

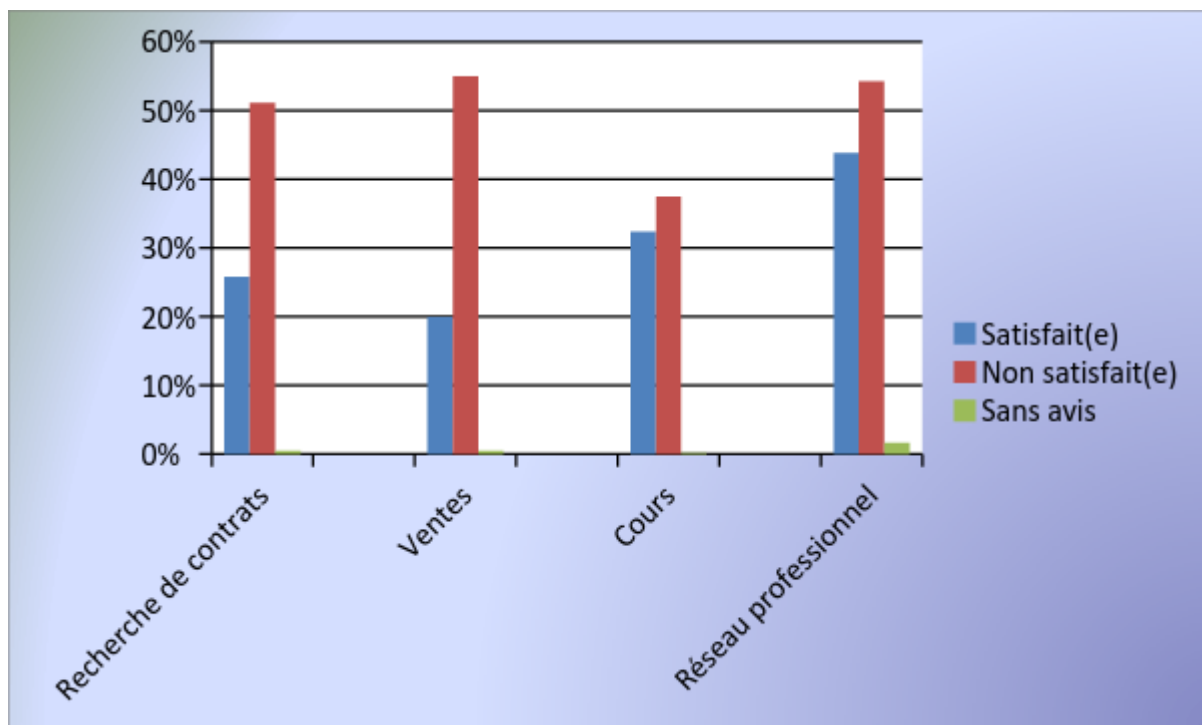
SONDAGE REALISE PAR CAPCOM'ART

ENTRE MAI ET OCTOBRE 2013

Certains constats nous ont amenés à étudier les freins et les besoins des artistes en matière de communication et de marketing et ainsi, de cerner l'opportunité d'élaborer des programmes de formation adaptés. Nous nous sommes également interrogés sur le regard que les artistes portent sur leurs parcours professionnels.

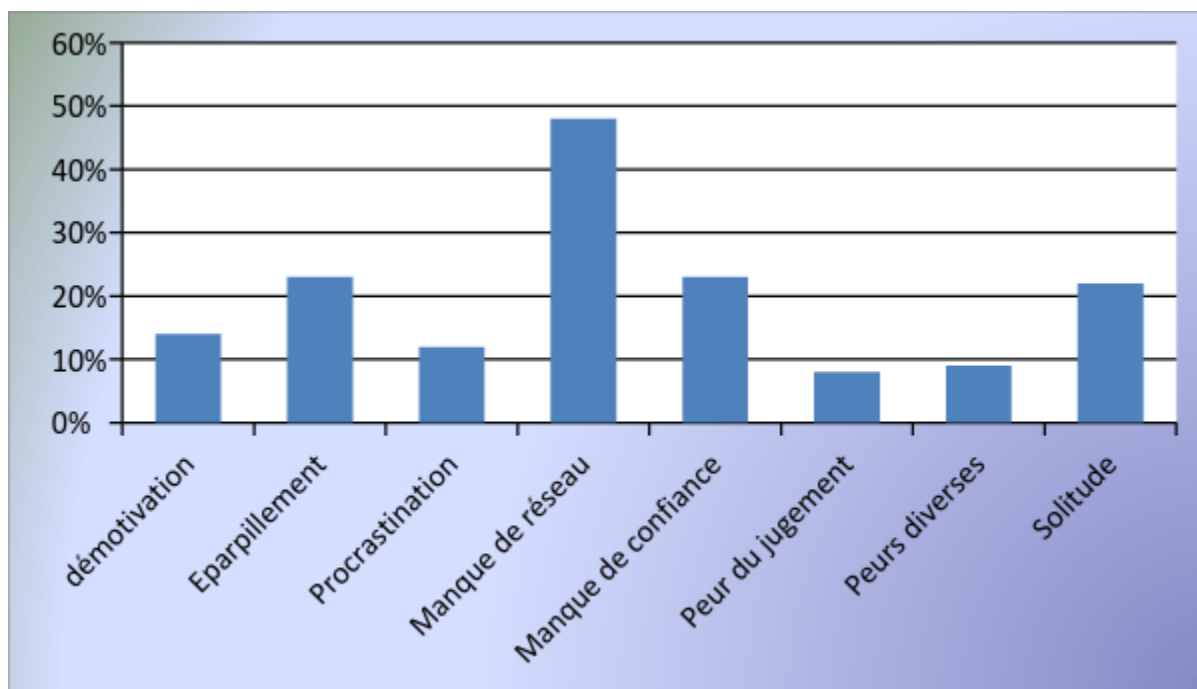
Pour cela un sondage en ligne a circulé sur le net entre avril et octobre 2013 pour évaluer les besoins en matière d'accompagnement et de formation. Les graphiques ci-dessous sont représentatifs d'une population de 400 artistes tous domaines confondus. Ces résultats ont été corroborés par une enquête de proximité.

1. REGARD DE L'ARTISTE SUR SON PARCOURS PROFESSIONNEL EN TERMES DE SATISFACTION :



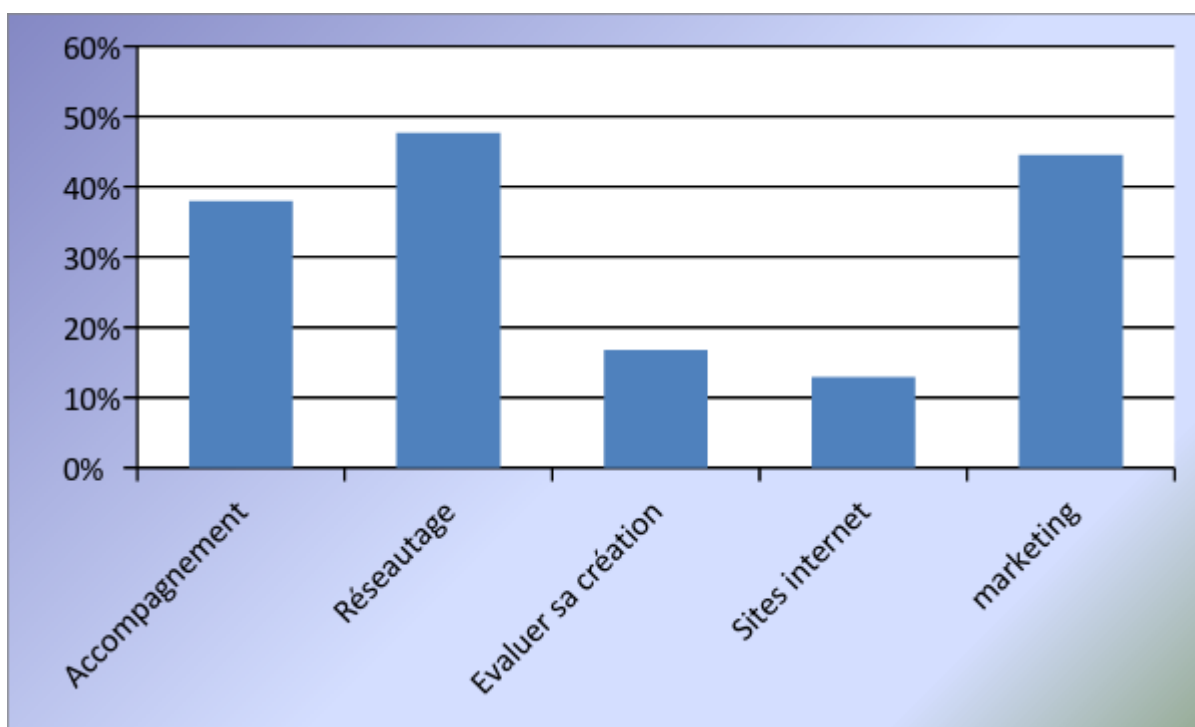
Nous pouvons constater que, même si les artistes estiment avoir un réseau professionnel bien développé, cela n'induit pourtant pas qu'ils se sentent performants dans l'aspect commercialisation (contrats et ventes).

2. QUELS SONT LES FREINS ?



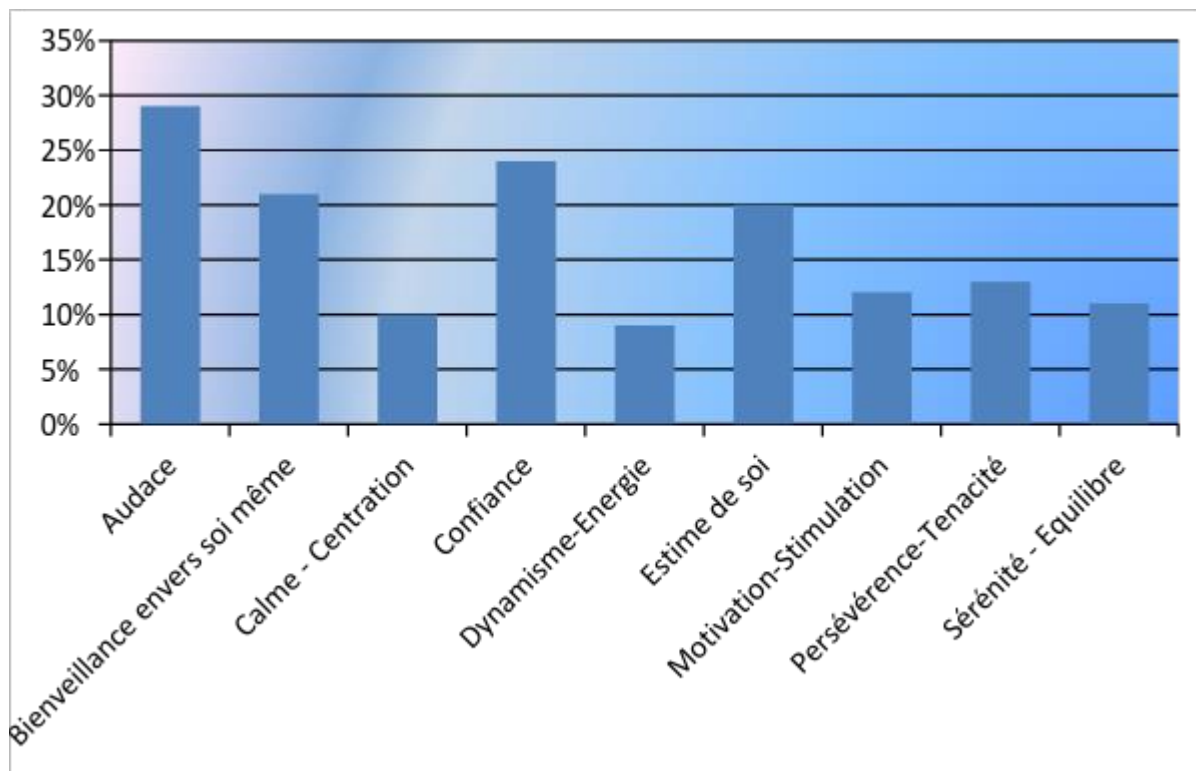
Mais, paradoxalement, selon l'histogramme ci-dessus, ils disent singulièrement manquer de réseau. On peut se demander s'il s'agit vraiment de manque ou bien tout simplement que le réseau est bien réel mais qu'ils ne savent pas l'activer. En outre, viennent s'ajouter trois autres grands freins : le manque de confiance, l'éparpillement et la solitude.

QUELS SONT LES BESOINS ?



Là encore, les besoins en matière de réseau sont omniprésents, de marketing et d'accompagnement aussi. Le besoin de communication par le web se fait plus sentir chez les artisans d'art. Parmi les freins évoqués dans l'option « autre » du sondage, on voit apparaître le manque de moyens pour financer leur création.

4. QUELLES SONT LES RESSOURCES PERSONNELLES QUE LES ARTISTES AURAIENT BESOIN DE DEVELOPPER ?



Presque 30% des artistes disent avoir besoin de développer l'audace qui est en eux. Celle-ci est sans doute la résultante de la synergie entre confiance, bienveillance envers soi-même et estime de soi et la carence observée est sans doute en rapport avec la difficulté à activer son réseau.

Nous pouvons tirer de cette enquête, **les conclusions suivantes** :

- Nous pouvons dire qu'elle a suscité un vif intérêt auprès des artistes de par le nombre de questionnaires remplis mais aussi par les témoignages annexes.
- Nous pouvons mettre en exergue le sentiment de solitude probablement générateur d'autres freins comme la démotivation ou la procrastination.

Ainsi « l'accompagnement », item largement choisi par les participants du sondage, apparaît comme une solution.

- Les artistes sont fortement en demande en matière de réseautage et de marketing conscients bien sûr de la nécessité de connaître ces techniques commerciales.
- Il semblerait que dans le domaine de l'enseignement, ils soient plus à l'aise, ils aient plus confiance. On le constate sur le premier histogramme, ils se sentent performants pour rechercher des élèves. On peut faire l'hypothèse que, dans la mesure où ils ne s'exposent pas eux-mêmes mais exposent leur savoir-faire, cela fait toute la différence.
- Nous n'avons pas voulu surcharger cette présentation en insérant tous les résultats du sondage mais nous avons aussi un très fort pourcentage de personnes qui aimeraient être informées sur les statuts et les droits ainsi que sur les notions juridiques des contrats.
- Toutes les données de cette enquête sont en étroite corrélation, elles nous ont permis de vérifier l'hypothèse qu'il y a un vide à combler en matière de formation des artistes et nous ont servi à construire nos programmes de formation.