



contrat de la mandature

2021-2026



Chambre
de **Métiers**
et de l' **Artisanat**

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

edito



Yannick
Mazette

Je suis satisfait de pouvoir vous communiquer ce contrat de mandature car il exprime la volonté et l'ambition d'un collectif : celui de l'ensemble des 150 élus de la CMA Provence-Alpes-Côte d'Azur. Après un audit externe, un séminaire de réflexion et un Congrès durant lequel nous avons élaboré une nouvelle stratégie pour les années à venir.

Ce contrat nous l'avons voulu autour de six axes (la Gouvernance, l'Influence Institutionnelle, les Ressources, les Territoires, les Entreprises, la Formation, l'Emploi et l'Orientation) qui seront portés par nos 6 Présidents de Chambre de Niveau Départemental.

Il est primordial car nous sommes à un moment important de notre histoire. Nous devons transformer notre institution pour finaliser la régionalisation entamée en 2015 tout en nous adaptant aux enjeux actuels et notamment aux évolutions réglementaires qui ont bouleversé nos missions.

Ce qui fait la force et la réussite de ce contrat de mandature, c'est d'avoir réuni tous les élus et les agents autour d'une même vision, d'une même ambition et de valeurs partagées comme ce fut le cas à l'occasion de la Convention qui a rassemblé les 1 000 agents que compte notre établissement.

Nous avons aujourd'hui une perspective et un horizon commun pour la Chambre de Métiers et d'Artisanat de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Yannick
Mazette



sommaire

axe 1

axe 2

axe 3

axe 4

axe 5

axe 6

axe 1 : Gouvernance

Ambition : Porter collectivement un projet régional



La vague de régionalisation du réseau CMA a imposé de revoir notre gouvernance dans un souci d'efficacité territoriale ; la finaliser est la condition sine qua non de notre rayonnement sur tout le territoire régional.

Pour ce faire, nous avons opté pour une stratégie commune d'actions et de partenariats au niveau territorial appuyée par une professionnalisation des élus (65% de nouveaux élus sur la mandature 2021-2026). Cohésion, valeurs et modes de fonctionnement communs seront nos meilleurs atouts pour porter collectivement un projet régional qui veillera scrupuleusement à impliquer, à leur échelle, l'ensemble des élus.



*Gilles
Dutto*

150 élus engagés et 1 000 collaborateurs au service de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat

Finaliser la régionalisation

· Élaborer un nouveau modèle de gouvernance avec une définition claire des rôles de chacun et une optimisation de l'organisation notamment dans la coordination avec les territoires

· Créer une cohésion au niveau départemental en ayant une organisation qui permette à la CMA de rayonner sur tout le territoire

Affirmer une stratégie commune

· Associer les Présidents de CND à l'animation et au portage des sujets régionaux stratégiques

· Favoriser l'organisation des réseautages et partenariats au niveau territorial avec la mise en place d'un agenda régional partagé

· Mettre en place une communication institutionnelle commune en créant un maillage entre le départemental et le régional

· Structurer les relations avec les organisations professionnelles

Professionaliser les élus : une expertise pour mieux défendre l'artisanat

· Former et professionnaliser les élus : formations institutionnelles, thématiques et coaching individuels

· Mettre à disposition des outils d'animation du territoire



➤ Penser régional et agir local

➤ Des élus solidaires, formés, outillés, porteurs d'un message régional

➤ Des Présidents de CND garants de la politique régionale de la CMA sur leur territoire

➤ Des élus de proximité, à l'écoute et présents sur le terrain, ambassadeurs et sentinelles de la CMA

axe 2 : Influence institutionnelle

Ambition : Peser dans les décisions des acteurs locaux



In-
fluence
insti-
tution-
nelle

Une communication institutionnelle active constituera un des points forts de la réussite de la mandature. Pour cela, nous devons organiser méthodiquement l'influence de la CMA Provence-Alpes-Côte d'Azur à tous les niveaux. Notre modus operandi "être un élu influenceur" nous permettra de mener à bien cette ambition d'influence institutionnelle.



Celui-ci se décline en trois grandes lignes : l'identification des instances dans lesquelles la CMA Provence-Alpes-Côte d'Azur peut et doit intervenir, la participation aux réunions d'associations de commerçants et d'artisans et la présence répétée auprès des élus locaux pour proposer un accompagnement des collectivités sur les problématiques territoriales.

Daniel
Salenc

Organiser l'influence de la CMA

- Faire des Commissions Territoriales un levier d'action pour porter haut les couleurs de la CMA au niveau des territoires
- Positionner les élus auprès des élus locaux et identifier les instances dans lesquelles la CMA Provence-Alpes-Côte d'Azur à un rôle à jouer
- Être force de propositions en imaginant l'artisanat de demain au regard des tendances économiques et sociologiques de notre région

Être un élu influenceur acteur de la CMA Provence-Alpes-Côte d'Azur et au sein de chaque territoire, peser sur les prises de décisions

- Participer aux événements majeurs de notre région et communiquer sur ceux-ci
- Organiser des réunions pour mettre en avant les thématiques de l'artisanat auprès des élus locaux
- Participer aux réunions d'associations de commerçants et d'artisans pour promouvoir l'artisanat comme un facteur d'attractivité des territoires
- Représenter les intérêts de l'artisanat et permettre une meilleure prise en compte des artisans dans les projets des collectivités



- Un poids politique à la hauteur du poids économique de l'artisanat
- Des élus « influenceurs » pour une prise en compte de l'artisanat dans les projets des collectivités (centre-villes, zones d'activités...)
- Des élus immergés dans leur environnement local, ambassadeurs de la CMA dans son action et ses revendications, et de l'artisanat dans ses spécificités (emplois non délocalisables, diversité...)

axe 3 : Ressources

Développer nos ressources, conquérir de nouveaux marchés



La CMA Provence-Alpes-Côte d'Azur bénéficie de son ancrage et de son expertise pour renforcer son action auprès de ses clients : entreprises, apprenants, collectivités, grand public...

Nous avons pour cela plusieurs atouts : une implantation territoriale, une présence politique et institutionnelle ainsi qu'une marque solidement établie. Ces éléments nous permettront de nous différencier dans un contexte de plus en plus concurrentiel.



Valérie
Coissieux

RES-
sources

Définir une stratégie commerciale claire pour maintenir une offre adaptée aux besoins de nos clients

- Poursuivre la démarche orientée satisfaction client en investissant dans les outils (plateforme téléphonique, site internet, applications...)

- Enrichir l'expérience client par la connaissance et le développement de la GRC

- Garantir la qualité de l'accueil dans nos agences sur l'ensemble de la région

- Rendre l'offre attractive et lisible et systématiser une démarche-qualité et d'évaluation de l'impact de l'offre

- Conforter la connaissance aigüe du client en proposant une stratégie commerciale adaptée pour vendre et développer de nouvelles gammes de prestations

Accroître le développement de partenariats avec les acteurs privés et les acteurs institutionnels

- Collaborer avec les collectivités territoriales à la pérennisation et à la dynamisation du tissu économique artisanal

- Créer des partenariats avec les organisations professionnelles tout en favorisant la mise en place d'organismes de financement pour les jeunes artisans



➤ Promouvoir nos produits de manière innovante pour gagner de nouveaux clients, artisans et non-artisans, collectivités...

➤ Développer de nouvelles gammes de prestations en lien avec les besoins des artisans

➤ S'autoriser à investir tous les domaines du soutien au développement de l'artisanat

➤ Ouvrir des partenariats d'horizons divers, accepter le sponsoring de manière sélective

axe 4 : Territoires

Ambition : Être acteur du développement territorial



L'attractivité des territoires dépend fortement de la capacité du politique à créer un environnement favorable à l'installation – ou au maintien – des artisans. Dans ce contexte, les représentants de l'artisanat doivent créer des réseaux d'entraide et de coopération pour venir en aide aux entreprises et peser dans la prise de décision publique.

L'expertise de la CMA Provence-Alpes-Côte d'Azur est en ce sens cruciale : d'une part, par son influence dans le façonnement des politiques publiques ; d'autre part, dans le développement de réseaux propres permettant de favoriser l'initiative privée.



*Fabrice
Zimmermann*

Terri-
toires

Accélérer le développement des réseaux de l'artisanat

- Continuer à peser sur la prise de décision des acteurs institutionnels, des politiques et des partenaires locaux
- S'appuyer sur les chartes de proximité signées avec les communes
- Être présent sur le terrain, sur les événements locaux ainsi qu'au sein des réseaux professionnels et des associations de commerçants et d'artisans

Agir pour l'attractivité des territoires et l'économie de proximité

- Établir des partenariats avec les autres chambres consulaires et les acteurs locaux incontournables
- Améliorer la mobilité des entreprises et l'accessibilité des communes
- Intervenir pour obtenir des loyers modérés dans les centres-villes
- Intervenir sur des locaux adaptés
- Être acteur de l'immobilier d'entreprise, des CRT et offices du tourisme



- Faire valoir notre place centrale dans l'économie de proximité
- Faire réseau pour agir auprès des politiques (élus des collectivités, parlementaires...) et des partenaires locaux
- Intervenir dans les domaines du développement économique, mais aussi de l'attractivité des territoires, du tourisme, ...

axe 5 : Entreprises

Ambition : Satisfaire nos clients, accompagner les entreprises vers la performance



*S'adapter à un monde qui change :
C'est la promesse d'accompagner nos
entreprises vers la performance durable.
L'impératif écologique nous
pousse par exemple à renforcer
notre offre sur l'environnement
à l'échelle locale.*



*La diversité des profils des
entreprises implique d'adapter
et de personnaliser notre offre
de services tout en s'émancipant
d'une image trop institutionnelle.
Pour réaliser ces nouveaux défis,
la participation des élus dans la
promotion de la marque CMA
Provence-Alpes-Côte d'Azur est
une nécessité.*

*Stephan
Fiquière*

Entre-
prises

Moderniser l'offre pour mieux accompagner les entreprises

· Renforcer l'offre sur l'environnement à l'échelle locale en proposant des offres personnalisées, adaptées à la taille, et aux différentes étapes de développement des entreprises

· Cibler les problématiques du moment, notamment les enjeux RH et les difficultés de recrutement des artisans impliquant davantage d'accompagnement managérial

Placer la satisfaction client au cœur de nos préoccupations

· Valoriser la proximité CMA/entreprise

· Rendre nos offres plus lisibles et miser sur l'accessibilité de nos services

· Impliquer les élus à la promotion de l'offre de services et renforcer la présence sur le terrain pour des visites auprès des entreprises



➤ Être un interlocuteur constant de l'entreprise (accessibilité, réactivité, cibler la bonne proposition au bon moment...)

➤ Offrir des accompagnements personnalisés en fonction de la situation singulière et du projet de l'entreprise

➤ Améliorer en continu la qualité de notre offre (connaissance des besoins...)

➤ Construire des collaborations « gagnants-gagnants » avec les Organisations Professionnelles

axe 6 : Formation, Emploi, Orientation

Ambition : Déployer une stratégie de conquête dans la formation



Innovation pédagogique, ouverture à de nouveaux publics, contexte concurrentiel croissant... le monde de la formation professionnelle évolue chaque jour. Nous avons l'obligation de nous adapter pour mieux satisfaire les besoins des apprenants.



Pour cela, notre offre de formation doit tenir compte de l'évolution du marché du travail en investissant dans les secteurs d'avenir, en élargissant les nouveaux canaux de communication et en développant de nouveaux partenariats. Les enjeux sont de taille, mais notre ancrage ainsi que notre expertise seront des atouts décisifs !

Roland Rolfo

Formation,
Emploi,
Orientation

Adapter l'offre de formation : les apprenants au cœur du dispositif

- Renouveler les offres de formation afin de les adapter au besoin du marché et des apprenants (formation initiale et continue)

- Organiser une réflexion sur les métiers en identifiant les métiers émergents

- Se déployer sur des secteurs spécifiques notamment dans les nouvelles technologies

- Faire évoluer les référentiels en créant des certifications en partenariat avec les organisations professionnelles

- Être incontournable sur toutes les dimensions du triptyque Formation-Emploi-Orientation

Renforcer la visibilité et l'attractivité des CFA et attirer de nouveaux publics

- Moderniser et valoriser nos établissements

- Renforcer le maillage territorial et élargir l'offre de formation à de nouveaux métiers

- Redonner du sens à des métiers réellement créateurs de valeur tout en renforçant le sentiment d'appartenance

Développer des partenariats en matière de formation

- Tisser des liens étroits avec les organisations professionnelles représentatives des métiers artisanaux tout comme avec les entreprises

- Aller chercher de nouveaux partenariats avec les entreprises



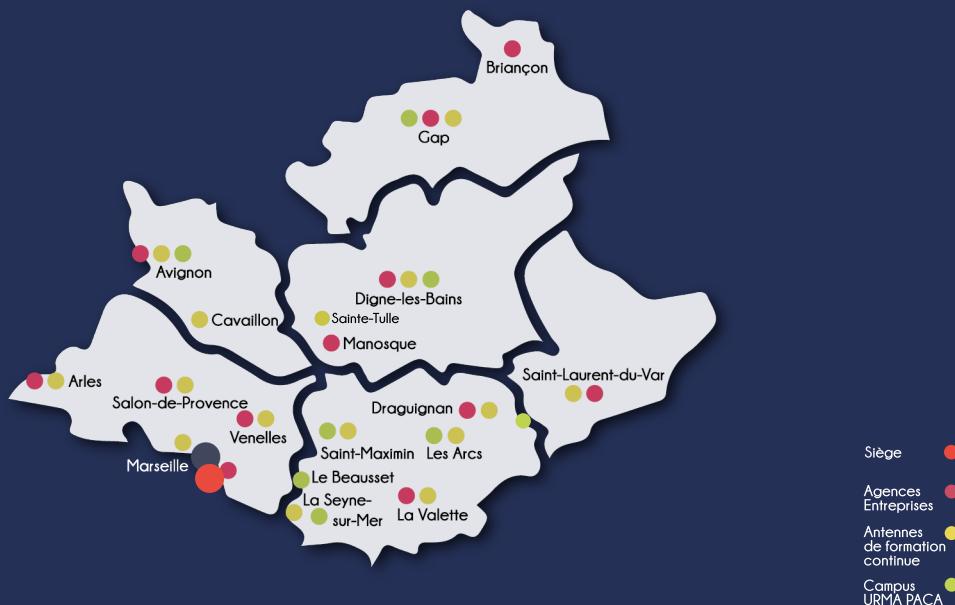
➤ Faire connaître les métiers de l'artisanat

➤ Être incontournable sur toutes les dimensions du triptyque Formation-Emploi-Orientation, pilier de l'accompagnement à l'emploi

➤ Défendre la marque « Formation CMA » et consolider notre position de N°1 de l'apprentissage

➤ S'ouvrir à tous les publics et toutes les innovations pédagogiques

➤ Renforcer le maillage de nos campus sur l'ensemble de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur



Partout présents

LA CHAMBRE

DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Digne-les-Bains

23, allée des Fontainiers
04000 DIGNE-LES-BAINS
04 92 30 90 90
contact04@cmar-paca.fr

Saint-Laurent-Du-Var

81, avenue Léon Béranger
CS 30219
06704 SAINT-LAURENT-DU-VAR
Cedex
04 84 31 00 00
contact@cmar-paca.fr

La Valette du Var

Avenue des Frères Lumière
CS 70 558 - La Valette
83041 TOULON Cedex 9
04 94 61 99 00
contact83@cmar-paca.fr

Gap

Square Voltaire
05000 GAP
04 84 31 00 00
contact@cmar-paca.fr

Marseille

117, avenue du Prado
13008 MARSEILLE
04 91 32 24 24
contact13@cmar-paca.fr

Avignon

35, rue Joseph Vernet
84000 AVIGNON
04 84 31 00 00
contact@cmar-paca.fr