Des artisans d'art aux artisanes d'art

Ce que le genre fait aux métiers d'art indépendants

From Artist-Craftsmen to Artist-Craftswomen. What Gender Does to Independent Arts and Crafts

Anne Jourdain

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/travailemloi/7562>

DOI : 10.4000/travailemloi.7562

ISSN : 1775-416X

Éditeur

DARES - Ministère du Travail

Édition imprimée

Date de publication : 1 avril 2017

Pagination : 25-52

ISSN : 0224-4365

Référence électronique

Anne Jourdain, « Des artisans d'art aux artisanes d'art », *Travail et Emploi* [En ligne], 150 | avril-juin 2017, mis en ligne le 11 juillet 2019, consulté le 07 septembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/travailemloi/7562> ; DOI : 10.4000/travailemloi.7562

Des artisans d'art aux artisanes d'art

Ce que le genre fait aux métiers d'art indépendants

*Anne Jourdain**

De plus en plus de femmes s'installent à leur compte en tant que bijoutières, céramistes, maroquinières, etc. Cette féminisation de l'artisanat d'art met à mal les modèles traditionnels de transmission du métier de père en fils ou d'ascension sociale ouvrière par l'indépendance. De fait, la majorité des artisanes d'art sont des reconverties qui ont abandonné un emploi de cadre salariée pour devenir indépendantes. Consécutivement, elles n'investissent pas leur métier et leur entreprise de la même manière que les hommes : elles valorisent souvent davantage l'aspect créatif de leur activité que la composante technique. S'appuyant sur une double enquête quantitative et qualitative, l'article met en évidence les rapports profondément différenciés des femmes et des hommes à l'indépendance au sein d'un même univers professionnel. Sont finalement interrogés, en termes d'artification et de dépréciation, les effets sociaux et institutionnels de la féminisation de l'artisanat d'art.

Cinquante pourcents de femmes, cinquante pourcents d'hommes. La population des artisans d'art – dont le nombre estimé est compris entre 18 000 et 38 000 en France¹ – comprend autant de femmes que d'hommes dans notre échantillon de 947 individus enquêtés d'un point de vue quantitatif (encadré 1). Cette égale composition est en réalité le fruit d'une féminisation de l'artisanat d'art (ou des « métiers d'art ») qui s'est accélérée au cours des dernières années, comme nous le verrons. De plus en plus de femmes s'installent en effet à leur compte en tant que bijoutières,

* Université Paris-Dauphine, PSL Research University, CNRS [UMR 7170], Irisso, 75016 Paris, France ; anne.jourdain@dauphine.fr.

1. L'identification statistique rigoureuse des artisans d'art en France étant aujourd'hui impossible (encadré 2), les institutions de représentation avancent fréquemment le chiffre de 38 000 entreprises métiers d'art (<http://www.institut-metiersdart.org/metiers-d-art-en-France>, consulté le 27 septembre 2017), en s'appuyant sur leur lecture d'une enquête réalisée en 2002 par la Direction des entreprises commerciales, artisanales et de services. Selon cette enquête, qui utilise la nomenclature Nafa (Nomenclature d'activités française de l'artisanat), le nombre d'entreprises métiers d'art serait en réalité compris entre 18 000 (si l'on considère le « noyau central » des codes Nafa) et 38 000 (si l'on considère la « première périphérie »).

céramistes, maroquinières, etc. Ce faisant, elles mettent à mal les modèles traditionnels masculins de transmission du métier de père en fils ou d'ascension sociale ouvrière par l'indépendance (ZARCA, 1986). Simultanément, un autre phénomène contribue à renouveler ces modèles : la multiplication des reconversions dans l'artisanat d'art. De plus en plus de cadres décident ainsi vers l'âge de 35-40 ans d'abandonner leur carrière, leur rémunération et leur statut de salariés pour exercer en tant qu'indépendants un métier d'art réputé incertain et peu rémunérateur. Les deux phénomènes ne sont pas indépendants. La majorité des femmes artisanes d'art sont des reconverties et la majorité des artisans d'art reconvertis sont des femmes. De fait, l'accès aux métiers d'art indépendants² diffère selon le sexe. Consécutivement, les manières de travailler et de gérer sa petite entreprise d'artisanat d'art sont elles aussi profondément influencées par le genre.

Plus précisément, artisans d'art et artisanes d'art ne se positionnent pas de la même manière vis-à-vis du clivage entre art et artisanat qui structure de nos jours encore l'artisanat d'art, en dépit des efforts des institutions représentatives du domaine pour s'affranchir de cette distinction historiquement construite (JOURDAIN, 2012b). De fait, si la distinction entre la figure de l'artisan et celle de l'artiste n'a pas existé de tout temps ni en tous lieux (INAGA, 1995 ; MOULIN, 1983), elle s'est néanmoins établie dans les sociétés occidentales depuis la Renaissance. En France en particulier, l'artisan et l'artiste se distinguent par leurs modes de formation, leurs statuts juridiques, leurs marchés ou encore leurs modes de reconnaissance (MOULIN, 1992 ; ZARCA, 1986). La structuration de l'artisanat d'art aujourd'hui témoigne de la prégnance de ce clivage. Sa représentation institutionnelle est ainsi essentiellement partagée entre le ministère de la Culture et le ministère de l'Économie. Les artisans d'art et leurs entreprises sont éparpillés entre différentes inscriptions juridiques : certains relèvent des Chambres de métiers et de l'artisanat tandis que d'autres sont inscrits à la Maison des artistes ou directement à l'Urssaf³ comme « artistes libres ». L'artisanat d'art, tel qu'il est représenté par les institutions de promotion des métiers d'art (Ateliers d'art de France, Institut national des métiers d'art, etc.), ne constitue donc pas un sous-secteur de l'artisanat mais se situe à cheval entre monde de l'art et monde de l'artisanat. Un tel éclatement rend difficile la circonscription statistique de l'ensemble des artisans d'art (encadré 2). Nous proposons la définition minimale suivante : les « artisans d'art » sont des indépendants qui fabriquent eux-mêmes, éventuellement avec l'aide de salariés, des objets matériels à vocation esthétique à partir de savoir-faire appliqués à un matériau non périssable (bois, textile, verre, etc.) dans l'optique de les vendre. Nous montrerons que les femmes revendiquent une conception plus artistique de leur activité indépendante que les hommes, qui se réfèrent davantage à l'artisanat traditionnel.

2. Le terme « artisans d'art » renvoie à des indépendants ou à des chefs d'entreprise. Le terme plus général de « professionnels des métiers d'art » regroupe à la fois les indépendants et les salariés (ces derniers étant parfois qualifiés d'« ouvriers d'art »). Notons que les indépendants sont plus nombreux que les salariés dans le domaine étudié.

3. Union de recouvrement des cotisations de sécurité sociale et d'allocations familiales.

Notre article se propose ainsi d'observer les différences sexuées du travail indépendant à l'échelle d'un domaine professionnel particulier, celui de l'artisanat d'art. Si les secteurs d'activité investis par les indépendants diffèrent selon le sexe (FOUQUET, 2005), nous montrons que les rapports des femmes et des hommes et à l'indépendance sont aussi profondément différenciés au sein d'un même univers professionnel. Ce faisant, il ne s'agit pas d'analyser la répartition du travail entre conjoints au sein d'entreprises familiales, comme l'ont par exemple fait les sociologues du genre en mettant en évidence la division sexuée entre travail productif et reproductif (DELPHY, 1998) ou la plupart des travaux sur le travail indépendant (BESSIÈRE, 2010). Sans occulter le rôle des conjoints, il s'agit plutôt d'étudier dans quelle mesure les différentes manières d'être chef d'entreprise dans l'artisanat d'art relèvent à la fois d'une question de genre, c'est-à-dire d'une construction sociale des rôles sexués et d'une question de trajectoire sociale.

Au-delà de l'analyse synchronique des différences observées entre les sexes, les effets du genre peuvent également être envisagés de manière diachronique en étudiant ce que la féminisation fait aux métiers d'art. Du point de vue des représentations sociales, l'artisan d'art est couramment rapproché des figures de l'artiste, de l'artisan ou encore de l'entrepreneur qui se caractérisent toutes par la référence au génie ou au talent, ce dernier étant naturalisé comme un trait masculin (CONSTANTINIDIS, 2014 ; TRASFORINI, 2007 ; ZARCA, 1986). Ces représentations ont des incidences sur la valeur sociale et économique des productions artistiques, artisanales et entrepreneuriales, qui respectent la hiérarchie imposée par la « domination masculine » (BOURDIEU, 1998). La féminisation des métiers d'art vient-elle bouleverser ces représentations et hiérarchies des valeurs ? Ouvre-t-elle la voie, au contraire, au développement de nouvelles inégalités genrées ?

ENCADRÉ 1

Une double enquête quantitative et qualitative

Nos résultats se fondent sur une double enquête quantitative et qualitative. En 2009-2010, nous avons fait passer un questionnaire par Internet auprès de 947 artisans d'art (472 femmes, 475 hommes) dont la plupart étaient des adhérents d'institutions nationales de promotion des métiers d'art. Ce questionnaire nous a permis de cerner statistiquement les effets de la variable « sexe » sur les façons de devenir et d'être artisan-e d'art aujourd'hui.

Nos données qualitatives proviennent avant tout d'entretiens réalisés avec 92 artisan-e-s d'art (céramistes, ébénistes, vitraillistes, etc. ; 56 femmes, 36 hommes) et 28 acteurs institutionnels engagés dans la promotion des métiers d'art en France. Nous avons pris soin d'interroger des professionnel-le-s de différents métiers, de différentes régions, de différents âges, mais aussi des artisan-e-s d'art plus ou moins impliqué-e-s dans les institutions professionnelles.

ENCADRÉ 2

L'identification statistique des artisans d'art : une difficulté méthodologique

Le recueil de données quantitatives par la passation d'un questionnaire (encadré 1) s'explique par l'impossibilité d'obtenir des données satisfaisantes sur les artisans d'art à partir de la statistique publique ou des organisations professionnelles. De fait, le défaut d'institutionnalisation de la catégorie « métiers d'art » (JOURDAIN, 2014a) se traduit par l'impossibilité d'une identification statistique rigoureuse des artisans d'art en France.

Dans le domaine de la statistique publique, la nomenclature des Professions et catégories socioprofessionnelles (PCS) propose pourtant la catégorie 214e « Artisans d'art » intégrée aux « Artisans ». Cependant, contrairement aux autres catégories socioprofessionnelles, celle-ci repose sur une liste exhaustive de métiers¹. Outre cette particularité, elle s'avère relativement restrictive car seuls y figurent les professionnels inscrits au répertoire des métiers des chambres de métiers et de l'artisanat (ils ont généralement moins de dix salariés) ayant obtenu le titre honorifique d'« artisan d'art ». Or, selon l'acception qu'en donnent aujourd'hui les principales organisations professionnelles, les artisans d'art peuvent aussi être classés parmi les « artistes plasticiens » (rubrique 354a des PCS), les « chefs d'entreprise de dix salariés ou plus » (rubrique 233b) ou encore parmi les diverses autres catégories d'artisans (« artisans de l'habillement, du textile et du cuir » [213a], « artisans de l'ameublement » [214b], etc.). La rubrique « Artisans d'art » échoue donc à représenter statistiquement l'ensemble des professionnels habituellement considérés comme artisans d'art. Abandonnant l'idée de travailler à partir du recensement du fait de l'absence de variables relatives au statut social, nous avons tenté de récolter des données à partir de l'enquête *Emploi en continu* 2007. Sur cette base de données comptant 289 433 individus, seuls 76 se définissaient par la catégorie 214e². En plus des défauts de cette dernière, l'étrécissement de l'échantillon obtenu – celui-ci comportant moins d'individus que notre échantillon qualitatif de 92 artisans d'art – rendait son exploitation statistique inappropriée.

Dans le domaine des organisations professionnelles, existe depuis 2006 un Observatoire des métiers d'art qui produit, avec le politiste Dominique Reynié, des études statistiques sous le nom de *Baromètre* et qui dépend de la chambre syndicale des Ateliers d'art de France. Sa limite est de se restreindre aux seuls adhérents de la chambre syndicale (seuls destinataires du questionnaire associé au *Baromètre*) qui, comme le montre notre double enquête quantitative et qualitative, se caractérisent par des profils très particuliers.

Face à l'absence de données statistiques de seconde main satisfaisantes, nous avons décidé de mener nous-même une enquête par questionnaire afin de produire nos propres données quantitatives. Le principal biais de constitution de notre échantillon quantitatif est le suivant : les répondants sont principalement (mais pas uniquement) des membres d'organisations professionnelles (par l'intermédiaire desquelles nous avons notamment

1. La « liste des métiers de l'artisanat d'art » édictée le 12 décembre 2003 référençait 217 métiers en France : forgeron, restaurateur de tableaux, bijoutier, pipier, vannier, gantier, dinandier, céramiste, tisserand, verrier, etc. Cette liste ayant été contestée par des artisans d'art ne s'y retrouvant pas, une nouvelle « liste des métiers d'art » comprenant désormais 281 activités est entrée en vigueur le 31 janvier 2016.

2. Nous avons également travaillé à partir des codes NAF (Nomenclature d'activités française), sans résultat satisfaisant.

diffusé notre questionnaire) qui ont accès à Internet. Il est par ailleurs impossible de déterminer si notre échantillon est représentatif de la population des artisans d'art en France dans la mesure où il n'existe pas d'identification statistique rigoureuse de cette population. En revanche, il est suffisamment large et diversifié pour que nous puissions y repérer différents pôles structurant l'artisanat d'art.

La comparaison de notre échantillon quantitatif avec ceux issus de l'enquête *Emploi* 2007 et du *Baromètre* 2010 de l'Observatoire des métiers d'art permet de mettre en évidence les limites respectives des différentes sources statistiques (tableau). Les 76 individus de l'enquête *Emploi* 2007, qui relèvent *a priori* tous des Chambres de métiers et de l'artisanat, sont davantage des hommes, relativement plus âgés et moins diplômés. Inversement, les 972 répondants au *Baromètre* (adhérents de la chambre syndicale des Ateliers d'art) sont davantage des femmes, relativement plus jeunes et diplômées³. En comprenant des membres non pas d'une mais de diverses institutions relatives aux métiers d'art, notre échantillon de 947 artisans d'art se situe entre les deux situations exposées ci-dessus qui, comme le révèle notre analyse (développée ci-après), représentent deux pôles structurants de l'artisanat d'art aujourd'hui.

TABLEAU – Comparaison de notre échantillon avec les données de l'enquête *Emploi* 2007 et du *Baromètre* 2010 de l'Observatoire des métiers d'art

	Notre enquête par questionnaire 2009-2010	Enquête <i>Emploi</i> 2007	<i>Baromètre</i> Observatoire des métiers d'art 2010
En %			
Sexe			
Femme	50	47	55
Homme	50	53	45
Âge			
15-29 ans	2	3	4
30-39 ans	14	3	19
40-49 ans	29	41	37
50-59 ans	37	37	32
60 ans et plus	17	17	8
Âge et sexe			
15-29 ans			
Femme	74	*	nc
Homme	26	*	nc
30-39 ans			
Femme	62	*	nc
Homme	38	*	nc
40-49 ans			
Femme	49	68	nc
Homme	51	32	nc

3. La différence de degré de féminisation selon les sources s'explique en partie par la date des enquêtes, l'enquête *Emploi* 2007 étant antérieure au *Baromètre* 2010. Néanmoins, seulement trois ans se sont écoulés entre les deux enquêtes. Et les données issues de notre questionnaire ont été récoltées la même année que celles du *Baromètre* 2010. Ces éléments nous invitent à penser que cette divergence n'est pas uniquement imputable à une question de date.

	Notre enquête par questionnaire 2009-2010	Enquête <i>Emploi</i> 2007	Baromètre Observatoire des métiers d'art 2010
50-59 ans			
Femme	47	18	nc
Homme	53	82	nc
60 ans et plus			
Femme	43	54	nc
Homme	57	46	nc
Diplôme le plus élevé			
Aucun ou autres	9	34	18
CAP, BEP ¹	20	18	13
Baccalauréat	16	18	15
Baccalauréat + 2	23	13	54
Supérieur au baccalauréat + 2	32	16	(bac + 2 et plus)
Statut social et fiscal			
Chambre de métiers et de l'artisanat et/ou Chambre de commerce et d'industrie	76	100	52
Maison des artistes	23	0	33
Urssaf (« artiste libre »)	10	0	15
Nc	1	0	0
Ensemble	100	100	100
<i>Effectifs (n)</i>	<i>947</i>	<i>76</i>	<i>972</i>
* : effectifs trop faibles pour que des proportions soient calculées ; « nc » : information non connue. 1. Certificat d'aptitude professionnelle ; brevet d'études professionnelles. <i>Lecture</i> : 74 % des artisan-e-s d'art âgé-e-s de 15 à 29 ans sont des femmes selon notre enquête par questionnaire. <i>Sources</i> : base de données constituée par nos soins en 2009-2010, enquête <i>Emploi</i> 2007 et <i>Baromètre</i> 2010 de l'Observatoire des métiers d'art.			

À partir d'une analyse des correspondances multiples (ACM) conduite sur notre échantillon, nous montrons dans un premier temps que l'espace des artisans d'art est polarisé selon une logique de genre. Nous décrivons dans un second temps, à l'aide notamment de notre enquête qualitative, les trajectoires différenciées des femmes et des hommes par rapport à l'indépendance et nous expliquons en quoi leurs manières de travailler et de gérer l'entreprise diffèrent. En conclusion, nous interrogeons les effets sociaux et institutionnels de la féminisation de l'artisanat d'art.

L'espace des artisans d'art polarisé par le genre

Féminisation et multiplication des reconversions dans l'artisanat d'art

La féminisation des métiers d'art est une évolution largement constatée par les professionnels du milieu, et notamment par les formateurs. Candice, responsable de la tapisserie d'ameublement au Greta (groupement d'établissements pour la formation

continue) des Arts appliqués de Paris, nous confiait que les candidats à la formation continue dans son métier étaient exclusivement des femmes :

- « – Au niveau hommes/femmes, est-ce qu'il y a plus d'hommes, plus de femmes ?
- Que des femmes. Si j'ai un homme dans une année, c'est vraiment fantastique ! C'est un métier qui a complètement été délaissé par les hommes il y a une trentaine d'années on va dire, à peu près, peut-être même cinquante ans. »

(Candice, tapissière, Paris, 2 mars 2009)

Cette féminisation des métiers d'art, unanimement observée par les institutions du milieu (SEIGNOUREL, GAGNEROT, 2004), se traduit dans nos données quantitatives par le fait que les artisanes d'art sont plus jeunes que les artisans d'art. Elles sont âgées de 49 ans en moyenne, contre 52 ans pour les hommes. Plus généralement, les femmes sont plus nombreuses que les hommes parmi les jeunes artisans d'art et moins nombreuses parmi les plus âgés (tableau, *supra*). La féminisation est également présente dans la catégorie socioprofessionnelle 214e (« Artisan d'art ») pourtant très masculine : d'après les données du recensement, la part des femmes y est passée de 23 % à 39 % entre 1990 et 2009 (GOUYON, PATUREAU, 2013). Par ailleurs, les données des quatre éditions du *Baromètre* de l'Observatoire des métiers d'art témoignent d'une féminisation toujours en cours des adhérents de la chambre syndicale des Ateliers d'art de France : le pourcentage des femmes parmi les répondants était de 50 % en 2006, de 50 % en 2008, de 55 % en 2010 et de 66 % en 2014.

Plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour expliquer cette féminisation : l'élévation du niveau d'étude des femmes et l'augmentation de leur taux d'activité depuis les années 1960, la féminisation des pratiques culturelles (DONNAT, 2005), les multiples dispositifs visant aujourd'hui à favoriser « l'entrepreneuriat au féminin » (BEL, 2009) ou encore le phénomène des *mompreneurs* décrit ci-après et dans l'article de Julie LANDOUR (2017) figurant dans le présent dossier.

Dans les faits pourtant, selon un phénomène classique de ségrégation horizontale (MARUANI, 2000), les femmes ne s'orientent pas vers les mêmes métiers d'art que les hommes. Les métiers du bois, du métal, de la pierre, ou encore de la facture instrumentale, sont aujourd'hui davantage exercés par des hommes tandis que ceux de la céramique, de la décoration et de la mode, auparavant essentiellement exercés par des hommes (graphique 1), apparaissent désormais comme plutôt féminins.

GRAPHIQUE 1 – Pourcentage de femmes par type de métier d'art⁴

Lecture : 79 % des artisans d'art exerçant un métier relatif à la décoration sont des femmes.

Champ : échantillon de 947 artisans d'art.

Source : base de données constituée par nos soins en 2009-2010.

La féminisation mise au jour n'est pas sans lien avec une autre évolution majeure : la multiplication des reconversions professionnelles vers l'artisanat d'art. De fait, 63 % des artisan·e·s d'art de notre échantillon sont des reconverti·e·s. La plupart d'entre eux·elles exerçaient auparavant une profession prestigieuse et rémunératrice : 34 % étaient cadres ou exerçaient une profession intellectuelle supérieure, 34 % relevaient des professions intermédiaires. Ces reconverti·e·s sont par ailleurs majoritairement des femmes (57 %) et, en sens inverse, les artisanes d'art sont davantage des reconverties (72 %). Les reconversions professionnelles aux métiers d'art sont donc aujourd'hui majoritairement féminines et ne relèvent pas d'une logique d'ascension sociale (JOURDAIN, 2014b).

4. Les types de métiers d'art correspondent aux treize domaines définis par la liste des métiers de l'artisanat d'art édictée en 2003. Le choix de reprendre ces catégories officielles dans notre questionnaire s'explique par le fait que les artisans d'art eux-mêmes s'y réfèrent le plus souvent.

Certaines des reconversions féminines peuvent s'expliquer à partir du phénomène actuel des *mompreneurs*. Contraction anglaise des mots *mom* et *entrepreneurs*, ce néologisme désigne « des femmes qui, devenues mères, créent une activité indépendante » (LANDOUR, 2015, p. 137). L'engagement dans un métier d'art relèverait en partie d'une logique d'organisation familiale pour ces *mompreneurs* issues des classes moyennes et supérieures. Les métiers d'art leur permettraient de concilier d'autant plus facilement travail et garde des enfants que l'atelier est souvent installé à proximité ou même à l'intérieur de l'habitation principale. Ces femmes sont d'ailleurs parfois devenues mères au foyer pendant un temps pour s'occuper de leurs enfants avant de se reconverter. C'est le cas de Karine, une céramiste des Yvelines qui nous a expliqué en quoi il lui semblait plus rationnel de rester à la maison plutôt que de continuer son travail d'assistante de communication :

« Pour moi, c'était vraiment l'idéal parce que j'avais pris le rythme de m'occuper beaucoup de mes filles. Et je ne voulais pas du jour au lendemain partir à sept ou huit heures le matin, rentrer à huit heures le soir. Pour pas grand-chose parce que bon... J'ai fait les comptes en fait. Je me suis dit : voilà, je vais travailler, elles vont aller tous les jours à la cantine, il y a la garderie le matin et le soir, le mercredi il va falloir que je les fasse garder... Une fois que je faisais le compte, ce qui me restait, c'était tellement négligeable que bon... Quand on en a besoin vraiment pour vivre... Mais là, par rapport à ce qu'on perdait en qualité de vie dans la maison. »

(Karine, céramiste, Yvelines, 16 novembre 2007)

Dans le cas de Karine, comme dans de nombreux autres, les revenus du conjoint apparaissent déterminants dans la décision de reconversion : ils financent l'ensemble des besoins familiaux, tandis que ceux de la femme sont considérés comme superflus « *pour vivre* ». On note d'ailleurs que 39 % des femmes reconverties (contre 18 % des hommes reconvertis) ont un conjoint cadre ou de profession intellectuelle supérieure. Comme le font remarquer Marie GILLET et Dominique JACQUES-JOUVENOT (1995), qui ont réalisé une étude sur les artisanes d'art, « les maris acceptent donc que leurs femmes sortent de leur rôle social de mère et d'épouse à condition qu'elles y restent ! ». Toutes les reconversions féminines ne suivent cependant pas la logique des *mompreneurs*, comme nous le montrerons avec le cas d'Isabelle dans la deuxième partie⁵.

Les phénomènes massifs de féminisation et de multiplication des reconversions professionnelles achèvent de mettre à mal le modèle classique de transmission du métier de père en fils qui caractérise les métiers d'art traditionnels (ZARCA, 1986). En réalité, les reconversions professionnelles ne sont pas nouvelles dans l'artisanat d'art : dans les années 1960 et 1970, de nombreux éducateurs, professeurs, soignants, etc. sont devenus potiers, tisserands ou encore fabricants de bijoux lors du mouvement de « retour à la terre » (HERVIEU-LÉGER, HERVIEU, 2005). Les artisans d'art reconvertis

5. La part de *mompreneurs* dans notre échantillon quantitatif est impossible à déterminer. À titre indicatif, parmi l'ensemble des artisans d'art ayant répondu à notre questionnaire, la proportion de femmes reconverties à l'artisanat d'art et ayant au moins un enfant est de 27 %.

d'aujourd'hui diffèrent néanmoins des néo-artisans d'hier, notamment parce que ce sont majoritairement des femmes (JOURDAIN, 2014a). Ils sont aussi globalement plus nombreux parmi les artisans d'art. Seuls 9 % des répondants au questionnaire exercent le même métier d'art que leur père (graphique 2) (et 3 % le même métier d'art que leur mère). Au total, 14 % ont un père artisan d'art (et 4 % une mère artisan d'art).

Certes, si l'on ajoute à ce pourcentage les 17 % d'enquêtés qui ont un père artisan, commerçant ou chef d'entreprise, on obtient un total de 30 %, ce qui témoigne de la persistance de logiques de transmission d'un attachement à l'indépendance parmi les artisans d'art (ce pourcentage étant de 12 % parmi les hommes actifs occupés de 40 à 59 ans⁶). Mais 31 % des enquêtés ont un père cadre ou de profession intellectuelle supérieure (contre 8 % des hommes actifs occupés de 40 à 59 ans) : le recrutement des artisans d'art se fait donc bien aujourd'hui principalement dans les classes supérieures. Et ce sont les métiers d'art les plus masculins (au sens du graphique 1) qui font le plus l'objet de transmissions intergénérationnelles : les professionnels du métal (19 % d'entre eux), de la bijouterie (16 %), du bois (14 %) et de la facture instrumentale (13 %) exercent ainsi plus souvent que les autres le même métier d'art que leur père et ces métiers d'art comptent relativement peu de reconvertis.

GRAPHIQUE 2 – Profession du père des artisans d'art

Lecture : 31 % des artisans d'art ont un père cadre ou de profession intellectuelle supérieure (hors métiers d'art).

Champ : échantillon de 947 artisans d'art.

Source : base de données constituée par nos soins en 2009-2010.

6. Nous comparons les pourcentages obtenus sur notre échantillon aux pourcentages correspondants parmi les hommes actifs occupés de 40 à 59 ans dans la population française, selon les chiffres de l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), afin de faire ressortir les spécificités des artisans d'art.

Les deux phénomènes présentés ont des effets sur la façon dont sont exercés les métiers d'art. Les femmes et les reconverti-e-s (surtout les femmes) les investissent en effet avec leurs compétences, leurs envies et leurs manières d'être. Comme l'écrit Louise-Mirabelle BIHENG-MARTINON (2006, p. 13) à propos de femmes diplômées de l'enseignement supérieur devenues relieuses, « en immigrant vers le métier de relieur, un métier considéré comme hiérarchiquement inférieur, elles ne deviennent pas pour autant des artisans ayant [...] la culture artisanale ». L'artisanat d'art évolue sous l'effet de la féminisation et des nouvelles reconversions professionnelles.

La place différenciée des femmes et des hommes dans les métiers d'art

Le sexe apparaît aujourd'hui comme une variable centrale pour rendre compte de la manière dont se structure l'hétérogénéité des profils d'artisan-e-s d'art. C'est l'un des résultats auxquels nous conduit l'analyse des correspondances multiples (ACM) établie à partir de nos données quantitatives. Cette ACM est fondée sur neuf variables actives définissant simultanément des profils d'artisan-e-s d'art et de leur entreprise. Ces neuf variables et leurs nombres de modalités sont les suivants (nous avons en tout cinquante-cinq modalités actives) :

- l'âge de l'individu (6) ;
- la catégorie socioprofessionnelle du père (8) ;
- l'exercice ou non d'un métier d'art, d'un métier artistique ou d'un métier artisanal par une personne de la famille en dehors des parents (4) ;
- le nombre d'habitants dans la commune habitée (5) ;
- le niveau de diplôme (9) ;
- l'ancienneté de l'entreprise (6) ;
- l'importance de la présence du conjoint lors de l'exercice du métier d'art (5) ;
- le nombre d'heures consacrées par semaine au travail de fabrication (6) ;
- le nombre d'heures consacrées par semaine à la gestion de l'entreprise (6).

Le positionnement des modalités actives sur le premier plan factoriel, c'est-à-dire sur les deux premiers axes factoriels, figure sur le graphique 3⁷.

Le premier axe factoriel (horizontal) se présente comme un axe structuré par le type d'entreprise associé à un profil de dirigeant. D'un côté (à l'ouest du graphique), se trouvent essentiellement les entreprises les plus récemment créées, les artisans d'art les plus jeunes, ceux qui ont un père cadre et ceux qui ne viennent pas d'une famille exerçant un métier d'art. De l'autre (à l'est), apparaissent les entreprises les plus anciennes, les professionnels les plus âgés et les artisans d'art dont le père ou un membre de la famille a exercé le même métier d'art.

7. Les résultats précis de l'ACM (tableaux des valeurs propres, contributions, coordonnées, etc.) et de la classification ascendante hiérarchique (CAH) présentées dans cet article sont disponibles dans JOURDAIN, 2012a. Au total, 8,2 % de l'information totale sont restituées par le premier plan, le taux d'inertie modifié cumulé étant de 54,4 %.

GRAPHIQUE 3 – Positionnement des modalités actives sur le premier plan d’ACM

Champ : échantillon de 947 artisans d'art.

Source : base de données constituée par nos soins en 2009-2010, traitement avec le logiciel Spad.

GRAPHIQUE 4 – Positionnement de modalités supplémentaires sur le premier plan d'ACM

Champ : échantillon de 947 artisans d'art.
Source : base de données constituée par nos soins en 2009-2010, traitement avec le logiciel Spad.

Le second axe factoriel (vertical) peut être interprété comme un axe structuré par l'origine sociale et géographique des artisans d'art. Il oppose les artisans d'art disposant d'un CAP ou d'un BEP (au sud) et ceux qui ont obtenu un diplôme de niveau bac +5 (au nord). De père souvent ouvrier, les premiers vivent plutôt dans des communes de moins de 2 000 habitants. Parmi les seconds, se trouvent des filles ou fils de cadre et des professionnels habitant des communes de plus de 100 000 habitants dont Paris.

Dans l'espace factoriel ainsi construit, nous projetons d'autres variables, en particulier le sexe et le chiffre d'affaires de l'entreprise, afin d'apporter des éléments d'information supplémentaire. Le positionnement de ces modalités est visible sur le graphique 4.

Les graphiques 3 et 4 permettent de comprendre que la réussite économique des entreprises qui structure le premier axe factoriel est liée au sexe des artisans d'art. Les artisan·e·s d'art les plus jeunes à la tête d'entreprises récemment créées (à l'ouest des graphiques) sont ainsi plutôt des femmes, souvent reconverties, qui n'ont pas de salariés et qui ont un chiffre d'affaires inférieur à 40 000 euros. À l'inverse, les professionnels les plus âgés qui dirigent les entreprises les plus anciennes et qui sont issus de familles d'artisans d'art sont avant tout des hommes, qui travaillent généralement avec des salariés et qui réalisent un chiffre d'affaires de plus de 100 000 euros. Ils concentrent les titres honorifiques propres aux métiers d'art (Maîtres d'art, Entreprises du patrimoine vivant). Les artisans d'art les plus réputés sont ainsi des hommes. De surcroît, les premier·ère·s, qui dépendent plutôt juridiquement de la Maison des artistes et dont le métier d'art relève surtout de la décoration, de la mode ou du verre, se définissent essentiellement comme « artisan·e·s d'art », « artistes » ou « créateur·rice·s », tandis que les seconds, inscrits à la Chambre de métiers et de l'artisanat et/ou à la Chambre de commerce et d'industrie et exerçant des métiers comme la facture instrumentale, ou dans lesquels ils travaillent le métal ou le textile, se qualifient plutôt d'« artisans », de « professionnels des métiers d'art » ou de « chefs d'entreprise ». Le premier axe factoriel, qui est par construction le plus structurant, oppose donc des modes d'exercice et des conceptions de l'artisanat d'art typiquement féminins et masculins. Le graphique 5 permet de visualiser cette structuration de l'espace de l'artisanat d'art selon le sexe.

Comme le montrent les graphiques 4 et 5, la variable sexe est également corrélée au second axe factoriel, qui est vertical. Il apparaît ainsi que les artisanes d'art sont globalement plus diplômées que les artisans d'art, mais aussi d'origine sociale plus élevée et qu'elles habitent dans des communes plus urbaines. Artisanes d'art et artisans d'art n'ont donc pas les mêmes profils sociodémographiques. C'est aussi pourquoi leurs trajectoires d'accès aux métiers d'art diffèrent, ainsi que leurs manières de travailler et de gérer leur entreprise.

GRAPHIQUE 5 – Sous-nuages des femmes et des hommes et leurs ellipses de concentration sur le premier plan de l'ACM

Lecture : les femmes, représentées par les points noirs, se trouvent davantage au nord-ouest de l'espace dessiné par l'ACM, tandis que les hommes, représentés par les points gris, sont essentiellement au sud-est.

Champ : échantillon de 947 artisans d'art.

Source : base de données constituée par nos soins en 2009-2010, traitement avec le logiciel Spad.

Artisanes et artisans d'art : des trajectoires différenciées, des manières distinctes de travailler et de gérer l'entreprise

Trois idéaux-types genrés d'artisans d'art : les créatrices, les artisans d'élite et les fabricants

Raisonnement en termes d'idéaux-types permet de faire ressortir les particularités genrées des rapports à l'indépendance chez les artisan-e-s d'art. Pour cela, nous nous appuyons sur une classification ascendante hiérarchique (CAH) effectuée sur l'ensemble des axes factoriels de l'ACM. La CAH se traduit par une partition optimale en trois classes que nous avons nommées les « créatrices », les « artisans d'élite », les « fabricants ». Le graphique 6 représente la position de ces trois classes et de leurs ellipses de concentration sur le premier plan d'ACM.

GRAPHIQUE 6 – Nuage d’individus et projection des trois classes d’artisans d’art sur le premier plan d’ACM

Champ : échantillon de 947 artisans d'art.

Source : base de données constituée par nos soins en 2009-2010, traitement avec le logiciel Spad.

Parce qu'elles se caractérisent par la surreprésentation ou la sous-représentation de différentes modalités, les trois classes obtenues peuvent être considérées comme des profils moyens dont les artisan·e·s d'art sont plus ou moins proches. Les créatrices (nommées ainsi car ce sont essentiellement des femmes) et les artisans d'élite s'opposent essentiellement selon le premier axe factoriel, autrement dit en fonction de la réussite économique de leur entreprise et de leur conception des métiers d'art. Les fabricants s'opposent aux deux autres profils selon le second axe factoriel. D'origine sociale plus populaire et d'implantation géographique plus rurale, ils se rapprochent néanmoins des artisans d'élite par leur proximité avec le régime artisanal : nombre d'entre eux, titulaires d'un CAP, travaillent avec des salariés et avec leur conjoint·e selon une conception artisanale du métier. Ce sont aussi, comme les artisans d'élite, plus fréquemment des hommes. Du point de vue de la réussite économique de leur entreprise, ils se situent entre les artisans d'élite, prospères, et les créatrices, qui réalisent les chiffres d'affaires les plus faibles.

Isabelle, céramiste, est avant tout une créatrice. Henry, tapissier décorateur, fait partie des artisans d'élite. Roland, souffleur de verre, est plus proche des fabricants. Les entretiens que nous avons menés avec ces trois professionnel-le-s nous ont permis de dresser leurs portraits respectifs (encadrés 3, 4 et 5) et, ce faisant, de mettre au jour trois façons d'être artisan-e d'art correspondant aux idéaux-types précédemment distingués. Le positionnement sur le premier plan d'ACM de ces trois artisan-e-s d'art⁸ est précisé sur le graphique 6⁹.

ENCADRÉ 3

Portrait d'Isabelle, céramiste, « créatrice »

Isabelle, céramiste de 44 ans qui a ouvert son atelier-boutique dans le 10^e arrondissement de Paris, est une reconvertie. De parents ingénieurs, elle n'a jamais été sensibilisée aux métiers d'art durant son enfance. Après des études de droit, elle devient juriste dans une grande entreprise de courtage en assurances. Au bout de dix ans, l'évolution de ses tâches vers l'encadrement et la gestion lui déplait :

« Comme c'est souvent le cas dans les grosses boîtes, vous encadrez une équipe. Et puis, on vous demande d'évoluer en encadrant plus de gens, en faisant moins de boulot technique et plus de gestion. Et ça, c'est pas mon truc. Ça devenait insupportable. [...] J'avais fait aussi le tour de la question de ce job-là. Des dossiers plus intéressants en responsabilité civile produit, il n'y en avait pas. »

(Isabelle, céramiste, Paris, 12 mars 2008)

Insatisfaite sur le plan professionnel, elle prend pendant son temps libre un cours de céramique qui joue le rôle de révélateur. À la surprise de ses proches, Isabelle décide donc de se reconverter à la céramique à l'âge de 37 ans. Pendant un an, elle intègre différents stages professionnalisants, notamment à l'Institut de céramique française à Sèvres. Elle s'installe rapidement en 2003 après avoir trouvé et acheté, grâce à l'argent épargné en tant que juriste, un local approprié pour ouvrir un atelier-boutique.

Concevant sa production comme l'aboutissement d'une recherche artistique personnelle, Isabelle n'a pas de salarié et n'envisage pas d'en avoir. Elle tourne et modèle elle-même l'ensemble de ses pièces en porcelaine. Elle réalise des gammes d'objets en fonction de thématiques qui l'inspirent : à la période de notre entretien, elle travaillait ainsi sur le thème des « incidents ». Ses bols, vases, soliflores, etc. sont moins conçus comme des objets utilitaires que comme des « pièces uniques », du fait aussi de leurs légères dissemblances liées au travail manuel.

8. À la suite de notre analyse statistique, nous avons contacté les trois artisan-e-s d'art que nous avions déjà rencontré-e-s en entretiens. La passation du questionnaire auprès de ces trois professionnel-le-s s'est déroulée par téléphone, de façon non anonyme pour nous, l'objectif étant de positionner ces artisan-e-s d'art en individus supplémentaires sur le graphique d'ACM à partir de leurs réponses au questionnaire.

9. Si, sur le graphique 6, chacun des points-individus est quelque peu éloigné du centre de gravité de la classe à laquelle il appartient, c'est parce que les trois professionnel-le-s choisi-e-s correspondent moins à des individus moyens qu'à des profils extrêmes pour chacune des trois classes. Nous poursuivons en cela la méthodologie webérienne de l'idéal-type consistant à accentuer certains traits caractéristiques de l'objet étudié pour mieux en saisir la nature (WEBER, 1965).

En plus de son atelier-boutique, Isabelle propose ses pièces à la vente lors d'expositions annuelles destinées aux créateurs ou aux artisans d'art en Île-de-France, ainsi qu'au salon Maison&Objet. Sa gamme de prix s'échelonne de 20 à 300 euros. Pour vivre et « payer ses charges », elle est contrainte de donner neuf heures de cours de céramique par semaine, dans son atelier et dans des comités d'entreprise dont elle a obtenu les contacts grâce à ses anciennes relations de juriste.

Si elle emploie parfois le terme « artisan d'art » pour se définir, Isabelle avoue préférer celui de « créatrice », voire celui d'« artiste », afin de mieux lutter contre la déconsidération sociale qui caractérise selon elle son métier de céramiste souvent assimilé à un pur métier manuel. Pour cette raison, elle s'est inscrite à la Maison des artistes plutôt qu'à la Chambre de métiers et d'artisanat.

ENCADRÉ 4

Portrait d'Henry, tapissier décorateur, « artisan d'élite »

Âgé de 54 ans, Henry a hérité de l'entreprise de tapisserie que son père avait créée en 1943. Dans son atelier du 16^e arrondissement de Paris, il emploie aujourd'hui huit salariés, dont six ouvriers tapissiers chargés de la garniture des sièges et deux ouvriers tapissières s'occupant des travaux de couture¹. Après des études d'histoire de l'art à l'École du Louvre, Henry décide de reprendre l'entreprise paternelle. Il se forme alors au métier de tapissier au sein de l'atelier fréquenté depuis son enfance. Étant le seul de l'atelier à avoir suivi des études supérieures, il est amené à s'occuper rapidement de la gestion de la « Maison ». Lorsqu'il prend la suite de son père en 1985, il opte pour des techniques de restauration s'appuyant sur des savoir-faire anciens et donne à l'atelier une orientation encore plus traditionnelle. Ce choix de niche s'avère payant puisqu'il apporte une grande reconnaissance à l'entreprise qui effectue aujourd'hui des travaux de restauration pour différents musées et châteaux en plus des commandes réalisées pour les particuliers.

En tant que dirigeant de l'entreprise, Henry se charge personnellement des relations avec les clients : il se déplace chez eux pour prendre des mesures, dispenser ses conseils de décorateur et finalement établir un devis pour la restauration ou la confection de fauteuils ou de rideaux. Si ce travail relationnel s'appuie sur son expertise de tapissier, Henry ne participe plus aujourd'hui qu'occasionnellement à la fabrication dans l'atelier. Dans ses propos, il valorise un savoir-faire qui respecte les techniques traditionnelles de la tapisserie :

« Nous, on est vraiment sur des techniques traditionnelles. Et même si on nous demande un canapé moderne, on va le faire comme si c'était un bois XVIII^e. C'est-à-dire qu'on va réutiliser le crin animal, on va réutiliser toutes les techniques anciennes. On défend vraiment le travail traditionnel, le goût du beau, du travail bien fait. »

(Henry, tapissier, Paris, 8 janvier 2009)

1. Les termes « tapissier » et « tapissière » renvoient à deux métiers distincts (mais néanmoins complémentaires) et non au sexe des individus qui les exercent, même s'ils étaient traditionnellement occupés par des professionnel-le-s de sexes opposés.

L'accent sur le « travail traditionnel » situe Henry et son entreprise dans un créneau de produits haut de gamme et entend justifier des prix de vente relativement élevés, la restauration d'un fauteuil se comptant en milliers ou parfois même en dizaines de milliers d'euros.

Henry a inscrit son entreprise à la Chambre de métiers et de l'artisanat et à la Chambre de commerce et d'industrie. Il se moque des artisans d'art qui se prennent pour des « artistes ». Lui-même refuse ce qualificatif qu'il juge prétentieux. Quant au terme couramment employé d'« artisan d'art », Henry le considère comme « galvaudé » et préfère se qualifier d'« artisan ». Il affiche le label « Entreprise du patrimoine vivant » et fait partie de l'association des Grands ateliers de France qui met en avant le « haut artisanat », en le définissant ainsi en opposition à l'artisanat « de base ».

ENCADRÉ 5

Portrait de Roland, souffleur de verre, « fabricant »

Installé comme souffleur de verre au cœur d'un village touristique des Alpes-Maritimes réputé pour ses verreries, Roland est, à 51 ans, à la tête d'une petite entreprise comprenant un salarié et une conjointe-collaboratrice. De père ouvrier, il commence sa formation au soufflage de verre à 16 ans dans une verrerie du village. Employé immédiatement à la suite d'un « job d'été », il reste souffleur de verre ouvrier pendant treize ans. En 1988, il quitte la verrerie qui l'a formé et ouvre son premier atelier en tant qu'artisan indépendant. Sa femme, Jacqueline, puis un salarié qu'il a formé lui-même, le rejoignent bientôt. Aujourd'hui, à côté de son atelier, il dispose d'une boutique dans laquelle sont vendus – à des touristes principalement – des objets utilitaires ou décoratifs réalisés selon la technique locale de travail du verre. Ces objets sont essentiellement des carafes et des verres, dont les prix varient entre 5 et 120 euros.

La division de l'espace entre atelier et boutique recoupe celle du travail entre Roland et sa femme. Pendant que, à raison de quarante heures par semaine, Roland produit dans l'atelier avec son employé et propose ce faisant une démonstration du métier de souffleur de verre aux touristes attroupés, sa femme vend la production dans la boutique attenante. Jacqueline n'occupe pas seulement une fonction commerciale : elle assure aussi le secrétariat et la comptabilité dans l'entreprise de son mari. C'est d'ailleurs avec Jacqueline que nous avons mené la plus grande partie de l'entretien enregistré, alors que nous avons eu peine à obtenir quelques mots de Roland, absorbé par sa production et peu bavard.

Les différentes manières d'investir l'artisanat d'art : effet de genre ou d'origine sociale ?

Comparer les trajectoires professionnelles d'Isabelle, d'Henry et de Roland nous permet d'analyser et de mettre en perspective trois manières de devenir artisans d'art : une trajectoire typiquement féminine et deux typiquement masculines. Alors que le parcours d'Isabelle consiste en une reconversion, ceux d'Henry et de Roland sont caractéristiques de deux modes de transmission d'un métier artisanal, par l'héritage familial de l'entreprise d'un côté et par le salariat ouvrier de l'autre. Henry et Roland se sont ainsi socialisés très jeunes aux exigences et aux valeurs de leur métier, tandis qu'Isabelle présente sa reconversion comme le fruit naturel de la découverte tardive d'une vocation. Par conséquent, les modes et les durées de formation diffèrent : alors que les premiers ont mis de longues années à intérioriser les gestes du métier, Isabelle a achevé sa formation en une année afin de se consacrer au plus vite à la création d'une production personnelle. Plus généralement, grâce à notre enquête, nous observons que la transmission est plus souvent familiale chez les artisans d'art hommes, et que les artisanes d'art sont fréquemment des reconverties qui se forment à travers des stages professionnalisants. Par ailleurs, parmi les artisans d'art qui ont des enfants, les professionnels proches des artisans d'élite se démarquent par leur souhait de transmettre leur métier et leur entreprise à leur fils (plus rarement à leur fille) au contraire des créatrices qui n'y sont généralement pas favorables. Pour les artisans d'élite, le métier d'art est une histoire de famille ; pour les créatrices, il est plutôt vécu comme un moyen d'accomplissement de soi et de sa singularité.

Les différences genrées d'accès à l'artisanat d'art s'associent à des effets d'origine sociale. Si artisans d'élite et créatrices se rejoignent globalement du point de vue du volume de leurs capitaux – tous font généralement des études après un baccalauréat, ce qui les distingue notamment des fabricants –, ils se différencient par leur origine sociale et par leur trajectoire de classe : les artisans d'élite sont essentiellement issus de la bourgeoisie ancienne alors que les créatrices se caractérisent plutôt par leur appartenance aux classes moyennes aisées et diplômées (proches de la « petite bourgeoisie nouvelle » décrite par Pierre BOURDIEU [1979]). Tandis que les premiers proviennent de familles de patrons artisans d'art établies depuis plusieurs générations, les secondes font souvent partie des membres de la bourgeoisie qui « ont dû opérer une reconversion vers les professions nouvelles comme celles [...] d'artisan d'art » (BOURDIEU, 1979, p. 416) afin de sortir d'une profession non conforme à leurs aspirations sociales. Le déplaisir éprouvé par Isabelle vis-à-vis de ses dernières tâches de juriste peut ainsi être mis sur le compte de son évaluation subjective des possibilités d'évolution dans une carrière de juriste en fonction de ses aspirations professionnelles et sociales (forgées au cours de sa socialisation familiale et scolaire). Alors qu'elle dispose d'un important capital scolaire, son emploi ne s'avère en réalité pas à la hauteur de ses attentes. Le « plafond de verre » constitue par ailleurs un obstacle reconnu aux

aspirations professionnelles des femmes diplômées dans les grandes entreprises¹⁰. La reconversion dans un domaine culturel à vocation artistique comme celui de l'artisanat d'art, de surcroît en tant qu'indépendante, permet précisément aux femmes comme Isabelle d'espérer satisfaire leurs aspirations. Pour Isabelle comme pour la plupart des créatrices, la reconversion est subjectivement vécue sur le mode de l'épanouissement personnel (JOURDAIN, 2014b).

Les différences genrées cachent-elles des différences d'origine sociale ? Autrement dit, l'orientation vers l'une ou l'autre des trois trajectoires idéal-typiques de l'artisanat d'art peut-elle s'expliquer uniquement par l'origine sociale qui annulerait alors l'effet du genre ? De fait, Marc PERRENOUD (2008) a notamment mis en avant des profils masculins d'« artisans créateurs » parmi les artisans du bâtiment. Et 43 % des artisans d'art reconvertis de notre échantillon sont par ailleurs des hommes, dont la trajectoire ressemble à celle des créatrices.

La distinction des effets du genre et de ceux de l'origine sociale peut tout d'abord être établie statistiquement en recourant à une régression logistique. Pour notre échantillon de 947 artisans d'art, toutes choses égales par ailleurs, à âge et catégorie socio-professionnelle du père contrôlés, être une femme plutôt qu'un homme a une incidence positive et significative (au seuil de 1 %) sur le fait de considérer son métier comme un métier de création, d'une part, et sur le fait d'utiliser le qualificatif de « créateur » pour se définir, d'autre part. La variable sexe a donc un effet indépendamment de l'origine sociale.

Le retour à l'analyse qualitative, à travers l'examen de profils inversés, c'est-à-dire de femmes artisanes d'élite et d'hommes créateurs, permet ensuite d'apporter de nouveaux éléments de réponse sur les effets respectifs du genre et de l'origine sociale. Lors de notre enquête, nous avons rencontré quelques profils atypiques d'un point de vue statistique : par exemple Andrée, une marqueteuse de paille¹¹ qui emploie cinq salariés et qui travaille notamment pour les industries du luxe (Guerlain, Hermès, Vuitton), ou encore Franck, un ancien ingénieur en informatique devenu vitrailliste à 43 ans et qui souhaite se spécialiser dans la création de vitraux contemporains. Les femmes artisanes d'élite comme Andrée sont très fréquemment issues de la bourgeoisie traditionnelle. Plus que les hommes, celles que nous avons rencontrées sont passées par des écoles de métiers d'art (Boule, Estienne, etc.), cette formation scolaire suppléant parfois l'héritage familial du métier et de l'entreprise. Les hommes créateurs comme Franck sont souvent des reconvertis issus des classes moyennes et supérieures diplômées. À l'image des créatrices comme Isabelle, ils envisagent leur métier et leur production de manière plus artistique ou créative que les autres professionnels. L'examen des profils inversés conforte donc l'importance de l'origine sociale dans les modes d'accès à l'artisanat d'art. Cependant, les effets du genre ressortent également lorsque l'analyse

10. Comme le note Geneviève BEL (2009, p. 27), « la stagnation de carrière de certaines femmes cadres supérieures dans les grandes entreprises peut aussi les inciter à se tourner vers l'entrepreneuriat. Elles y voient alors un moyen de briser le plafond de verre et de s'affranchir d'une hiérarchie qui ne leur offre pas de perspectives ».

11. La marqueterie de paille consiste à recouvrir des objets avec des placages de fûts de paille.

s'affine. Ainsi, plus souvent que les femmes, l'installation des hommes créateurs en tant qu'artisans d'art fait suite à un licenciement économique dans leur ancien secteur. La question des revenus tirés de l'activité indépendante apparaît aussi plus prégnante pour les hommes (qui ne s'inscrivent pas dans le modèle des *mompreneurs*). Ceux qui ne parviennent pas à se faire reconnaître comme artistes sur les marchés de l'art tendent alors à développer une production utilitaire pour mieux vendre et vivre de leur métier : tout en se percevant plutôt comme des créateurs, les hommes reconvertis se rapprochent de ce point de vue des fabricants. Ils réalisent par conséquent des chiffres d'affaires plus importants que les femmes, et ressemblent de ce point de vue aux néo-artisans « créateurs » du bâtiment (PERRENOUD, 2008) ou aux hommes reconvertis à l'artisanat qui se caractérisent par « une bonne connaissance du marché » (MAZAUD, 2013, p. 192)¹². L'effet du genre reste donc prégnant à côté de celui de la classe sociale.

S'ils peuvent être dissociés analytiquement, les effets du genre et de l'origine sociale ne sont toutefois pas indépendants, comme le montrent les effets de structure mis en évidence par l'ACM : l'opposition entre artisans d'élite et créatrices relève essentiellement d'une opposition entre deux types de bourgeoisies – ancienne et nouvelle – au sein desquelles ce sont soit les femmes, soit les hommes qui sont plus enclins à devenir artisan-e-s d'art.

Le genre se conjugue ainsi avec l'origine sociale pour rendre compte des logiques de passage du salariat à l'indépendance parmi les artisans d'art. Si Isabelle et Roland partagent le fait d'être d'anciens salariés, les logiques qui président à l'installation à leur compte diffèrent d'un cas à l'autre. L'accès à l'indépendance suit une reconversion professionnelle dans le cas d'Isabelle et de nombreuses créatrices avec elle, même si – comme les cadres reconvertis à l'artisanat (MAZAUD, 2012) – leur aspiration à l'indépendance prime parfois sur le choix de l'exercice d'un métier particulier. Pour Roland et les fabricants, devenir indépendant n'implique pas de changement de métier et correspond à une autre logique sociale. D'origine plus populaire, leur accession au statut d'artisan consacre une ascension sociale de même nature que celle de l'ensemble des artisans traditionnels (ZARCA, ZARCA, 1979).

L'effet du genre sur les manières de travailler et de gérer l'entreprise

Femmes et hommes ne consacrent pas le même temps à leur entreprise d'artisanat d'art. Ils n'effectuent en réalité pas exactement les mêmes tâches : alors que les artisans d'élite consacrent l'essentiel de leur temps aux relations avec les clients et à la gestion de leur entreprise et que les fabricants passent fréquemment 40 à 50 heures par semaine à la production matérielle, les créatrices s'investissent avant tout dans leur travail de

12. Caroline MAZAUD n'analyse pas la question du genre dans son livre sur *L'Artisanat français* (2013). Néanmoins, les deux portraits qu'elle dresse d'artisans qui exercent sur le « marché de l'authentique » – celui-ci concerne les secteurs de l'alimentation et des services aux particuliers et ressemble par certains aspects au marché de l'artisanat d'art créateur – sont des portraits de femmes, alors que tous les autres artisans présentés (hors « marché de l'authentique ») sont des hommes.

conception et de fabrication qu'elles tentent de concilier avec le travail domestique. Les artisanes d'art qui suivent le plus clairement la logique des *mompreneurs*, et en particulier celles qui ont des enfants en bas âge, adaptent leurs horaires de travail (fabrication, vente, administration, etc.) aux horaires familiaux. Les contours de leur entreprise s'adaptent ainsi à ceux de l'espace domestique. Plus globalement, les artisanes d'art consacrent moins de temps que les artisans d'art à leur entreprise, que ce soit pour la gestion ou pour la production : les répondantes à notre questionnaire affirment y consacrer 47 heures par semaine en moyenne contre 52 heures pour les hommes.

Si les créatrices et les artisans d'élite ont en commun le fait de ne pas travailler avec leur conjoint (pour ceux qui sont en couple), de très nombreux fabricants présentent le cas de figure inverse. Jacqueline, la femme de Roland, a ainsi le statut de conjointe collaboratrice. La répartition des tâches entre conjoints correspond alors à celle des artisans traditionnels pour lesquels l'entreprise est avant tout une affaire familiale (GRESLE, 1981). En particulier, la plupart des fabricants se concentrent exclusivement sur le travail de fabrication en atelier (cf. *supra*) et limitent au maximum leurs relations avec les clients, considérant que la vente ne relève pas de leurs compétences. Certains d'entre eux, à l'image de Roland, sortent peu de leur atelier et délèguent l'essentiel de la composante commerciale de leur activité à leur conjointe : dans les milieux artisanaux, la capacité à vendre, reposant sur une aptitude au discours, est souvent naturalisée comme une disposition féminine (BERTAUX-WIAME, 2004).

L'emploi ou non de salariés, variable qui est lié au sexe des artisans d'art (les femmes emploient en moyenne 0,4 salarié contre 3 pour les hommes), s'avère particulièrement révélateur en termes d'orientation artisanale ou artistique de l'activité, et donc de modes de valorisation du travail. Se référant au modèle selon lequel l'artiste serait seul-e producteur-riche de l'œuvre d'art, les créatrices s'accommodent mal d'un travail collectif qui les associerait à des ouvriers salariés. Les ouvriers d'art sont quant à eux employés dans les entreprises des artisans d'élite ou des fabricants pour leurs savoir-faire techniques. De nombreux artisans d'art se réservent les tâches productives les plus complexes et donc les plus valorisantes au sein de l'atelier. Leur recours à des salariés s'explique par leur conception du travail qui privilégie la virtuosité technique de la reproduction à l'originalité individuelle de la création.

Du fait de leurs conceptions différenciées du métier, artisans d'élite, fabricants et créatrices ne produisent pas les mêmes types d'objets et n'investissent pas les mêmes marchés. Les productions des artisans d'élite comme Henry qui valorisent la reproduction d'objets selon des savoir-faire séculaires, portent la marque d'un style bourgeois classique et d'une conception artisanale du beau. Grâce aux réseaux qu'ils sont parvenus à se constituer, ces artisans répondent à des commandes de musées et de châteaux (notamment étrangers) et travaillent aussi pour des clients avant tout issus de la grande bourgeoisie et disposant d'un patrimoine. Parmi les particuliers qui font appel à ses compétences, Henry mentionne ainsi les familles Rothschild et Vranken. Les objets produits par les créatrices, tels les pots en porcelaine aux contours irréguliers d'Isabelle, ont à l'inverse une prétention artistique et présentent

une esthétique moderniste souvent conforme aux goûts des classes moyennes aisées et diplômées. Ces classes sociales fournissent ainsi la plus grande partie des visiteurs des expositions investies par les créatrices (MORRIS HARGREAVES MCINTYRE, 2010). Les ventes réalisées dans ces expositions s'avèrent cependant parfois insuffisantes et les créatrices peuvent être amenées, comme Isabelle, à dispenser des cours pour vivre de leur métier. Les fabricants conçoivent quant à eux leur métier comme une activité artisanale qui s'appuie parfois sur les techniques traditionnelles locales. Même si leur production n'est pas dénuée de recherche esthétique, leur objectif n'est pas de produire des objets à vocation semi-artistique comme les créatrices ni des pièces haut de gamme comme les artisans d'élite : ils privilégient souvent l'utilitaire. Leur production est souvent vendue dans leur boutique mais parfois aussi sur des marchés locaux. En raison de la diversité de leurs productions et de leurs marchés, les artisans d'élite, les créatrices et les fabricants – tous qualifiés d'« artisans d'art » – ne se rencontrent en réalité quasiment jamais.

La féminisation de l'artisanat d'art au cours des dernières années ne laisse pas inchangés les métiers d'art. Les artisanes d'art, en plus d'être des femmes, ont des profils sociodémographiques particuliers (elles sont issues des classes moyennes aisées et diplômées) et investissent les métiers d'art avec leurs manières spécifiques d'agir, de penser et de sentir. Nombre d'entre elles accèdent à l'artisanat d'art par reconversion professionnelle, ce qui rompt avec les modèles traditionnels plus masculins de transmission du métier de père en fils ou d'ascension sociale ouvrière par la mise à son compte. Si certaines d'entre elles voient dans le statut d'indépendant un moyen de mieux concilier leur vie de mère de famille et leur vie professionnelle (logique des *mompreneurs*), la majorité conçoit son activité professionnelle comme artistique plutôt qu'artisanale. Globalement, les artisanes d'art ne fabriquent donc pas les mêmes types d'objets que les artisans d'art et, consécutivement, occupent des marchés distincts et gèrent différemment leur entreprise.

Si les idéaux-types genrés que nous avons mis au jour – créatrice, artisan d'élite, fabricant –, renvoient à des univers sociaux, culturels et marchands différents, artisans d'art et artisanes d'art se revendiquent néanmoins de la même étiquette (celle des « métiers d'art ») qui les oblige à envisager leur appartenance à un même univers professionnel. Des stratégies de distanciation (par des moqueries notamment) ou de déni d'appartenance sont observables, chacun-e cherchant à se présenter comme le-la représentant-e le-la plus légitime de l'étiquette « métiers d'art ». Ces univers séparés se rencontrent essentiellement au niveau institutionnel, notamment par l'entremise des responsables de l'Institut national des métiers d'art et ceux de la chambre syndicale Ateliers d'art de France. Ces deux institutions se sont historiquement affrontées pour imposer leur définition – traditionnelle ou créative – des métiers d'art (JOURDAIN, 2014a). La montée en puissance d'Ateliers d'art de France au cours des dernières années (grâce

à la manne financière que lui apporte son salon international Maison&Objet), associée aux évolutions du marché qui tendent à faire disparaître ou stagner les entreprises des artisans d'élite et des fabricants, favorise la diffusion d'une conception créative des métiers d'art, particulièrement partagée par les artisanes d'art.

Sous l'effet de la féminisation et de ces évolutions institutionnelles et marchandes, les métiers d'art tendent finalement à s'artifier¹³. De fait, les institutions de promotion des métiers d'art les plus féminisées mettent en avant la créativité plutôt que la technicité des savoir-faire, la production d'une œuvre personnelle plutôt que la réalisation d'un ouvrage dans « les règles de l'art ». Elles se réfèrent ainsi à la conception moderne du travail artistique qui s'est imposée depuis le XIX^e siècle (MOULIN, 1983).

Si l'artification des métiers d'art remonte aux années 1940, époque à laquelle ils étaient peu féminisés (BAJARD, 2015 ; JOURDAIN, 2014a), ce phénomène s'amplifie largement aujourd'hui. De fait, dans les années 1940 et surtout après la Seconde Guerre mondiale, des artistes et des néo-artisans reconvertis ont commencé à défendre une vision artifiée de l'artisanat d'art. Ils sont notamment à l'origine de la création de la chambre syndicale des Ateliers d'art de France. Dans la brèche artistique qu'ils ont alors ouverte pour les métiers d'art, s'engouffrent aujourd'hui essentiellement des femmes. Celles-ci se distinguent des pionniers masculins par de nombreuses caractéristiques : notamment, elles ne revendiquent pas de changement de vie radical, leurs reconversions professionnelles ne s'accompagnant par exemple pas de déménagements en zone rurale (HERVIEU-LÉGER, HERVIEU, 2005). Alors que la sphère artistique s'est masculinisée en se professionnalisant (TRASFORINI, 2007), les difficultés de l'artisanat d'art à s'instituer comme profession (JOURDAIN, 2014a), associées aux phénomènes sociaux précédemment décrits (accroissement du taux d'activité des femmes, féminisation des pratiques culturelles, *mompreneurs*, etc.), pourraient expliquer la féminisation sans précédent de cette sphère d'activité au cours des dernières années. La relative facilité d'accès au pôle créatif de l'artisanat d'art (qui n'impose aucune barrière à l'entrée) en ferait un domaine plus ouvert aux dominés et donc aux femmes.

Si féminisation et artification vont aujourd'hui de pair, la domination masculine s'insinue jusque dans le pôle le plus artistique de l'artisanat d'art. De fait, notre enquête qualitative met en évidence l'existence d'une très petite fraction d'artisans d'art (qui échappe à la recension statistique et donc à notre CAH) qui parviennent à se faire un nom sur les marchés de l'art. Devenus artistes de renom, ils exposent leurs pièces en galerie, voire dans certains musées ou lors de ventes aux enchères, et vendent principalement à des collectionneurs. Le prix de vente de leurs œuvres oscille entre 1 000 à 100 000 euros. C'est donc par leur réussite, en termes économiques comme de reconnaissance artistique, qu'ils se distinguent des créatrices avec lesquelles ils partagent pourtant une même façon d'envisager l'exercice du métier. Ces artistes de renom sont avant tout des hommes : même dans le pôle le plus féminin des métiers

13. L'« artification » est un néologisme proposé par Nathalie HEINICH et Roberta SHAPIRO (2012, p. 20) pour désigner « le processus de transformation du non-art en art ».

d'art, la réussite est essentiellement masculine. La hiérarchie des valeurs dans ce pôle repose ainsi sur les inégalités de genre traditionnelles.

L'artification et la féminisation des métiers d'art sont par ailleurs vues d'un mauvais œil par certains artisans d'art. À l'instar du tapissier Henry, ces derniers valorisent l'artisanat (d'art) traditionnel comme un patrimoine, selon une conception culturellement et historiquement française qui n'a pas d'équivalent dans d'autres pays où l'artisanat est au mieux conçu comme un art mineur (BECKER, 2006 ; NAJI, 2007). Parmi eux, certains se moquent d'autant plus volontiers des artisans d'art qui se prennent pour des « artistes » qu'ils considèrent que ces derniers ne maîtrisent pas toujours les techniques ancestrales qui sont selon eux constitutives des métiers d'art. Le fait que de nombreux reconvertis n'aient pas été formés depuis leur jeunesse au métier d'art est en particulier déploré. D'après ces artisans d'art traditionnels, en plus de la formation, la professionnalité est aussi associée à la capacité à vivre financièrement de son métier. Considérant que les femmes seraient moins soumises à cet impératif de rentabilité que les hommes (assimilés aux *breadwinners*), ils tendent particulièrement à dénigrer l'activité de femmes reconverties en les soupçonnant d'amateurisme. Des artisans d'art interrogés, des hommes mais aussi des femmes, ont ainsi évoqué en entretien le stéréotype de la bourgeoise du 16^e arrondissement de Paris qui se met à son compte en tant que peintre sur porcelaine, mosaïste ou vitrailliste pour occuper son temps libre. Le statut d'auto-entrepreneur encouragerait par ailleurs selon eux ce type de profil dans les métiers d'art. L'accès massif des femmes aux métiers d'art est donc en partie perçu comme synonyme de dépréciation de ces métiers. La féminisation d'un secteur d'activité n'empêche pas que s'y jouent des formes de domination masculine.

BIBLIOGRAPHIE

BAJARD F. (2015), « L'invention de la céramique d'art. Contribution à la sociologie de la construction des groupes professionnels », *Sociologie du travail*, vol. 57, n° 3, pp. 299-321.

BECKER H. ([1982], 2006), *Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion.

BEL G. (2009), « L'Entrepreneuriat au féminin », *Avis et Rapports du Conseil économique, social et environnemental*, n° 27.

BERTAUX-WIAME I. (2004), « Devenir indépendant, une affaire de couple », *Cahiers du genre*, n° 37, pp. 13-40.

BESSIÈRE C. (2010), *De génération en génération. Arrangements de famille dans les entreprises viticoles de Cognac*, Paris, Raisons d'agir.

BIHENG-MARTINON L.-M. (2006), « Féminisation du métier de relieur. L'occupation d'un métier artisanal masculin par les femmes de la bourgeoisie », in Lemaitre N., *Les Femmes, supports de la tradition ou actrices de l'innovation ? 131^e Congrès national des sociétés historiques et scientifiques*, Grenoble, Paris, Éditions du CTHS (édition électronique).

BOURDIEU P. (1979), *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit.

BOURDIEU P. (1998), *La Domination masculine*, Paris, Seuil.

CONSTANTINIDIS C. (2014), « Femmes entrepreneurs », in Chauvin P.-M., Grossetti M., Zalio P.-P. (dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses de Sciences Po, pp. 287-300.

DELPHY C. ([1978], 1998), « Travail ménager ou travail domestique ? », in Delphy C., *L'Ennemi principal. 1, Économie politique du patriarcat*, Paris, Syllepse, pp. 57-73.

DONNAT O. (2005), « La féminisation des pratiques culturelles », *Développement culturel*, n° 147, Bulletin du Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS), Paris, Ministère de la Culture et de la Communication.

FOUQUET A. (2005), « Les femmes chefs d'entreprise : le cas français », *Travail, genre et sociétés*, n° 13, pp. 31-50.

GILLET M., JACQUES-JOUVENOT D. (1995), « Artisanes d'art : trajectoires professionnelles en patchwork », in Barbe N. (dir.), *Arts, métiers, culture technique et développement local : actes du colloque d'Arc-et-Senans, 19-20 octobre 1994*.

GOUYON M., PATUREAU F. (2013), « Les métiers artistiques : des conditions d'emploi spécifiques, des disparités de revenu marquées », in Beffy M., Guedj H. (coord.), *France, portrait social. Édition 2013*, Paris, Insee, coll. « Insee Références », pp. 143-163.

GRESLE F. (1981), *L'Univers de la boutique. Famille et métier chez les petits patrons du Nord (1920-1975)*, Lille, Presses universitaires de Lille.

HEINICH N., SHAPIRO R. (dir.) (2012), *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*, Paris, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales.

HERVIEU-LÉGER D., HERVIEU B. ([1979], 2005), *Le Retour à la nature. « Au fond de la forêt... l'État »*, La Tour-d'Aigues, Éditions de l'Aube.

INAGA S. (1995), « De l'artisan à l'artiste au seuil de la modernité japonaise, ou l'implantation de la notion de Beaux-Arts au Japon », *Sociologie de l'art*, n° 8, pp. 47-61.

JOURDAIN A. (2012a), *Les Artisans d'art en France. Éthiques et marchés*, thèse de sociologie, Amiens, Université de Picardie Jules Verne.

JOURDAIN A. (2012b), « Réconcilier l'art et l'artisanat ? Une étude de l'artisanat d'art », *Sociologie de l'art*, n° 21, pp. 19-42.

JOURDAIN A. (2014a), *Du cœur à l'ouvrage. Les artisans d'art en France*, Paris, Belin.

JOURDAIN A. (2014b), « Les reconversions professionnelles dans l'artisanat d'art. Du désengagement au réengagement », *Sociologies pratiques*, n° 28, pp. 21-30.

LANDOUR J. (2015), « Quand les mères deviennent entrepreneurs : image et expériences des "Mompreneurs" », *Sociétés contemporaines*, n° 98, pp. 137-168.

LANDOUR J. (2017), « Les Mompreneurs. Entre entreprise économique, identitaire et parentale », *Travail et Emploi*, n° 150, pp. 79-100.

MARUANI M. (2000), *Travail et emploi des femmes*, Paris, La Découverte.

- MAZAUD C. (2012), « Artisan, de l'homme de métier au gestionnaire ? », *Travail et Emploi*, n° 130, pp. 9-20.
- MAZAUD C. (2013), *L'Artisanat français. Entre métier et entreprise*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- MORRIS HARGREAVES MCINTYRE (2010), *Consuming Craft: The Contemporary Craft Market in a Changing Economy*, London, Crafts Council.
- MOULIN R. (1983), « De l'artisan au professionnel : l'artiste », *Sociologie du travail*, vol. 25, n° 4, pp. 388-403.
- MOULIN R. (1992), *L'Artiste, l'Institution et le Marché*, Paris, Flammarion.
- NAJI M. (2007), « Valeur des tapis marocains : entre productrices d'artisanat et marchands d'art », *Cahiers du genre*, n° 43, pp. 95-111.
- PERRENOUD M. (2008), « Les artisans de la "gentrification rurale" : trois manières d'être maçon dans les Hautes-Corbières », *Sociétés contemporaines*, n° 71, pp. 95-116.
- SEIGNOUREL D., GAGNEROT E. (2004), « Étude sur la féminisation de certains secteurs des métiers d'art », Paris, Centre national d'information sur les droits des femmes et des familles.
- TRASFORINI M. A. (2007), « Du génie au talent : quel genre pour l'artiste ? », *Cahiers du genre*, n° 43, pp. 113-131.
- WEBER M. ([1917], 1965), *Essais sur la théorie de la science*, Paris, Plon.
- ZARCA B. (1986), *L'Artisanat français. Du métier traditionnel au groupe social*, Paris, Économica.
- ZARCA B., ZARCA G. (1979), « Le cheminement professionnel des artisans », *Travail et Emploi*, n° 2, pp. 83-88.