



## ASSEMBLEE GENERALE DES ADHERENTS

Sables d' Olonne – 19 juin 2021

Mesdames, messieurs, chères consœurs et chers confrères, chers adhérents :

Bienvenue à l'Assemblée générale 2021 de l'Union Nationale de l'Artisanat des Métiers de l'Ameublement, l'UNAMA pour les intimes.

J'adresse aussi un salut tout particulier à nos collègues et confrères artisans et Présidents de Chambres de Métiers de l'artisanat, présents parmi nous aujourd'hui.

Honneur à nos hôtes : Daniel Laidin – Pdt de la CMA Vendée, bienvenue à Philippe Bely Pdt de la CMA de Loire Atlantique, et puis comment t'oublier.... ? Bienvenue cher Patrick Bouvier, Pdt de la CMA de Maine et Loire ! Soyez sincèrement remerciés de nous accorder de votre temps si précieux d'ordinaire au service de vos collègues de l'Artisanat.

Merci sincèrement également à tous nos partenaires et invités et à nos anciens adhérents qui sont avec nous aujourd'hui.

Nous voici donc réunis pour cette Assemblée générale de 2021 qui logiquement doit vous rapporter nos faits de l'année passée. L'année 2020 qui restera une année de mauvaise mémoire. Une année qui a fait ployer l'artisanat comme toute l'économie, une année qui aura vu disparaître nombre d'entreprises et se briser parfois des vies, des familles, des entreprises, des secteurs entiers de l'économie.

Mais je ne poursuivrai pas sur ce registre des comptes du négatif, car il en est aussi ressorti du positif, du bien, de l'énergie et des projets, nombreux, notamment dans notre Profession. **Et vous le savez !** Nous avons toujours été dans le registre du combat, parfois trop silencieux, plutôt que dans le registre de la plainte permanente. **Nous sommes artisans, nous sommes chefs**

**d'entreprises, femmes et hommes d'avenir et porteurs de projets avant tout simplement.**

C'est d'ailleurs le sens que nous avons voulu donner à ces deux journées partagées entre le Label des Artisans Ebénistes de France et la Profession : le fil rouge de ces deux journées peut s'énoncer comme étant un passage collectif du rêve au projet, du projet à l'action, de l'action à l'entreprise. Nous reviendrons sur ces points un par un au cours de cette journée.

Je reprends le rapport moral.

L'UNAMA a deux familles de missions : des missions d'intérêt général et des missions destinées à ses seuls adhérents. Malgré le chaos, les incertitudes de tous ordres générés par la crise sanitaire de 2020 ; la Profession a pu maintenir son activité sur les deux versants de ses missions :

Concernant l'intérêt général :

- **Nous avons maintenu le Dialogue social - notre mission première** - avec les représentants des salariés tout au long de l'année tant dans notre artisanat qu'au niveau de la Branche. Ce sont plus de 30 réunions : ADSAA, CPNE, CPPNI, réunions extraordinaires avec les institutions et les Ministères de l'Economie, de l'Education, du Travail. Les discussions s'évaluaient soit sur la gestion de crise et les circonstances, soit sur la poursuite de travaux plus structurants tels que la fusion avec d'autres branches pour maintenir notre Convention Collective, nos titres, nos démarches en formation initiale ou continue.
- **Nous avons aussi fortement œuvré au côté et avec nos confédérations – l'U2P et la CNAMS - pour dialoguer avec l'Etat** tout au long de la crise sur les mesures à prendre ou à défaire, sur la recherche d'aides et d'écoute. Nous n'avons pas tenu le compte des échanges ou des réunions, mais soyez certains qu'ils furent plus que nombreux.
- En tant que représentants de tout l'Artisanat auprès de la CNASMT (accidents et maladies du travail) et de la 6<sup>e</sup> CPC (Education Nationale) nous avons suivi les travaux de ces commissions stratégiques et participé à leur orientations.
- **En interne dans la Branche**, avec nos confrères de l'Ameublement Français nous avons poursuivi le travail de modernisation de notre convention collective, à la redéfinition des projets à venir pour la Branche, la formation, les qualifications.

- En tant que représentants de l'Artisanat de la Branche nous avons également participé aux décisions du CODIFAB,
- Nous avons également répondu aux demandes des partenaires de l'Ecocontribution sur l'Ameublement : le Ministère de l'Ecologie, Eco mobilier entre autres. Notre contribution consiste à éclairer aux mieux la portée de certaines décisions, et bien entendu de défendre la cause des entreprises de l'Artisanat.
- Dans le domaine de la formation : Avec la **Fédération Compagnonique du Tour de France** nous avons pu mener à son terme l'expérimentation du projets « **CFA Hors les murs** » au niveau du BTMS Ebénisterie. Nous avons finalisés avec l'**Association des Compagnons du Tour de France** les travaux sur 3 certificats de formation continue pour les ébénistes et qui sont désormais présentés à la validation du RNCP.  
Deux autres CQP - propres à la Profession - et à destination de l'Economie Sociale et Solidaire ont été finalisés et également à l'étude au RNCP. Le dialogue a été repris avec le Ministère du Travail et l'AFPA sur de possibles partenariats ou coopérations.  
Enfin, nous Nous avons bien évidemment suivi les travaux de l'OPCO ou nous sommes représentés en Section paritaire professionnelle.
- Enfin, dans le cadre de la gouvernance de la Profession : le Conseil d'administration de l'UNAMA a pu se réunir régulièrement en visio conférence, poursuivre ses travaux et nous avons organisé et tenu l'Assemblée générale à Lyon le 30 juin dernier

Voici pour l'essentiel les travaux réalisés en 2020 dans le cadre de notre mission d'intérêt général pour TOUTES les entreprises de la Branche.

**Sur le plan des services aux seuls adhérents, notre deuxième volet de missions,** nos activités ont bien évidemment été influencées par la crise sanitaire et ses contraintes :

- Nous avons , dès fin avril, conçu, créé et mis en œuvre un Facebook live prioritairement pour répondre au besoin de lien entre vous. Ce rendez-vous hebdomadaire s'est poursuivi jusqu'à produire plus de trente interviews et rencontres. Postés sur Facebook et You Tube ces vidéos ont été vues plus de 15 000 fois....
- Toujours dans le contexte de crise, pour informer le plus grand nombre possible d'entreprises, adhérents et non adhérents, nous avons diffusés 8 Newsletters à chaque fois sur 6 000 adresses email.

- Nous avons directement répondu en moins de 3 mois à plus de 150 demandes d'entreprises pour donner des précisions provenant d'entreprises sur les réglementations sanitaires, fermetures, ouvertures d'entreprises, gestion et information des salariés, relations avec les banques, formulaires administratifs, etc. etc.

Mais nous n'avons pas vécu que dans l'urgence des circonstances, nous avons également construit

- En **ajoutant le service du MEDiateur de la consommation** aux services inclus dans l'adhésion et en négociant dans notre Protection juridique la prise en charge des frais juridiques générés éventuellement par le recours au médiateur. Ce nouveau service a été réalisé sans demander un centime supplémentaire sur les cotisations.
- **En créant les postes de deux référents - représentants locaux de l'UNAMA** auprès des adhérents et des entreprises en Rhône Alpes et dans le Grand Ouest. Cette décision traduit notre volonté d'être proches, à l'écoute en capacité de soutenir les projets locaux. Au vu de l'activité de Roger Leboeuf dans le grand ouest nous avons répondu à un besoin, nous ferons tout pour nous y tenir.

Je n'entrerai pas plus dans le détail de l'activité de la Profession, et j'en viens aux perspectives.

L'UNAMA, l'artisanat de l'Ameublement, **vous**, : nous ne sommes pas des électrons libres dans un espace dénué de contraintes.

Nos perspectives se situent dans l'évolution de l'économie et des mentalités après la crise sanitaire, l'un et l'autre de ces critères, l'Economie, les Mentalités étant d'importance égale.

Cette crise a mis en avant et en lumière comme jamais aucun slogan, ni aucune campagne médiatique des mots tels que : « proximité, local, contact, artisanat, retrouver du sens, « made in fait chez soi »,...en fait, tout ce qui en grande partie structure nos valeurs, nos choix de production, notre position dans le système concurrentiel, etc. L'avenir immédiat et à court terme de notre secteur, de nos entreprises, de notre artisanat s'inscrira dans ces mutations fortes. A nous d'en saisir la portée et l'opportunité.

Le Facebook Live offert par notre ami Christophe Gazel sur ce sujet, **dès mai 2020** a été prémonitoire sur cette éventualité forte de l'évolution du marché, en particulier de celui de l'artisanat. La vidéo est toujours visible sur You Tube.

Sur le point des conséquences de la crise, nos entreprises ont globalement été divisées en deux groupes bien distincts

- Le premier groupe c'est celui des entreprises qui ont capté un effet « bénéfique » collatéral à la crise.  
Cela se traduit par la reprise très forte de commandes, des carnets remplis comme on n'en avait plus évoqués depuis 2008/2010. Ces entreprises, essentiellement les ébénistes, les agenceurs et les tapissiers qui ont su reprendre la balle de volée étaient prêtes, étaient organisées étaient capables de ployer pour s'élancer à nouveau.
- Le deuxième groupe, ceux qui ont gravement souffert, essentiellement les entreprises dont l'activité commerciale dépendait des salons, des foires, des expositions et ne disposant ni des moyens, ni de l'expérience pour réagir via les supports numériques. Il s'agit pour la grande majorité des entreprises liés au tournage, à la sculpture, la dorure, l'encadrement, etc. : en fait nos METIERS RARES !

Pour les uns , ceux qui bénéficient, pour les autres, ceux qui souffrent : les temps n'ont jamais été aussi favorables à se redéployer, à inventer et à proposer leur offre à une **clientèle nouvelle avide** de local, de durable, de sens et d'argent bien dépensé, mieux dépensé.

Pour répondre à l'attente des nouveaux consommateurs alternant vie urbaine et vie hors de la ville il faudra continuer à être concurrentiels : non pas sur les prix, ce n'est pas notre vocation, mais sur la différenciation, la valeur ajoutée, l'ajustement à la demande précise des consommateurs.

Car au-delà du discours commercial et médiatique, les grands groupes de l'industrie ou du commerce ne répondent pas aux attentes d'une frange de la clientèle qui veut du **VRAI local**, du **VRAI fabriqué ici**, du **VRAI authentique**, du **VRAI Durable**.

Ces consommateurs pour nombre d'entre eux disposent des moyens culturels et matériels pour s'adresser à l'artisanat. Nous devons disposer des moyens de leurs répondre. Pour ma part je suis persuadé que c'est par des audaces collectives, des partages d'expériences, des projets ambitieux que nous pourrons retrouver cette clientèle et la place réelle de l'artisanat dans l'offre de

biens et services. Nos collègues d' ERIGE, de MUAJE, le projet ARTISANACT des AEF ouvrent des pistes, taillent des chemins.

Nombre de problèmes matériel restent à résoudre. Mais collectivement nous pouvons trouver les solutions pour accroître nos parts de marchés en mettant le client d'aujourd'hui au cœur de nos projets.

Nous en tirerons les conséquences en termes de projets de promotion économique notamment.

Mais pour penser cet après nous faisons aujourd'hui clairement appel à ceux qui parmi vous souhaitent apporter des idées des projets constructifs et utiles à la branche.

Sans siéger en permanence au Conseil d'administration , nous espérons en particulier des plus jeunes de nos adhérents qu'ils nous rejoignent et présentent des propositions, des idées concrètes à travailler ensemble.

Il y'a encore nombre de points desquels j'aurai souhaité vous entretenir et sur lesquels pouvoir échanger, mais à trop vouloir dire on n'est plus audible :

Aussi J'en termine là et nous pourrons engager les échanges après les différents votes, je laisse maintenant la parole à Alexandre Phelippeau pour présenter – avec maîtrise - nos comptes 2020.

Merci pour votre écoute.