur les meilleurs moyens de communication les plus efficaces.

**Modalités :** mettre en place à l’INMA au sein du service des événements un tableau de bord avec suivi des dépenses et mesure de l’efficacité (réflexion à mener sur les indicateurs à mettre en place).

1. **Améliorer le suivi et le bilan des JEMA**

**Intérêt** : Mieux évaluer ; collecter les retours (public et artisans), mettre en place des indicateurs d’évaluation.

**Modalités :**

* **Production d’un bilan sur l’organisation et la fréquentation du public (tableau de bord)**
* **Diffuser un questionnaire aux coordonnateurs des chambres de métiers** afin de recueillir les difficultés rencontrées, des avis ou des conseils pour la prochaine édition.
* **Adresser à l’ensemble des participants aux Journées européennes des métiers d’Art** **un questionnaire** (e-mailing avec questionnaire en ligne) afin de déterminer les difficultés auxquelles les artisans d’art ont été confrontés, leur opinion sur la manifestation et son organisation ainsi que leur(s) proposition(s) pour la prochaine édition.
* Réaliser **une enquête d’opinion** afin de déterminer la notoriété de la manifestation auprès du public venu visiter les ateliers ou les différents lieux d’ouverture à l’occasion des Journées.

Ces différents documents permettront à l’INMA d’effectuer une synthèse qui sera diffusée à l’ensemble des acteurs métiers d’art. Cet outil permettra de proposer les points d’amélioration pour la prochaine édition des journées européennes des métiers d’art.

* Sur le long terme : observer plus particulièrement l’évolution de l’orientation des jeunes vers les métiers d’art et mener des actions en fonction des besoins et des perspectives économiques.
1. **Développer le caractère pédagogique de l’évènement**
* Sur le site *web* de l’INMA, créer un espace pédagogique dans la rubrique des JEMA : présentation des métiers d’art et des formations associées, possibilité de télécharger un kit pédagogique pour sensibiliser les jeunes aux métiers d’art.
* Envisager la possibilité de demander localement l’assistance de professionnels de l’animation ou de la formation pour les artisans qui le souhaitent.
* Ouverture des établissements scolaires aux professionnels des métiers d’art aux moments clés de l’orientation.
1. **Mieux planifier la gestion du projet**

**Intérêt** : améliorer l’organisation de la préparation de l’événement, mieux répartir les tâches, suivre le déroulement des tâches et le respect des délais.

**Modalités** : mettre en place et suivre un processus « organisation des JEMA » en identifiant précisément tous les acteurs et les flux d’information, utiliser un logiciel de gestion de projet ou un planning des tâches (rétro planning) partagé sur une plateforme collaborative (accès autorisé aux coordonnateurs).

1. **Rechercher de nouveaux financements**

Les métiers d’art se prêtent bien à du financement par mécénat, l’équipe des JEMA pourrait ainsi réfléchir et prospecter des entreprises ou des organismes susceptibles de dégager des moyens pour promouvoir et communiquer sur l’événement.

**Conclure** sur la mise en place des actions prioritaires à mettre en œuvre.

**Annexes au rapport**

**Annexe 1 – Analyse de l’évolution de la fréquentation des JEMA**

*Compétences utilisées*

* *Utiliser les fonctionnalités de calcul et de présentation des données*
* *Interpréter les résultats*

Il s’agit ici de mettre en évidence par des taux d’évolution la diminution du nombre d’exposants et du nombre de visiteurs lors des JEMA 2017

*L’objectif est que le candidat montre sa capacité à calculer un taux d’évolution. Il devra faire une analyse globale à partir des totaux.*

***Évolution de la participation des professionnels et du public***

*Synthèse des constats issus des retours établis par les chambres de métiers et de l’artisanat.*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Secteurs*** | ***2016*** | ***2017*** | ***Taux d’évolution %*** |
| ***Nombre d’exposants*** | ***Nombre de visiteurs*** | ***NB d’exposants*** | ***NB de visiteurs*** | ***Exposants*** | ***Visiteurs*** |
| Nord-Est | 706 | 7 600 | 565 | 5 600  | ***-19,97*** | ***-26,31*** |
| Nord-Ouest | 1 504 | 18 650 | 1 223 | 17 005  | ***-18,68*** | ***-8,82*** |
| Sud-Est | 1 542 | 77 950 | 1 326 | 71 840  | ***-14*** | ***-7,83*** |
| Sud-Ouest | 474 | 18 000 | 502 | 18 700 | ***5,9*** | ***3,88*** |
| Ile de France | 1 800 | 25 000 | 2 100 |  27 500  | ***17*** | ***10*** |
| **TOTAL** | **6 026** | **147 200** | **5 716** | **140 645** | ***-5,14*** | ***-4,45*** |

|  |  |
| --- | --- |
| **Annexe 2 – Importance du budget communication**  | **Annexe 3 – Satisfaction globale** |
|

|  |  |
| --- | --- |
| **Communication nationale** | **430 815**  |
| *impression et diffusion* | *113 785*  |
| *affichage relations presse* | *317 030*  |
| **Communication régionale** | **402 888**  |
| *impression et diffusion* | *99 467*  |
| *affichage relations presse* |  *303 421*  |
| **Echanges, média** | **308 000**  |
| **Budget communication** | **1 141 703**  |
|  |  |
| **budget global**  | **2 500 000**  |
| **Part du budget consacré à la communication : 45,66%** |

 |  |

Remarques : l’ensemble des tableaux et graphiques n’est pas exigé, la variété des représentations et de la présentation des calculs sera recherchée..

**DEUXIÈME PARTIE**

**Question 1 – Arborescence de la future sous rubrique EPV**

**Question 2 – Rentabilité de la Maison des métiers d’art**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Chiffre d’affaires** | 380 X 500 (52x10) | **190 000** | **100 %** |
| **Charges variables** |  |  |  |
| Achats | 100% de 70 312 | 70 312 |  |
| Autres charges et charges externes | 20% de 28 440 | 5 688 |  |
| **Total charges variables** |  | **76 000** | **40 %** |
| **MARGE SUR charges variables** |  | **114 000** | **60 %** |
| **Charges fixes** |  |  |  |
| Autres charges et charges externes | 80% de 28 440 | 22 752 |  |
| Salaires et charges sociales | 100 % de 34 000 | 34 000 |  |
| Dotations aux amortissements | 100% de 4 800 | 4 800 |  |
| **Total charges fixes**  |  | **61 552** |  |
| **Résultat**  |  | **52 448** |  |

Avec une participation forfaitaire de 380 € et un fonctionnement continu pour 10 exposants hebdomadaire, le projet est rentable (résultat 52 448 €)

**Seuil de rentabilité = charges fixes / taux de marge sur coût variable**

En valeur : 61 552 / 0,6 = 102 586.67 €

**Commentaires** : Le projet de création de la Maison des métiers d’art sera rentable dès que le chiffre d’affaires atteindra 102 586,67 €, soit 270 exposants par an (1).

1. 102 586,67 / 380 = 269,96