

Rendre désirables les métiers de l'artisanat

Edouard Eyglunet – Gabrielle Légeret

Face aux difficultés de recrutement des entreprises artisanales et des industries, il est impératif de retisser des liens entre l'artisanat et le grand public, pour créer un effet d'entraînement au profit de l'intelligence manuelle.

En France, en 2021, la part de l'industrie manufacturière dans le PIB est tombée à 9 % quand elle est de 19 % en [Allemagne](#).² Tandis que le discours politique insiste sur les enjeux de valorisation et de transmission des métiers manuels, notamment dans le cadre du plan « Métiers d'art », la nécessité d'ouvrir l'artisanat au grand public pour le rendre désirable se fait urgente. Pour susciter des vocations mais également pour changer nos habitudes de consommation.

Shein ou broderie faite main ?

Comment rendre désirable un métier manuel aux yeux des adolescents, quand cette nouvelle génération a pour rôle modèles des influenceurs qui consomment de la fast-fashion ? Près d'un quart des émissions de CO2 des Françaises de 15 à 17 ans sont causées par l'enseigne de fast fashion chinoise Shein, dont le modèle économique repose sans vergogne, sur l'épuisement de ressources à l'autre bout de la planète¹. Aujourd'hui, ce sont près de 65% des collégiens qui ne connaissent aucun métiers manuels². Ce chiffre est significatif : ces métiers ne font plus partie de l'univers et de l'imaginaire collectif des jeunes. Et pour cause : il n'y a plus aucun temps dans le cadre scolaire permettant aux jeunes de se confronter à la matière et au plaisir de faire avec leurs mains. Mais alors, comment susciter des vocations pour des métiers qui ne sont plus montrés à la jeunesse ?

Maman, ça gagne combien un artisan ?

Au-delà de l'enjeu d'accès à l'information de ces métiers et de ces savoir-faire, se dresse le frein financier. Un enfant, comme un parent, est persuadé qu'être vendeur chez Bouygues Télécom rémunère mieux que cordonnier. Dès lors, les premiers désirs d'orientation vers ces métiers se heurtent à une levée de boucliers : ceux des parents qui veulent éviter à leurs enfant une situation professionnelle précaire. Quand une directrice d'atelier de textile d'une grande maison confie qu'elle cherche des artisanes brodeuses qui ont 15 ans d'expérience pour un salaire de 2000 euros net, on peut comprendre que ces métiers ne soient pas désirables aux yeux des jeunes. Cet état de fait exige aujourd'hui une démarche volontariste de la part des grandes entreprises. Pour que leurs avancées en matière de recrutement tracent aussi un sillon au profit des métiers manuels. Il s'agit aussi de mettre en avant les réussites individuelles des *artisans-entrepreneurs* - indépendants ou chefs d'entreprise à salariés - qui peuvent être des modèles de réussites économiques dont les salaires n'ont rien à envier aux entreprises « traditionnelles ».

Soutenir financièrement les leviers de la transmission

Aujourd'hui, l'attrait des savoir-faire manuels est en grande partie subordonné au travail de transmission et de communication portés par les artisans. Il est temps de soutenir financièrement d'autres leviers de transmission et de communication et cesser de compter sur l'altruisme des artisans pour exposer et initier gratuitement, sous prétexte qu'ils exercent un « métier passion ». Aussi, *Wecandoo* permet aux professionnels d'ouvrir leurs portes au grand public tout en étant rémunéré. Au travers de ces immersions au cœur des ateliers, le citoyen

¹ Étude Teenage Lab by Pixpay, Mai 2022

² Mesure d'impact de l'association *De l'or dans les mains*.

découvre le quotidien d'un travailleur manuel et prend conscience de la valeur d'un produit. Ces mêmes professionnels sont également rémunérés pour intervenir au sein des collèges avec l'association *De l'or dans les mains* qui déploie, au sein des établissements scolaires, des programmes d'initiation à la pratique manuelle. Oui, la transmission, ce n'est pas uniquement former, c'est aussi sensibiliser.

Initier une révolution culturelle et environnementale

Initier, c'est susciter des vocations, mais c'est aussi sensibiliser au temps nécessaire pour fabriquer un meuble, aux provenance des matériaux, aux ressources locales, aux étapes nécessaires pour faire apparaître un vêtement sur terre. C'est sans doute par cette transmission que peu à peu, les citoyens choisiront de consommer différemment. Les lignes bougent. Pour la première fois, les pouvoirs publics se sont emparés de la question de l'artisanat à travers une stratégie nationale en faveur des métiers d'art, portée par Bercy et le ministère de la Culture. Les premières mesures en matière de jeunesse témoignent d'une volonté politique de mieux valoriser ces métiers auprès des jeunes. C'est une première victoire pour tout l'écosystème. Mais c'est toute la société qui a besoin d'être irriguée par l'artisanat, et plus largement l'intelligence manuelle.

Gabrielle Légeret

Présidente-fondatrice de l'association *De l'or dans les mains* et Référente "jeunesse" du Plan "Métiers d'art"

Edouard Eyglunet

Fondateur et CEO de Wecandoo