

Les métiers d'art, les réalités économiques d'un secteur méconnu

Les métiers d'art connaissent en France une situation paradoxale. S'il est répété à l'envi dans les communications des pouvoirs publics que ces métiers représentent un secteur à fort potentiel économique, ce potentiel est davantage supposé que constaté. En effet, les métiers d'art restent largement méconnus au sein de la sphère politique et de la société française en général. Le très faible nombre des études consacrées aux entreprises de métiers d'art participe de cette méconnaissance générale. À partir d'une enquête sociologique recourant aux méthodes qualitatives et quantitatives, nous proposons ici de remédier à cette méconnaissance en donnant à voir les réalités économiques et sociales des métiers d'art.

Par Anne JOURDAIN*

Des ébénistes du Faubourg Saint-Antoine (Paris) exercent leur activité de père en fils depuis quatre ou cinq générations et restaurent, avec l'aide d'une dizaine d'ouvriers, le patrimoine mobilier national. Des souffleurs de verre, anciens ouvriers, s'installent avec leur conjointe dans des villages touristiques afin d'y vendre leur production de verres et de pichets. Des céramistes parisiennes, qui ont abandonné leur profession de consultante ou de juriste pour se consacrer à un métier manuel, s'investissent seules dans la création de pièces décoratives qu'elles vendent lors d'expositions diverses. Des sculpteurs verriers réputés réalisent des pièces uniques qui sont vendues par des galeristes d'art à des collectionneurs.

* Sociologue au Centre Universitaire de Recherches sur l'Action Publique et le Politique (CURAPP).

Cet inventaire à la Prévert donne un petit aperçu de la diversité des métiers, des carrières, des entreprises et des circuits de commercialisation que recouvre l'expression « métiers d'art ». Cette diversité est souvent occultée par la persistance d'images d'Épinal assimilant l'artisan d'art au seul homme de métier ayant droit aux honneurs du journal télévisé présenté par Jean-Pierre Pernaut. Les métiers d'art souffrent de fait d'une grande méconnaissance en France.

Cette méconnaissance générale est amplifiée par l'impossibilité d'identifier de manière exhaustive les entreprises de métiers d'art en France. L'absence de catégorie statistique rassemblant l'ensemble de ces métiers dans les nomenclatures officielles régies par l'Institut National de la Statistique et des Études Économiques (INSEE) rend en effet délicat le dénombrement de ces entreprises. La tentative la plus aboutie de délimitation du périmètre et du poids économique des métiers d'art a été initiée par la direction générale de la



Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS) : celle-ci estime à 38 000 le nombre des entreprises de métiers d'art en France et à 8 milliards d'euros leur chiffre d'affaires (Entreprises en bref, 2002). Tout en considérant ces chiffres avec précaution, il est important de préciser que les entreprises de métiers d'art sont essentiellement de Très Petites Entreprises (TPE) de moins de 10 salariés, et majoritairement des entreprises individuelles (sans salarié). Les difficultés à recueillir des données chiffrées sur les métiers d'art posent le problème de leur reconnaissance politique et sociale. La production de chiffres sur les métiers d'art et la connaissance fine de leurs activités apparaissent par conséquent lourdes d'enjeux pour les acteurs professionnels, institutionnels et politiques qui cherchent à les présenter comme un secteur au fort potentiel économique (1).

Face au manque de données chiffrées sur les métiers d'art, nous avons décidé de diffuser notre propre questionnaire auprès des artisans d'art, c'est-à-dire auprès des professionnels des métiers d'art chefs d'entreprise. 947 d'entre eux y ont répondu *via* Internet sur la période 2009-2010. En parallèle à cette enquê-

(1) Parmi ces acteurs, deux institutions jouent un rôle majeur dans la représentation des métiers d'art en France : Ateliers d'Art de France et l'Institut National des Métiers d'Art.

te statistique, 92 artisans d'art ont été interrogés, dans le cadre d'entretiens semi-directifs (2), sur leur parcours respectif, leur travail et leur entreprise. Les résultats quantitatifs et qualitatifs obtenus donnent à voir les diverses réalités économiques et sociales des métiers d'art.

Après avoir mis en évidence, à partir de données statistiques recueillies, l'hétérogénéité caractérisant les entreprises de métiers d'art, nous proposerons une typologie afin de rendre compte de manière synthétique du paysage actuel des métiers d'art.

LA DIVERSITÉ DES ENTREPRISES DE MÉTIERS D'ART

Même si l'on écarte les industries du luxe de l'analyse (voir l'Encadré 1), les entreprises de métiers d'art se caractérisent par leur diversité. Portant sur 947 de ces entreprises, nos résultats statistiques permettent d'appréhender la nature de cette hétérogénéité.

(2) Sur la méthodologie précise de passation du questionnaire et les autres méthodes d'enquête mises en œuvre dans le cadre de notre thèse de sociologie sur les artisans d'art (archives, entretiens, observations), voir JOURDAIN, 2012.



© Antonio Pagnotta/COSMOS

« Même si l'on écarte les industries du luxe de l'analyse, les entreprises de métiers d'art se caractérisent par leur diversité ». Travail de restauration sur un plafond du Salon du Grand Couvert au château de Versailles, France, novembre 2010.



Encadré 1 : Luxe et métiers d'art

Les industries du luxe (Chanel, Hermès, Vuitton, etc.) relèvent-elles de la catégorie des métiers d'art ? Pour certains, la réponse est évidemment positive du fait que les industries du luxe font appel aux savoir-faire des métiers d'art. Pour d'autres, ces industries ne peuvent pas être assimilées aux entreprises de métiers d'art, ces dernières étant dirigées par des artisans d'art. Ces débats sur les frontières de la catégorie « métiers d'art » sont lourds d'enjeux du point de vue de la représentation (notamment politique) de ces métiers. En y intégrant les industries du luxe, le chiffre d'affaires représenté par cette catégorie passe en effet de 8 milliards à 22 milliards d'euros.

Sans qu'il soit question pour nous de prendre position par rapport à ces débats, nous avons choisi de centrer notre étude qualitative sur les artisans d'art, et donc sur des entreprises dont le modèle économique diffère fortement de celui des industries du luxe. Une enquête réalisée auprès de quelques entreprises proches du luxe et dirigées par des gestionnaires plutôt que par des artisans d'art suggère néanmoins que ces entreprises, au demeurant peu nombreuses, sont celles qui tirent les chiffres d'exportation des métiers d'art vers le haut. Certaines de ces entreprises sont aujourd'hui confrontées à la problématique de la délocalisation d'une partie de leur production à l'étranger, cette pratique étant pourtant fortement décriée par les promoteurs des métiers d'art en France (JOURDAIN, 2013).

Une diversité dans les anciennetés

Dans notre échantillon, l'entreprise la plus ancienne date de 1609 et les plus récentes ont été créées en 2009 (soit l'année de passation du questionnaire). En matière d'ancienneté, les entreprises se caractérisent de fait par une forte dispersion, autour de l'âge moyen de 22 ans.

Une diversité dans les tailles

La très grande majorité des entreprises de l'échantillon (77 %) n'emploie pas de salariés : les artisans d'art à leur tête travaillent donc seuls. La moyenne des tailles est de 1,7 salarié.

C'est au sein de la seule catégorie des entreprises justifiant de 32 ans d'ancienneté ou plus que l'on trouve une proportion majoritaire d'employeurs, avec un taux de 52 %. Ce pourcentage témoigne *a contrario* du fait qu'un nombre important d'entreprises n'emploient aucun salarié en dépit de leur ancienneté : l'évolution d'une entreprise de métier d'art ne passe donc pas nécessairement par l'emploi. Si l'on s'intéresse au nombre moyen des salariés employés en fonction de l'ancienneté de l'entreprise, on obtient le tableau 1. Nos calculs attestent d'une liaison statistique significative entre ces deux variables.

Une importante diversité dans les chiffres d'affaires

De nombreux artisans d'art déclarent des chiffres d'affaires relativement peu élevés (voir le graphique 1 de la page suivante). 16 % des entreprises de l'échan-

Ancienneté de l'entreprise en années	Nombre moyen de salariés
<6	0,2
[6;10[0,5
[10;15[0,8
[15;23[1,4
[23;32[1,3
>=32	6,1

Tableau 1 : Nombre moyen de salariés en fonction de l'ancienneté de l'entreprise

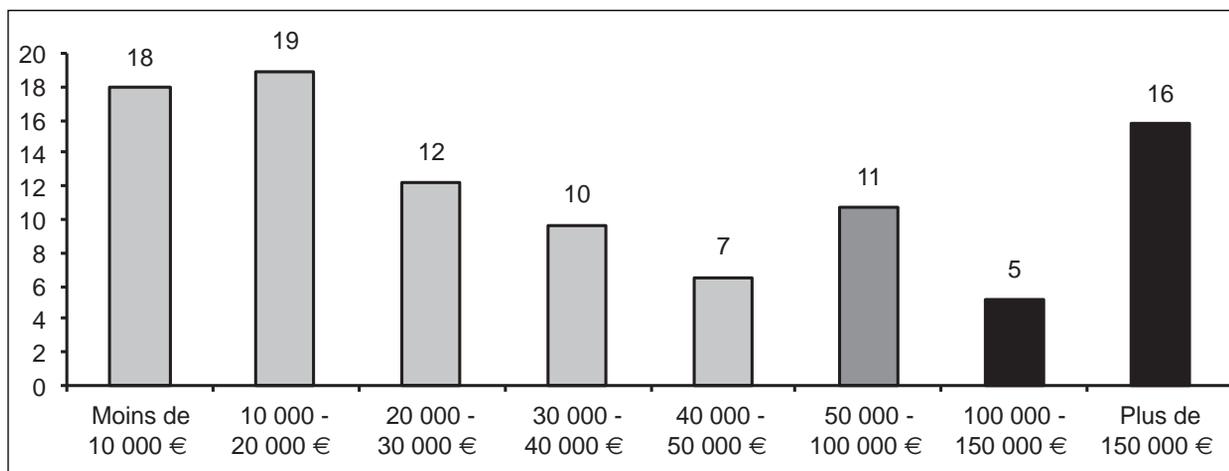
Source : Jourdain, 2012.

tillon affichent néanmoins un chiffre d'affaires supérieur à 150 000 euros. L'hétérogénéité est donc là aussi forte.

L'ancienneté de l'entreprise apparaît centrale dans la description de cette différenciation en fonction du chiffre d'affaires. Ainsi, 36 % des entreprises comptant moins de 6 ans d'ancienneté réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 000 euros, contre 8 % des entreprises justifiant de 32 ans ou plus d'ancienneté. Les entreprises de moins de 6 ans se trouvent de moins en moins représentées au fur et à mesure que le chiffre d'affaires augmente, tandis que c'est l'effet inverse qui caractérise les entreprises les plus anciennes.

Une diversité dans les estimations de l'activité économique

À la question : « Estimez-vous que vous gagnez correctement votre vie grâce à l'exercice de votre métier



Graphique 1 : Chiffres d'affaires en 2008 (en %)

NB : Ainsi, un tiers des entreprises de métiers d'art réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 100 000 euros.

Source : Jourdain, 2012.

d'art ? », les enquêtés répondent majoritairement par la négative : 27 % répondent « Pas du tout », 28 % « Plutôt non », 30 % « Cela dépend », 12 % « Plutôt oui » et 3 % « Tout à fait ».

L'ensemble de ces chiffres nous donnent à voir l'étendue du contraste entre les différentes entreprises de métiers d'art. Notre analyse statistique met aussi en évidence le fait que les entreprises les plus anciennes sont celles qui emploient le plus grand nombre de salariés, qui réalisent les chiffres d'affaires les plus importants et dont les dirigeants sont les plus satisfaits en termes de revenus tirés de leur activité. Inversement, les entreprises le plus récemment créées se caractérisent, pour la grande majorité d'entre elles, par une fragilité économique que déplorent leurs dirigeants. La prise en compte de cette diversité dans les situations économiques est essentielle à la caractérisation du poids économique des métiers d'art, qui ne peut donc se fonder uniquement sur des données agrégées.

TYOLOGIE DES ENTREPRISES DES MÉTIERS D'ART

Pour mieux cerner la diversité des réalités économiques et sociales dans les métiers d'art, une typolo-

gie peut être réalisée. La combinaison de méthodes quantitatives et de méthodes qualitatives nous a ainsi conduite à identifier quatre profils types de dirigeants d'entreprise au sein des métiers d'art. Ceux-ci se partagent selon deux axes (voir le tableau 2 ci-dessous) : le premier axe oppose une conception « artisanale » du métier exercé qui met l'accent sur sa technicité, à une conception « artistique » qui, elle, valorise avant tout sa créativité. Le second axe distingue deux niveaux de réputation liés aux prix pratiqués et aux récompenses obtenues.

Ces quatre pôles ne doivent pas être compris comme des catégories hermétiques les unes aux autres, mais bien plutôt comme des profils types dès lors qu'un *continuum* de situations et de positions s'établit entre eux. Des évolutions entre les quatre pôles sont observables dans le parcours de certains artisans d'art : gagnant en reconnaissance, quelques fabricants et créatrices ont ainsi progressé vers le pôle des artisans d'élite ou celui des artistes de renom, tandis que certains des artisans d'élite rencontrés sont devenus des artistes de renom. L'imperméabilité est en revanche totale entre les artisans d'élite et les créatrices : ainsi, aucune créatrice n'est devenue (du moins à notre connaissance) artisan d'élite, la réciproque étant vraie. La trajectoire sociale et la façon de concevoir le métier exercé expliquent le pourquoi d'une telle étanchéité.

	Régime artisanal	Régime artistique
Réputation (inter)nationale	Artisans d'élite	Artistes de renom
Réputation locale	Fabricants	Créatrices

Tableau 2 : Typologie des dirigeants d'entreprise de métiers d'art



Les artisans d'élite

Peu nombreux, les artisans d'élite sont à la tête des entreprises de métiers d'art les plus anciennes qui relèvent, de fait, le plus souvent d'un héritage familial (voir l'Encadré 2). Socialisés très tôt au métier artisanal mais aussi à la gestion de l'entreprise, ils dirigent fréquemment une équipe d'ouvriers d'art recrutés dans les écoles les plus prestigieuses (Bouille, Estienne, etc.) pour l'excellence de leurs savoir-faire. Ils travaillent souvent sur commandes pour des marchés de niches (châteaux, musées ou encore industries du luxe) dans lesquels leur entreprise est parvenue à se faire un nom, et ils réalisent les chiffres d'affaires les plus conséquents.

Encadré 2 : Le tapissier Henry, un héritier

Henry a hérité de l'entreprise de tapisserie que son père avait créée en 1943. Dans son atelier du XVI^e arrondissement de Paris, il emploie aujourd'hui une équipe composée de 8 salariés (6 ouvriers tapissiers chargés de la garniture des sièges et de 2 ouvriers tapissières s'occupant des travaux de couture (3)). Sa « *Maison* » réalise aujourd'hui des travaux de restauration pour différents musées et châteaux en plus du traitement de commandes émanant de particuliers.

Henry se charge personnellement des relations avec les clients : il se déplace chez eux pour prendre des mesures, dispenser ses conseils de décorateur et établir un devis pour la restauration ou la création de fauteuils ou de rideaux. Si ce travail relationnel s'appuie sur son expertise de tapissier, sa participation à la fabrication proprement dite dans l'atelier n'est aujourd'hui qu'occasionnelle. L'accent mis sur le « *travail traditionnel* » situe Henry et son entreprise sur un marché de niche de produits haut de gamme justifiant ainsi des prix relativement élevés (le coût de la restauration d'un fauteuil se chiffre en milliers d'euros).

Les fabricants

D'origine sociale plus populaire et justifiant d'une implantation géographique plus rurale, les fabricants sont généralement d'anciens ouvriers formés sur le tas devenus artisans et chefs d'entreprise par ascension

(3) Les termes « tapissier » et « tapissière » renvoient à deux métiers distincts (mais néanmoins complémentaires), et non au sexe des individus qui exercent ces métiers.

sociale. Certains d'entre eux délèguent le travail de vente et de comptabilité à leur conjoint. Ils font également appel, pour certains, à des ouvriers lorsque leur production utilitaire rencontre un succès local (dans des villages touristiques, notamment).

Encadré 3 : Le souffleur de verre Roland, un ancien ouvrier

Fils d'un père ouvrier, Roland commence sa formation au soufflage de verre à l'âge 16 ans dans une verrerie située dans un village touristique des Alpes-Maritimes. Embauché directement à la suite d'un « *job d'été* », il est souffleur de verre ouvrier pendant 13 ans, puis ouvre son atelier en tant qu'artisan dans le même village. Aujourd'hui, pendant qu'il travaille dans l'atelier avec son employé – et qu'il fait découvrir son métier de souffleur de verre aux touristes –, son épouse vend sa production (des verres et des pichets dont les prix vont de 5 à 100 euros) dans la boutique attenante à son atelier.

Les artistes de renom

Connus et reconnus dans le monde de l'art contemporain, les artistes de renom réalisent des pièces uniques conçues comme des œuvres artistiques. Ils exposent leurs pièces dans des galeries d'art, éventuellement dans certains musées ou lors de ventes aux enchères, et vendent principalement à des collectionneurs. Parmi eux, on compte les céramistes Claude Champy et Jean-François Fouilhoux, ainsi que le verrier Jean-Pierre Umbdenstock.

Encadré 4 : Le céramiste Jean-Claude, un génie découvert

Après avoir fait l'École des Métiers d'art et avoir participé au mouvement de « retour à la terre » en vogue dans les années 1960, Jean-Claude s'engage dans la carrière de céramiste, réalisant dans son atelier francilien des contenants en grès. Très rapidement, sa production attire l'attention de nombreux galeristes. Son travail de l'émail, en particulier, répond aux attentes esthétiques de ces découvreurs de talents.

Délaissant peu à peu le tour de potier pour se consacrer à l'émaillage et au modelage, il devient alors un céramiste réputé dont la production de pots se réduit au profit de celle de sculptures pour lesquelles de nombreux collectionneurs sont prêts à déboursier des sommes allant de 5 000 à 40 000 euros.



Les créatrices

De plus en plus nombreuses dans les métiers d'art, les créatrices – au sein de ce profil type, les femmes sont en effet majoritaires – sont à la tête des entreprises les plus récentes, mais aussi les moins prospères. Anciennes consultantes, ingénieures ou juristes, la plupart d'entre elles sont devenues céramistes, modistes ou vitraillistes à la suite d'une reconversion professionnelle. Généralement formées dans le cadre de stages professionnels, elles valorisent avant tout la créativité de leur production de pièces utilitaires ou décoratives vendues lors d'expositions d'artisanat d'art. Concevant leur entreprise comme un moyen d'accomplissement personnel, elles n'emploient pas de salarié. Elles sont aussi parfois amenées à diversifier leur activité et à enseigner leurs savoir-faire pour vivre de leur métier.

La diversité des entreprises de métiers d'art tient à la diversité des conceptions qui sont faites de ces métiers. Les artisans d'art du pôle artistique, qui se réfèrent au modèle de l'artiste seul producteur de l'œuvre d'art, s'accommodent ainsi mal d'un travail collectif qui les associerait à des ouvriers salariés. En revanche, les ouvriers d'art sont embauchés dans les entreprises du pôle artisanal pour leurs savoir-faire techniques. Le recours à des salariés est valorisé dans ce cas du fait d'une conception du travail accordant la primauté de la virtuosité technique de la reproduction sur l'originalité individuelle de la création.

Dans une perspective diachronique, la diversité actuelle des entreprises de métiers d'art peut enfin être mise en regard des évolutions récentes du recrutement des artisans d'art. La féminisation et l'accroissement des reconversions professionnelles qui prennent le pas sur la transmission traditionnelle du métier de père en fils contribuent en effet à l'augmentation du nombre d'entreprises valorisant davantage l'aspect créatif des

métiers d'art, en particulier celles dirigées par des artisans d'art proches des créatrices (4).

CONCLUSION : LES POTENTIALITÉS DES MÉTIERS D'ART

Si l'inadaptation des nomenclatures officielles rend impossible l'évaluation exacte du poids économique des métiers d'art en France, la compréhension du potentiel de ces métiers ne peut de surcroît s'en tenir à des données chiffrées agrégées, mais passe aussi par l'analyse fine de la diversité, et donc des spécificités des entreprises du domaine. Les entreprises de métiers d'art se répartissent de fait selon quatre profils types de dirigeants qui correspondent également à quatre marchés types : le marché du sur-mesure, le marché de l'utilitaire, le marché de l'art et le marché du décoratif. Selon le marché sur lequel interviennent ces entreprises et la conception des métiers d'art qu'elles défendent (technicité ou créativité), leur potentiel économique diffère.

Par ailleurs, le potentiel des métiers d'art ne se réduit pas à leur poids économique direct. L'engagement de communes, de départements ou de régions dans la construction de pôles « métiers d'art » ou, au niveau national, l'association de l'image des métiers d'art à celle de la France (DUMAS, 2009) témoignent des attentes dont font l'objet les entreprises de métiers d'art en termes d'attractivité d'un territoire, notamment à travers le développement du tourisme. De telles externalités positives restent difficiles à mesurer. S'y ajoute aussi le potentiel culturel des métiers d'art,

(4) À titre indicatif, notre échantillon quantitatif d'artisans d'art comporte 50% de femmes et 50% d'hommes. 63% des interviewés sont des « reconvertis ».

Encadré 5 : La céramiste Isabelle, un cadre reconverti

Fille de parents ingénieurs, Isabelle n'a jamais été sensibilisée aux métiers d'art durant son enfance. Après l'obtention de son baccalauréat, elle suit des études de droit, puis devient juriste dans une grande entreprise de courtage en assurances.

Déçue par l'évolution des tâches qui lui sont confiées en matière d'encadrement et de gestion, Isabelle décide (à l'âge de 37 ans) de se reconverter dans le travail de la céramique. Après avoir suivi pendant un an les stages dispensés par l'Institut de Céramique Française à Sèvres, elle ouvre un atelier-boutique à Paris. Isabelle n'emploie pas de salariés, elle tourne et modèle donc elle-même l'ensemble de ses pièces en porcelaine, en fonction de thématiques qui l'inspirent (« *la peau* », « *les incidents* »). Ses bols, vases et soliflores sont moins conçus comme des objets utilitaires que comme des « *pièces uniques* ». Des pièces qu'Isabelle vend entre 20 et 500 euros dans des expositions qui rassemblent des créateurs et artisans d'art, notamment le salon Maison & Objet. Pour vivre et « *payer ses charges* », elle est cependant contrainte de donner des cours de céramique (neuf heures par semaine).



qui explique, par exemple, que des actions politiques soient menées en vue de préserver les « métiers d'art rares » au poids économique direct faible. Un inventaire des savoir-faire rares a ainsi été élaboré dans le cadre d'une convention de l'UNESCO pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel.

Favoriser le développement des métiers d'art et de leurs potentiels implique aujourd'hui le déploiement d'un complexe de prescripteurs (boutiques, exportateurs, revues, sites Internet, etc.). Aux côtés des artisans d'art, ces prescripteurs peuvent contribuer à la construction sociale de la singularité des métiers d'art en valorisant leurs spécificités productives face à leurs deux principaux concurrents sur le marché, que sont : la grande industrie caractérisée par des modes de production standardisés (Casa, Habitat, Ikea, etc.) et les amateurs dont le nombre augmente avec le développement des loisirs créatifs (JOURDAIN, 2010). Le principal enjeu pour les métiers d'art est finalement d'arriver à dépasser cette méconnaissance dont ils sont l'objet pour pouvoir être reconnus, politiquement et socialement, comme un secteur d'activité à part entière.

BIBLIOGRAPHIE

DUMAS (C.), *Les Métiers d'art, d'excellence et du luxe et les savoir-faire traditionnels : L'avenir entre nos mains*, Rapport à Monsieur le Premier ministre, Paris, pp. 1-205, 2009.

ENTREPRISES EN BREF, « Portrait des entreprises de métiers d'art », *Études et statistiques*, n°7, pp. 1-4, 2002.

JOURDAIN (A.), « La construction sociale de la singularité. Une stratégie entrepreneuriale des artisans d'art », *Revue Française de Socio-Économie*, n°6, pp. 13-30, 2010.

JOURDAIN (A.), *Les artisans d'art en France. Éthiques et marchés*, thèse de sociologie soutenue le 3 décembre 2012 à l'Université de Picardie Jules Verne.

JOURDAIN (A.), « Quelles limites éthiques pour l'artisanat d'art ? Stratégies entrepreneuriales déviantes et construction du marché », *Terrains & travaux*, n°22, pp. 153-168, 2013.