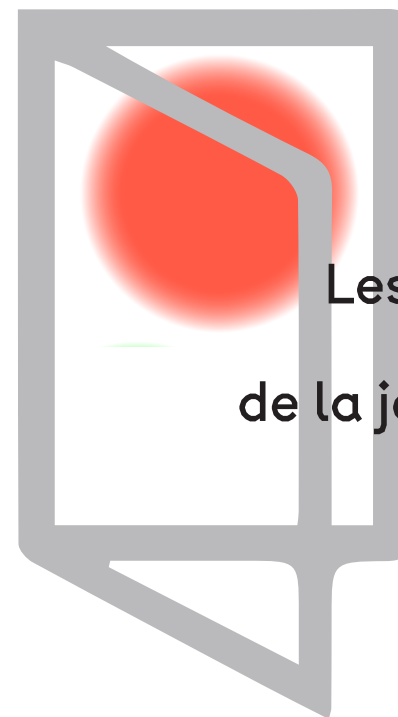


Longtemps relégués aux marges de l'imaginaire collectif, les métiers d'art demeurent largement méconnus des jeunes générations. Pourtant, ils incarnent un secteur d'une vitalité insoupçonnée, où se rencontrent savoir-faire, créativité et durabilité.

Issu d'une recherche approfondie et nourri d'entretiens avec artisans, enseignants et acteurs institutionnels, cette étude retrace les initiatives qui tentent de rapprocher la jeunesse de ces professions d'exception. Entre politiques publiques, engagements associatifs et projets novateurs, il dévoile les forces et les fragilités d'un patrimoine vivant en quête de transmission.

Un regard attentif sur l'avenir des métiers d'art, au croisement de la mémoire et de l'innovation.



Alys Bruneau

Les métiers d'art à la (re)conquête de la jeunesse

Écrire demain - Regards d'étudiants

OPC
— OBSERVATOIRE
DES POLITIQUES
CULTURELLES

Dauphine | PSL 
UNIVERSITÉ PARIS

La collection *Écrire demain – Regards d'étudiants* a été imaginée en partenariat avec l'université Paris Dauphine et elle s'est enrichie, au fil du temps, de productions issues d'autres universités (Sciences Po Grenoble, université Grenoble Alpes, HEC Paris, université Lyon 2...).

Elle rassemble des articles écrits par des étudiant·e·s en Master Culture à partir des mémoires qu'ils et elles ont produits. C'est dans cet esprit qu'a été créée cette collection : partager avec le grand public des travaux dont la valeur reste souvent méconnue faute de diffusion. Pourtant, les sujets et les terrains choisis vont au-delà du « simple » exercice universitaire, ils explorent des zones d'ombre ou des utopies à défendre, de même qu'ils aident à requestionner des schémas tenus pour acquis. Garder cette possibilité d'étonnement à l'égard des nouveaux objets d'attention d'une future génération de professionnels de la culture est autant un indicateur qu'une boussole auxquels nous souhaitons donner de la visibilité sur le média de l'OPC.

Sommaire

Introduction	2
Une prise de conscience tardive des pouvoirs publics : l'avènement de la stratégie nationale des métiers d'art	6
L'éveil d'une reconnaissance institutionnelle	6
Une politique interministérielle inédite en faveur des métiers d'art : la jeunesse sur le devant de la scène	7
Renforcer sans innover : un plan qui met en lumière l'existant	8
Intéresser les jeunes aux métiers d'art : des initiatives plurielles	10
Provoquer la rencontre avec des artisans : échanger et pratiquer	10
Communiquer et orienter largement en utilisant les codes et canaux des adolescents	11
Une mise en lumière qui connaît des limites	13
Les métiers d'art : redorer sans idéaliser	13
Un secteur aux financements fluctuants : un appui nécessaire du mécénat privé ?	14
Conclusion	16
Bibliographie sélective	19
Annexes	21

Introduction

« **Q**uelle image les jeunes ont-ils des métiers d'art ? » À cette question, chaque professionnel rencontré lors de nos recherches a répondu de façon identique : au mieux aucune idée précise, au pire le cliché de l'artisan solitaire éclairé à la bougie dans son atelier. Ce constat unanime intrigue mais n'étonne pas : compliqué en effet pour tout un chacun de se figurer un guillocheur¹, un santonnier, un archetier, un relieur ou encore un plumassier.

Cette difficulté réside tout d'abord dans la multiplicité de ce que recouvrent les métiers d'art, dont la définition tardive demeure nébuleuse. Distingués de l'artisanat traditionnel depuis 1996, il faut attendre la loi du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises pour qu'ils soient légalement spécifiés. Les métiers d'art y sont caractérisés « par la maîtrise de gestes et de techniques en vue du travail de la matière et nécessitant un apport artistique ». Cette description est complétée en 2015 par un arrêté fixant la liste de 281 métiers d'art répartis en seize domaines d'activité², puis par la loi relative à la liberté de création, à l'architecture et au patrimoine de 2016 reconnaissant les métiers d'art comme secteur à part entière. Ce cadre juridique informe sur la pluralité de ces métiers, de la diversité des disciplines à la variété des statuts

1. Un guillocheur réalise des sillons fins formant des motifs répétitifs et géométriques en relief sur des surfaces métalliques, comme des cadrans de montres.

2. 1 : ameublement et décoration ; 2 : architecture et jardins ; 3 : bijouterie, joaillerie, orfèvrerie, horlogerie ; 4 : céramique ; 5 : cuir ; 6 : facture instrumentale ; 7 : jeux, jouets et ouvrages mécaniques ; 8 : luminaire ; 9 : métal ; 10 : mode et accessoires ; 11 : papier, graphisme et impression ; 12 : restauration ; 13 : spectacle ; 14 : tabletterie ; 15 : textile ; 16 : verre et cristal.

des professionnels. Les artisans d'art peuvent être salariés d'entreprises, professionnels libéraux, fonctionnaires ou encore artistes-auteurs.

Toutefois, l'absence de représentation des métiers d'art chez les jeunes se situerait plutôt dans leur méconnaissance globale des métiers existants. Selon, la déléguée générale du Comité Colbert, ils « *arrivent en classe de terminale avec la connaissance de sept métiers seulement* » (Benai et Rubin, 2022). Les professions les plus visibles (médecin, enseignant, boulanger, etc.) sont bien identifiées tandis que celles comme lunetier, charpentier, tailleur ou forgeron restent davantage méconnues. Autrefois omniprésents dans la vie quotidienne, ces métiers ont peu à peu disparu de la société. Longtemps transmis de génération en génération, ils ont pâti de la dévalorisation progressive du travail manuel dans un système éducatif centré sur les savoirs académiques. Faute d'expériences concrètes avec la matière, les jeunes ont aujourd'hui moins d'occasions de se découvrir un goût pour la pratique manuelle. Au moment de leur orientation, ils se tournent donc majoritairement vers une voie générale, les filières professionnelles et techniques restant perçues comme des choix par défaut, souvent associés à un échec scolaire.

Susciter l'intérêt des jeunes pour ces métiers relève d'un réel enjeu de société car, sans renouvellement générationnel, la transmission de certains savoir-faire est en péril. Cette pénurie de main-d'œuvre qualifiée affecte la préservation des patrimoines immatériel et matériel, par manque notamment de restaurateurs pour en assurer la continuité. Pourtant, les métiers d'art ne se limitent pas uniquement au secteur culturel : ils représentent également un pan important de l'économie nationale. En

2023, la France comptait plus de 234 000 entreprises³ actives dans ce domaine, mobilisant près de 500 000 professionnels et générant 68 milliards d'euros de chiffre d'affaires, dont 9 milliards à l'export⁴. Ce dynamisme économique, réel, coexiste cependant avec des fragilités considérables. Non délocalisables, les savoir-faire sont ancrés dans les territoires, et constituent un héritage culturel convoité à l'international, contribuant ainsi au rayonnement de la culture française. Mais derrière cette vitrine se cache une tension croissante : de nombreuses structures peinent à recruter, y compris les grandes maisons de luxe comme Hermès ou Louis Vuitton, pourtant emblèmes de l'excellence artisanale française.

Enfin, à l'heure du tout jetable et des problématiques environnementales actuelles, les métiers d'art apparaissent comme un idéal de production, alliant qualité, localité et durabilité. Attirer l'attention des jeunes sur ces métiers revient à former les consommateurs de demain.

Il apparaît donc essentiel de les sensibiliser à ce domaine. Comment transformer durablement leur perception de ces professions et dans quelle mesure les initiatives tant publiques que privées répondent-elles à cet enjeu ?

Pour explorer ces questions, il a semblé indispensable de recueillir la parole de ceux qui œuvrent depuis des années à la promotion et à la transmission de ces savoir-faire. En dehors de quelques rapports institutionnels retraçant l'évolution des métiers d'art depuis 1976,

la littérature disponible sur le sujet reste limitée, dépassée (Jourdain, 2014) ou peu fournie. C'est pourquoi vingt-deux entretiens ont été menés avec des professionnels issus d'horizons variés – artisans, enseignants, responsables associatifs et institutionnels – engagés au quotidien pour faire connaître ces métiers auprès du jeune public⁵.

3. 96,2 % sont des microentreprises, 3,6 % des petites et moyennes entreprises et 0,2 % des entreprises de taille intermédiaire ou grandes entreprises.

4. Institut pour les savoir-faire français et XERFI Specific, [Les Éclaireurs – Mesurer le poids économique des entreprises des métiers d'art et savoir-faire d'exception. Rapport final](#), novembre 2024.

Une prise de conscience tardive des pouvoirs publics : l'avènement de la stratégie nationale des métiers d'art

L'éveil d'une reconnaissance institutionnelle

La jeunesse a longtemps constitué un sujet secondaire pour les pouvoirs publics en matière de métiers d'art. À partir du milieu des années 1970, une volonté publique législative commence à se dessiner, portée par la commande de rapports visant à établir un état des lieux du secteur. Nous avons consulté ces sources primaires afin d'analyser les occurrences relatives aux jeunes et à leur prise en compte. Le rapport de Pierre Dehay de 1976 pointe déjà la dévalorisation du travail manuel et l'absence de sensibilisation des jeunes, et recommande l'introduction de pratiques artisanales à l'école. Quelque trois décennies plus tard, Catherine Dumas (2009) souligne dans son étude l'importance de moderniser l'image des métiers manuels auprès du grand public, incluant les jeunes. Enfin, les travaux de Philippe Huppé (2018 et 2022) insistent sur la nécessité de mettre en place des actions ciblées pour en renforcer l'attractivité, notamment grâce à l'éducation artistique et culturelle. Ainsi, en parallèle de la reconnaissance progressive du secteur, l'attention portée au jeune public s'est affirmée en un demi-siècle, jusqu'à aboutir à la stratégie nationale en faveur des métiers d'art de 2023 qui consacre pour la première fois la jeunesse comme priorité d'action.

Une politique interministérielle inédite en faveur des métiers d'art : la jeunesse sur le devant de la scène

Le 30 mai 2023, Rima Abdul Malak, ministre de la Culture et Olivia Grégoire, ministre déléguée du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme dévoilent la stratégie nationale en faveur des métiers d'art. Dotée de 340 millions d'euros sur trois ans, cette politique publique vise à restructurer et dynamiser un secteur fragilisé. Derrière cette alliance interministérielle sans précédent se cachent probablement des intérêts économiques sous-jacents, auxquels les jeunes sont intrinsèquement liés, notamment au vu de la part conséquente d'emploi qu'offre ce secteur. Ainsi, la sensibilisation de la jeunesse y occupe une place inédite : elle constitue l'un des cinq axes majeurs du plan (« valoriser les métiers d'art auprès de la jeunesse »), et regroupe à elle seule un cinquième des mesures annoncées. Huit recommandations sont formulées : valorisation des Journées européennes des métiers d'art (JEMA), 1000 stages de 3^e dans les métiers d'art, plus de ressources pour l'orientation dans les métiers d'art, lancement d'une communauté de jeunes ambassadeurs (en lien avec le pass Culture), des équipes pédagogiques pour la découverte des métiers, des ateliers de découverte des métiers d'art pour 35 000 jeunes, le Mobilier National crée « Petit Mob » et le pass Culture propose 730 nouvelles activités d'initiation et de découverte de l'artisanat.

Si le ministère de l'Éducation nationale n'est pas porteur de la politique publique, il reste un acteur majeur pour agir auprès des jeunes. Il est ainsi associé directement à la mise en place d'une recommandation : réactualisation en lien avec l'Onisep des fiches métiers et d'orientation

vers les métiers d'art et leurs formations. Plusieurs mesures de la stratégie s'appuient aussi sur les outils qu'il déploie comme le plan de découverte des métiers ou qu'il copilote comme la plateforme Mon stage de 3^e.

Pour porter cette dynamique, des acteurs de terrain sont choisis. Gabrielle Légeret, fondatrice de l'association De l'or dans les mains, est nommée référente de l'axe jeunesse. Ce plan interministériel place donc explicitement les jeunes au cœur de sa stratégie, à travers des actions concrètes. Reste à savoir dans quelle mesure ces intentions produiront des effets durables.

Renforcer sans innover : un plan qui met en lumière l'existant

Avec huit recommandations à l'égard de la jeunesse, la stratégie nationale donne l'illusion d'avoir conçu une approche novatrice pour valoriser les métiers d'art auprès de ce public. Pourtant, pour les professionnels du secteur, ce plan apparaît davantage comme la continuité d'un travail engagé de longue date. Un membre du Mobilier National témoigne : « *Ce n'est pas le Plan métiers d'art qui a créé quelque chose. Une action politique ne sort pas de nulle part, elle s'appuie sur des choses existantes, elle est la manifestation ou la cristallisation de ce qui existe déjà* »⁶. En effet, les recommandations du plan misent plus largement sur le renforcement d'initiatives antérieures, telle la programmation culturelle des JEMA créées en 2002 ou encore le programme « À la découverte des métiers d'art » coordonné par l'Institut pour les savoir-faire français depuis 2016. À l'exception de la création du Petit Mob', les autres mesures s'appuient sur des dispositifs déjà en place comme le pass Culture ou la plateforme

Mon stage de 3^e. Elles mobilisent également des acteurs qui s'activent déjà depuis plusieurs années à la valorisation des métiers d'art, à l'instar du Comité Colbert, ou auprès du jeune public tel l'Onisep.

Peu de changements ont donc été perçus par les acteurs engagés depuis longtemps à l'issue de l'annonce du plan, d'autant que les financements supplémentaires accordés aux structures publiques ont rapidement diminué.

Toutefois, il a eu un impact positif en apportant une visibilité nouvelle à un secteur encore méconnu. Il a permis de mettre en lumière les acteurs, publics comme privés, déjà fortement mobilisés auprès de la jeunesse, tout en favorisant de nouvelles synergies. La campagne « Mon Métier Demain » de la Fondation Bettencourt Schueller via le pass Culture, en est un exemple. Ce coup de projecteur ouvre la voie à une coordination renforcée en faveur de la sensibilisation et de l'attractivité des métiers d'art.

6. Entretien avec un professionnel du Mobilier National, 5 juillet 2024.

Intéresser les jeunes aux métiers d'art : des initiatives plurielles

Provoquer la rencontre avec des artisans : échanger et pratiquer

Au cours de notre étude, nous avons rencontré des professionnels impliqués dans la mise en œuvre des mesures prévues par le plan. Une tendance commune se dégage des initiatives observées : elles s'adressent prioritairement aux élèves, à travers des projets conçus sur le long terme et inscrits dans le programme scolaire. Cette modalité séduit les enseignants, qui y voient une occasion d'enrichir leurs pratiques pédagogiques. Qu'il s'agisse de Manufacto développé par la Fondation Hermès, du programme « Je découvre les métiers manuels » proposé par De l'or dans les mains, de « Tous Artisan » porté par le Campus Versailles ou encore de « À la découverte des métiers d'art » lancé par l'Institut pour les savoir-faire français, tous permettent aux élèves de rencontrer des artisans professionnels et de s'initier à leur savoir-faire avec de véritables outils. Chez plusieurs élèves, ces ateliers sont une source de valorisation personnelle et parfois le début d'une vocation. Une professionnelle du Campus Versailles confirme : « *pour certains élèves, le changement a été radical et ils vont s'inscrire l'année prochaine dans des formations en lien avec les métiers découverts*⁷ ». On mesure l'enthousiasme pour ces programmes : De l'or dans les mains comptait 1 500 bénéficiaires en 2022-2023 et le double l'année suivante⁸.

7. Entretien avec une professionnelle du Campus Versailles, 21 juin 2024.

8. 3 197 élèves ont bénéficié des actions de l'association De l'or dans les mains en 2023-2024. Ces données sont issues du rapport d'activité 2023-2024 de l'association.

Si le public scolaire est dit « captif », il est plus difficile d'intéresser les jeunes sur leur temps libre. Le musée des Arts Décoratifs, le Jardin des métiers d'Art et du Design (JAD) ou encore le 19M (à l'initiative de la maison Chanel) tentent d'y remédier en visant les parents à la recherche d'activités pour leurs enfants en leur proposant des ateliers d'initiation à l'artisanat pensés pour le jeune public. Une approche partagée par les Journées Européennes des Métiers d'Art pendant lesquelles les artisans organisent sur réservation de courts ateliers pour les familles.

Adapter l'offre à la cible est donc primordial, mais il est aussi nécessaire d'utiliser les bons moyens de communication pour la faire connaître.

Communiquer et orienter largement en utilisant les codes et canaux des adolescents

Les professionnels du secteur des métiers d'art ont bien saisi l'importance d'une communication adaptée au jeune public et partagent régulièrement du contenu sur les plateformes qu'il fréquente. Pour promouvoir les Journées Européennes des Métiers d'Art auprès des 10-18 ans, l'Institut pour les savoir-faire français a ainsi collaboré avec Bayard Media, éditeur jeunesse, afin de produire des vidéos de présentation sur TikTok et YouTube via les comptes des magazines *Okapi* (1,6 million de vues) et *Phosphore* (plus de 110 000 vues)⁹. Une professionnelle du Comité Colbert souligne la pertinence de ces canaux : « *Les métiers d'art sont très visuels et manuels, il y a une vraie place à prendre sur les réseaux sociaux. Il faut*

9. Institut pour les savoir-faire français, *Journées européennes des métiers d'art - Sur le bout des doigts*, bilan, 02-07 avril 2024, Paris, 2024.

se faire accompagner pour respecter les codes, mais c'est vraiment un outil indispensable¹⁰ ». À l'occasion du forum Des de(ux) mains du luxe, combinant stands et ateliers, le Comité a lancé son propre compte TikTok pour relayer l'évènement. Le hashtag « savoir-faire », utilisé dans le cadre d'une collaboration avec la plateforme, a permis d'en accroître la visibilité.

Les outils numériques servent également de leviers pour valoriser des dispositifs d'orientation repensés, à l'image de la campagne YouTube « Mon Métier Demain » lancée par la Fondation Bettencourt Schueller. Dans ces vidéos d'une minute, des apprentis – tapissier, ciseuse ou chapelière en formation – présentent leur savoir-faire. Pensés par les jeunes pour leurs pairs, ces portraits déconstruisent les stéréotypes de genre en mettant en scène, par exemple, un parurier floral ou une tailleuse de pierre, facilitant ainsi l'identification. Ils visent à susciter des vocations, orienter les profils intéressés et sensibiliser les parents à ces parcours professionnels.

En ciblant directement les jeunes sur leurs plateformes de prédilection, ces initiatives renforcent la visibilité des métiers d'art à l'échelle nationale. Le numérique vient ainsi prolonger les événements en présentiel, à la condition de proposer une information claire, équilibrée et accessible – qu'il s'agisse des perspectives offertes ou des réelles contraintes du métier.

¹⁰. Entretien avec une professionnelle du Comité Colbert, 21 juin 2024.

Une mise en lumière qui connaît des limites

Les métiers d'art : redorer sans idéaliser

Bien que de nombreux métiers d'art soient aujourd'hui en tension et que l'orientation des jeunes dans ces voies semble plus que nécessaire, il ne faudrait pas pour autant leur donner une image idéalisée du secteur. S'ils sont passionnants et gratifiants, ils peuvent aussi s'avérer difficiles et exigeants.

La question de la rémunération constitue un point clé à aborder avec les jeunes comme, l'explique Philippe Huppé, historien et ancien député : « *un professionnel sur deux est en dessous du SMIC, un professionnel sur deux n'en vit pas ou peu¹¹ »*. Cette réalité varie cependant selon les métiers et dépend de la loi de l'offre et de la demande. Par exemple, un ébéniste en Île-de-France rencontrera davantage de difficultés d'insertion qu'un coupeur ou un lapidaire, très recherchés dans le secteur du luxe. Au-delà des revenus, la diversité des statuts et des environnements de travail est aussi un autre paramètre à prendre en compte. Les artisans indépendants doivent faire face à une série de contraintes administratives, tels la déclaration de création d'entreprise artisanale ou le paiement de la taxe consulaire. Ces obligations pèsent sur les autoentrepreneurs qui ne peuvent se consacrer exclusivement à

¹¹. Verbatim issu d'un épisode du podcast The Craft Project, « #42 - Philippe Huppé, un député au combat pour les métiers d'art », 25 avril 2020.

leur pratique. Leur installation dépend également de multiples facteurs : emplacement de l'atelier, capacité à développer une clientèle, disponibilité importante. Intégrer une grande entreprise, notamment dans le luxe, permet d'échapper à ces responsabilités mais implique d'autres contraintes : spécialisation sur une tâche unique, horaires et rémunération peu flexibles, liberté créative limitée.

Les conditions de travail varient considérablement selon les secteurs et les métiers. Il est donc essentiel de présenter aux jeunes un portrait réaliste des métiers d'art, afin d'éviter qu'une représentation idéalisée ne conduise à une désillusion une fois en activité.

Un secteur aux financements fluctuants : un appui nécessaire du mécénat privé ?

Offrir aux jeunes une image réaliste des métiers d'art suppose également de reconnaître les défis structurels auxquels le secteur est confronté. Situé à la croisée de l'économie et de la culture, il bénéficie d'une reconnaissance ministérielle, mais reste en marge des priorités publiques. Si le plan gouvernemental a permis d'accroître sa visibilité, l'engagement de l'État a vite décliné : après le remaniement ministériel de janvier 2024, le plan a été mis de côté et les financements drastiquement réduits. Les recommandations prévoyaient plus de 2,4 millions d'euros entre 2023 et 2025 pour renforcer la programmation culturelle des Journées Européennes des Métiers d'Art. Or, selon le bilan 2024, le budget global n'atteint que 1524834 euros, contre 1737367 en 2022. Le volet communication a été particulièrement touché, passant de 797589 à 381319 euros¹². En 2025,

l'évènement annuel de valorisation des métiers d'art s'est retrouvé fragilisé : fin 2024, l'Institut pour les savoir-faire français, chargé de sa coordination, a connu de lourdes difficultés financières, entraînant la suppression de huit postes. Pour la première fois, une participation financière a été demandée aux artisans.

Deux ans après l'annonce du plan, le désengagement de l'État apparaît manifeste. Pourtant, une grande partie des recommandations en faveur des jeunes a pu être mise en œuvre, portée par l'engagement de certains acteurs, notamment privés. Le Petit Mob', lieu d'initiation des jeunes aux métiers d'art au sein du Mobilier National, en offre une illustration réussie, rendue possible grâce à l'appui de la maison Chaumet. Les métiers d'art suscitent l'intérêt des mécènes, dont l'implication s'avère décisive : « *leur soutien est déterminant pour permettre à ce secteur dans son ensemble de vivre et même de survivre*¹³ » souligne Gabrielle Légeret, dont l'association est financée à 74 %¹⁴ par des fonds privés. Une remarque vérifiée par l'annonce en juillet 2025 de l'Institut pour les savoir-faire français : la fondation d'entreprise Michelin sera le mécène officiel de l'édition 2026 des JEMA. L'avenir des métiers d'art semble donc reposer sur l'appui du secteur privé et plus particulièrement des grandes entreprises ou maisons de luxe. Une aide quasiment nécessaire pour pallier la baisse des financements publics et permettre d'assurer la sensibilisation des jeunes générations et la pérennité des savoir-faire.

¹². Institut pour les savoir-faire français, *Journées européennes des métiers d'art - Sur le bout des doigts*, op. cit.

¹³. É. Chaverou, « *Métiers d'art : "Le plan gouvernemental de 2023 a été mis en partie sous le tapis et le secteur se bat pour sa survie"* », France Culture, 4 avril 2025.

¹⁴. De l'or dans les mains, *Reintégrer la pratique manuelle au collège*, rapport d'activité, 2023-2024, p. 90.

Conclusion

La stratégie nationale en faveur des métiers d'art a offert un coup de projecteur sans précédent à ce secteur encore peu connu, avant que celui-ci ne subisse d'importantes coupes budgétaires et un désengagement progressif de l'État. Cette première politique publique interministérielle a toutefois souligné la nécessité de faire connaître ces métiers aux jeunes, tout en mettant en valeur ceux qui œuvrent depuis des années à leur transmission.

Depuis, en dépit d'un soutien public en diminution, les acteurs de la stratégie redoublent d'efforts pour poursuivre leurs actions. Les initiatives à destination des jeunes se multiplient et rencontrent un vif succès. Les ateliers d'initiation à l'artisanat proposés par le 19M ou le Petit Mob' ne désemplissent pas. Les programmes proposés par De l'or dans les mains et la Fondation Hermès s'étendent chaque année à de nouvelles académies. De son côté, la Fondation Bettencourt Schueller vient de lancer la deuxième saison de sa campagne vidéo « Mon Métier Demain », tandis que le Comité Colbert prépare la cinquième édition de l'évènement « Les de(ux) mains du luxe », prévue en octobre 2025 au Grand Palais.

Malgré cette dynamique prometteuse, il reste très difficile de mesurer si les recommandations de la stratégie et les actions déployées ont eu un réel impact sur la perception qu'ont les jeunes de ces métiers. Aucune étude à notre connaissance n'a été menée dans ce sens. Nous

pouvons néanmoins citer le rapport public annuel de la Cour des comptes concernant l'accès des jeunes et à la formation. Publié le 19 mars 2025, il pointe l'augmentation des demandes des familles pour une formation professionnelle après la troisième, passant de 32,5 % en 2020 à 36,2 % en 2024. Cela témoigne selon elle de « réels progrès dans la valorisation de la voie professionnelle¹⁵ ». Si l'on ne peut pas corréler les informations, on peut sous-entendre que la perception générale de la société sur les métiers manuels auxquels on accède par la voie professionnelle évolue, même si cette progression demeure faible.

Ainsi, au-delà d'agir sur les jeunes comme le préconise la stratégie nationale, il faut continuer de faire évoluer l'image de l'opinion publique sur ces métiers. Un changement amorcé depuis quelque temps, rendu possible par une présence accrue de la figure de l'artisan dans l'espace public et les médias. Des podcasts, tels que *The Craft Project* ou *Histoires d'artisans*, donnent directement la parole à ceux qui façonnent la matière au quotidien. Le cinéma, les séries télévisées ou encore les musées contribuent également à cette reconnaissance croissante, tout comme les restaurations patrimoniales, de plus en plus médiatisées. Celle de Notre-Dame de Paris en est un exemple emblématique : les artisans ont été mis à l'honneur dans la programmation développée par l'établissement public Rebâtir Notre-Dame de Paris (expositions, mallette pédagogique, reportages, etc.), avant d'être célébrés dans le tableau *Synchronicité* lors de la cérémonie d'ouverture des jeux Olympiques de Paris 2024 puis applaudis au cours de la soirée de réouverture de la cathédrale.

Rendre visibles, à l'échelle nationale et internationale, ces artisans de l'ombre témoigne d'une reconnaissance en progression. Une dynamique qu'il convient désormais de pérenniser, en trouvant des soutiens durables, pour moderniser durablement leur image et susciter des vocations auprès de toutes les générations.

Bibliographie sélective

Ouvrage

— A. Jourdain, *Du cœur à l'ouvrage: les artisans d'art en France*, Paris, Belin, 2014.

Presse

— Y. Benaï, E. Rubin, « [Le Comité Colbert va convoquer des États généraux des métiers d'art](#) », *Geste/s* n°1, printemps 2022, p. 114-117.

— É. Chaverou, « [Métiers d'art: "Le plan gouvernemental de 2023 a été mis en partie sous le tapis et le secteur se bat pour sa survie"](#) », *France Culture*, 4 avril 2025..

Rapports gouvernementaux

— B. Bessot-Ballot, P. Huppé, [Rapport d'information \(...\) sur l'impact de la crise de la covid-19 et les nouvelles mutations du secteur des métiers d'excellence et métiers d'art](#), Paris, Assemblée nationale, commission des Affaires économiques, 16 février 2022.

— P. Dehaye, *Rapport à monsieur le président de la République sur les difficultés des métiers d'art*, Paris, Documentation française, 1976.

— C. Dumas, [Rapport 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, septembre 2009.

— P. Huppé, et al. *Rapport « France, métiers d'excellence »*, rapport à monsieur le Premier ministre, Paris, juin 2018.

— Cour des comptes, *Rapport public annuel de la Cour des comptes 2025*, Paris, 2025.

— Ministère de la Culture et ministère du Commerce, de l'Artisanat et du Tourisme, *Stratégie nationale en faveur des métiers d'art*, Paris, 30 mai 2023.

Publications diverses

— De l'or dans les mains, *Réintégrer la pratique manuelle au collège*, rapport d'activité, 2023-2024.

— Institut pour les Savoir-faire Français et Xerfi Specific, *Les Éclaireurs – Mesurer le poids économique des entreprises des métiers d'art et savoir-faire d'exception*, rapport final, Paris, 2024.

— Institut pour les Savoir-Faire Français, *Journées européennes des métiers d'art – Sur le bout des doigts*, bilan, 02-07 avril 2024, Paris, 2024.

— Podcast The Craft Project, « #42 - Philippe Huppé, un député au combat pour les métiers d'art », 25 avril 2020.

Annexes

Liste des entretiens

Par souci d'anonymisation, seules les organisations où travaillent les professionnels ont été conservées

Organisations :

- De l'or dans les mains
- Fondation Culture & Diversité
- Musée des Arts décoratifs
 - Onisep
- Lycée professionnel Porte d'Aquitaine à Thiviers
- Institut pour les savoir-faire français et Jardin des Métiers d'Art
 - Campus Versailles
 - Comité Colbert
 - Fondation Hermès
 - Fondation Bettencourt Schueller
- Les Compagnons du devoir et du Tour de France
 - Mobilier national
 - Bakila
- Lycée des métiers d'art Du Gesclin à Auray
 - Pass Culture
- Institut pour les savoir-faire français
- Délégation régionale académique pour l'éducation artistique et culturelle, Bretagne

Artisans indépendants :

- Créatrice de meubles et d'objets d'exception,
ébéniste, marqueteuse de paille
 - Artisane broderie sur métal
 - Horloger d'art
 - Artisane orfèvre