



MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE
DES FINANCES
ET DE L'EMPLOI



LE LABEL

« ENTREPRISES DU PATRIMOINE VIVANT »

PROMOUVOIR LES SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS

SUR LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

Au sein du tissu des petites et moyennes entreprises françaises existe un large ensemble de savoir-faire artisanaux et techniques d'excellence, qui sont souvent transmis de génération en génération au sein d'entreprises étroitement liées à l'histoire de leur région.

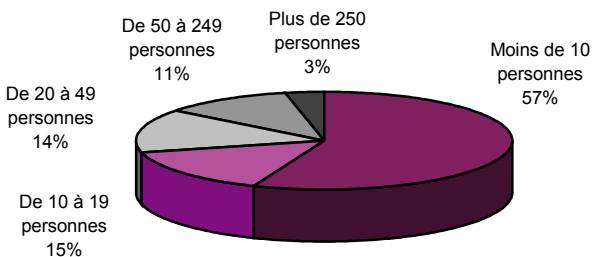
Les pouvoirs publics ont souhaité, par le label « Entreprise du Patrimoine Vivant », conforter et développer ces petites et moyennes entreprises singulières, reconnues pour l'excellence de leur activité et fondatrices de l'identité économique et culturelle des territoires. Ce dispositif, créé par la loi du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises, vise à promouvoir le développement des entreprises détenant un « patrimoine économique, composé en particulier d'un savoir-faire rare renommé ou ancestral, reposant sur la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité et circonscrit à un territoire ». Opérationnel depuis la fin mai 2006, le label, qui constitue un véritable certificat de reconnaissance du savoir-faire des entreprises les plus pointus dans leur domaine, élargit progressivement son audience dans tous les secteurs d'activité : à ce jour, plus de 900 candidatures ont été enregistrées et près de 500 entreprises ont été labellisées..

UNE MÊME MARQUE DE RECONNAISSANCE

Toutes les entreprises de production, de transformation, de réparation et de restauration du patrimoine peuvent se voir décerner le label, sans restriction de chiffre d'affaires ou d'effectif, dès lors qu'elles sont inscrites au Répertoire des Métiers ou au Registre du Commerce et des Sociétés (la seule restriction apportée par le décret n° 2006-595 du 23 mai 2006 relatif à l'attribution du label « Entreprise du Patrimoine Vivant » concerne les entreprises du secteur agro-alimentaire bénéficiant ou susceptibles de bénéficier d'un label de qualité agro-alimentaire).

Les entreprises aujourd'hui labellisées sont donc représentatives de la diversité du tissu productif français et de toutes tailles (la plus petite compte un salarié, la plus importante 2 500). L'emploi en jeu est important. Si l'on constate une prépondérance de petites structures de moins de 20 salariés (ces dernières représentent 72% des entreprises labellisées), les « Entreprises du Patrimoine Vivant » totalisent à ce jour plus de 22.000 emplois.

Taille des Entreprises du Patrimoine Vivant



Diverses en taille, les Entreprises du Patrimoine Vivant se distinguent également par la variété de leurs métiers. Le label a en effet été attribué à des entreprises de tous secteurs, que l'activité relève des métiers d'art ou bien de savoir-faire techniques industriels complexes. Les « univers-marchés » les plus représentés sont ceux de la décoration intérieure et des arts de la table, de la restauration du patrimoine, de la mode, mais des candidatures ont également été enregistrées dans des univers aussi différents que les arts graphiques, le textile, la construction et la réparation navales, le machinisme agricole, la mécanique de précision... Le vivier d'entreprises labellisables reste donc très important, ainsi que le montre le département de

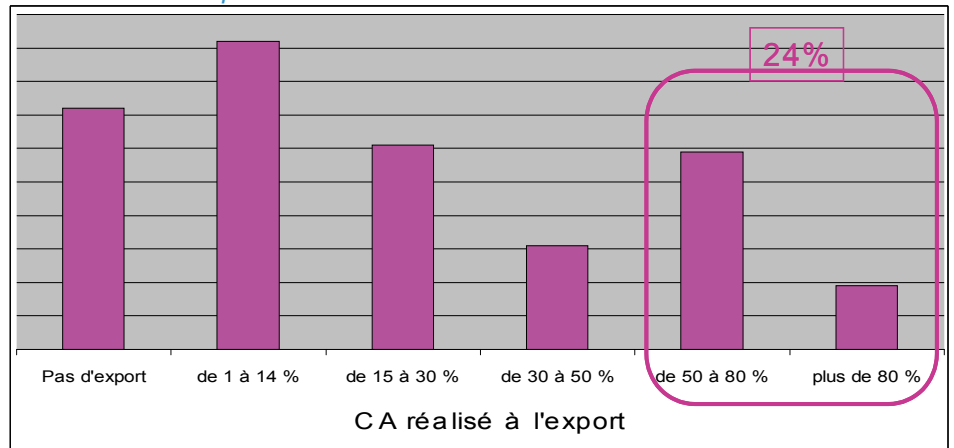
UN ENJEU FORT DE DÉVELOPPEMENT SUR LES MARCHÉS INTERNATIONAUX

Les quelque 500 entreprises labellisées à ce jour constituent de fait un réseau d'excellence de la production française, le label étant une référence pour les clients et prescripteurs recherchant des prestataires reconnus pour leur respect du métier et leur aptitude à l'exception. Pour autant, ces entreprises sont fragiles. Activités de main d'œuvre très qualifiée, elles sont en effet positionnées sur des marchés de niche, souvent haut de gamme ou de luxe. Pour beaucoup d'entre elles, la présence sur les marchés internationaux est une condition de survie. La moitié des entreprises labellisées sont ainsi des exportateurs confirmés et réalisent plus de 15% de leur chiffre d'affaires sur les marchés internationaux (pour un quart, c'est plus de la moitié du chiffre d'affaires qui dépend de l'exportation).

QUELS AVANTAGES POUR LES ENTREPRISES ?

Le label est avant tout sollicité comme marque de reconnaissance et comme outil de communication. La plupart des entreprises le valorisent d'ailleurs auprès de leurs clients et fournisseurs. Le ministère s'efforce également de développer la notoriété de ce jeune dispositif auprès des acteurs économiques territoriaux, de la presse, mais aussi des grands réseaux de prescripteurs.

Au-delà, le label se veut également un appui opérationnel au développement des entreprises concernées. Le premier objectif est de multiplier les opportunités d'affaires, notamment sur les marchés internationaux. Pour ce faire, des actions collectives sont organisées sur des marchés ciblés, notamment dans des salons d'envergure internationale. Un site internet bilingue a également été créé pour faciliter leur médiatisation. Les entreprises labellisées bénéficient également de deux crédits d'impôts majorés : un crédit d'impôt apprentissage destiné à favoriser la transmission des savoir-faire d'une part ; un crédit d'impôt création de 15% des dépenses de conception de nouveaux produits, visant à développer la créativité des entreprises d'autre part.



Les entreprises labellisées sont parallèlement incitées fortement à intégrer un réseau d'entreprises haut de gamme, concernées par des problématiques similaires. La plupart doivent mettre en place des stratégies commerciales à l'échelle internationale, sur des marchés pointus, et souvent avec des ressources internes limitées. L'investissement commercial est d'ailleurs souvent très lourd pour ces entreprises.

En raison de leur ancienneté, certaines ont également des contraintes de modernisation complexes à gérer. Enfin, un autre enjeu majeur reste la collecte de leur savoir-faire, rare, parfois unique et souvent non accessible par les voies de formation habituelles. Au-delà de la problématique de transmission du savoir-faire, l'intérêt de formaliser les savoir-faire est aussi économique, dans la mesure où il s'agit d'un élément de valorisation de l'entreprise.

COMMENT OBTENIR LE LABEL ?

Le label « Entreprise du Patrimoine Vivant » est attribué pour cinq ans. La candidature peut être présentée à tout moment de l'année.

Les candidatures sont déposées par les entreprises auprès de l'Institut Supérieur des Métiers, qui a été chargé d'assurer le secrétariat du dispositif et l'instruction des dossiers.

Une consultation est réalisée dans ce cadre auprès des services de l'Etat en région, des chambres consulaires et de la Société d'Encouragement aux Métiers d'Art pour les activités relevant des métiers d'art. Les candidatures sont ensuite examinées par une Commission Nationale composée d'une vingtaine de représentants ministériels, professionnels et de personnalités qualifiées.

Cet examen minutieux est conduit au regard des seuls critères d'éligibilité définis par décret (voir ci-

dessous), critères qui dépassent largement la notion de compétence et de qualité professionnelle. C'est pourquoi, en moyenne, seules 57% des candidatures ont été suivies d'une labellisation. La décision est prise par le Secrétaire d'Etat chargé du commerce, de l'artisanat, des PME, du Tourisme et des services.

Le label est attribué pour 5 ans, et son renouvellement doit donner lieu à une nouvelle candidature.

Pour bénéficier du label, les entreprises doivent répondre à au moins un critère dans chacune des trois catégories suivantes :

1. Critères indiquant la détention d'un patrimoine économique spécifique :

L'entreprise possède des équipements, outillages, machines, modèles, documentations techniques rares.

Ou

L'entreprise détient des droits de propriété intellectuelle liés à ses produits, à ses services ou à ses équipements de production.

Ou

L'entreprise est titulaire d'un nom ou d'une marque notoire, au moins au plan régional, qui peut se traduire par un réseau de clientèle spécifique.

2. Critères indiquant la détention d'un savoir-faire rare reposant sur la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité :

L'entreprise détient, exclusivement ou avec un petit nombre d'entreprises, un savoir-faire indiscutable et notoire au plan local, national ou international .

Ou

L'entreprise détient un savoir-faire qui n'est pas accessible par les voies de formation normales mais par celles dispensées par l'entreprise elle-même.

Ou

L'entreprise emploie un ou des salariés détenant un savoir-faire exigeant une très longue formation, difficiles à recruter ou à former.

3. Critères indiquant la notoriété ou l'ancienneté de l'implantation géographique de l'entreprise :

La renommée de l'entreprise tient à une dimension culturelle ou ancestrale, locale, nationale ou internationale qui peut aussi être liée à la valeur historique ou architecturale de ses locaux, de ses équipements de production ou à la nature des produits ou des services qu'elle propose à la vente.

Ou

Les produits sont fabriqués ou restaurés à raison de procédés de fabrication spéciaux, loyaux et constants, consacrés par les usages locaux, ou à partir d'un outillage ou des machines conçus spécifiquement dans la zone de notoriété

Pour en savoir plus :

Site : www.patrimoine-vivant.com

Secrétariat de la Commission Nationale des Entreprises du Patrimoine Vivant –

Institut Supérieur des Métiers - 28/30 rue des Peupliers -75013 Paris –

Tel : 01.44.16.80.40 – Fax : 01.44.16.80.69 - contact@patrimoine-vivant.com