

Étude réalisée par



Partenaire principal



| LVMH

Dossier de presse



Perceptio

Explorer l'imaginaire
collectif des métiers d'art
et savoir-faire d'exception

Autres partenaires



De l'or
dans les
mains



ÉDITOS

Déjouons les idées reçues

« On imagine trop souvent les métiers d'art à travers une image d'Épinal : celle de Gepetto, seul dans son atelier, hors du temps et du monde. Poétique, certes, mais loin de la réalité : ces métiers sont vivants, contemporains, exigeants, créateurs de valeurs, d'emplois et de sens.

L'Institut pour les Savoir-Faire Français a lancé l'étude Perceptio pour dépasser l'intuition et disposer, enfin, de données tangibles sur la perception des métiers d'art et savoir-faire d'exception. Aucune enquête d'ampleur ne permettait, jusqu'ici, d'objectiver freins, idées reçues et leviers d'attractivité ; il fallait évaluer la situation avec précision.

97 % des Français ont une bonne image des métiers d'art, mais seuls 35 % estiment bien les connaître. L'écart est considérable et invite à montrer les réalités concrètes : parcours de formation, conditions d'accès, débouchés, conditions d'exercice...

Perceptio offre des repères utiles aux acteurs de la formation, de l'orientation et de l'éducation artistique et culturelle, pour nourrir des actions mieux ciblées et plus efficaces. Elle s'inscrit dans la contin-



nuité du travail d'éducation artistique et culturelle de l'Institut, notamment via le cahier de recommandations « Publics jeunes, grandes ambitions », pour institutions et décideurs, et notre collection de dossiers pédagogiques, adaptés aux enseignants du primaire au lycée.

Avec 48 % des moins de 26 ans intéressés par ces métiers, saisissons l'occasion : déjouons les idées reçues pour mieux informer, transmettons autrement et donnons à ces métiers toute la place qu'ils méritent dans l'avenir de la jeunesse.»

Luc Lesénécal,
président de l'Institut pour
les Savoir-Faire Français

« Ces professions restent encore trop méconnues

« Depuis plus de 10 ans, les Métiers d'Excellence LVMH ont pour mission de transmettre et valoriser les savoir-faire exceptionnels de la Création, de l'Artisanat et de l'Expérience Client, essentiels à la haute qualité des produits et expériences des Maisons du Groupe.

Ces métiers offrent de véritables carrières d'excellence, épanouissantes et reconnues. Pourtant, les difficultés de recrutement demeurent. Nous constatons que ces professions restent encore trop méconnues et sont rarement mises en lumière lors de l'orientation des jeunes. C'est pourquoi, depuis plusieurs années, nous allons à leur rencontre dans les collèges, afin de les sensibiliser à la richesse des métiers de savoir-faire.

Par ailleurs, même lorsqu'ils en ont connaissance, de nombreux candidats pensent que ces métiers leur sont inaccessibles et n'osent pas postuler. Bien qu'exigeantes, ces professions recrutent à tous les niveaux d'études, contrairement aux idées reçues. Pour changer cette perception, nous avons lancé il y a cinq ans la tournée You & ME en France et en Italie, afin de présenter la réalité de ces métiers et de susciter des vocations. Depuis 2014, nous pro-



posons des formations initiales au sein d'écoles et d'universités reconnues avec l'Institut des Métiers d'Excellence, du CAP au Master 2. Nous développons également des programmes de formation continue en partenariat avec les Maisons du Groupe pour accompagner le développement de nos talents tout au long de leur carrière.

Après dix ans d'engagement, il nous a semblé essentiel de permettre la réalisation de l'étude Perceptio, afin d'affiner encore notre compréhension des biais de perception chez les candidats potentiels : quels freins rencontrent-ils ? Comment rapprocher les talents de demain de ces métiers porteurs de sens ? Nous sommes heureux de pouvoir aujourd'hui nous appuyer sur les résultats détaillés de cette étude pour préciser et renforcer nos actions de valorisation et de sensibilisation. »

Marion Bardet,
directrice des Métiers d'Excellence
LVMH

SOMMAIRE



6

LES MÉTIERS D'ART ET SAVOIR-FAIRE D'EXCEPTION

8

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

11

LES MÉTIERS D'ART DANS L'IMAGINAIRE COLLECTIF

Un « portrait type » des métiers d'art et savoir-faire d'exception se dégage au sein de la population française
Un imaginaire qui évolue selon les générations

19

UNE BONNE IMAGE MAIS UNE CONNAISSANCE SUPERFICIELLE

Une place de choix au sein des familles de métiers
Un ensemble de métiers aux contours flous
Une méconnaissance générale
Des professions considérées à tort comme inatteignables
Des métiers réservés aux « talentueux » : un frein pour les vocations

31

LES LEVIERS À ACTIVER

Des métiers qui ne manquent pas d'atouts pour attirer, notamment les plus jeunes
Faire connaître les métiers pour renforcer leur attractivité
L'importance de l'information de proximité
Redorer l'image de la formation professionnelle
Parler de la réalité du métier

44

PRÉSENTATION DES PARTENAIRES

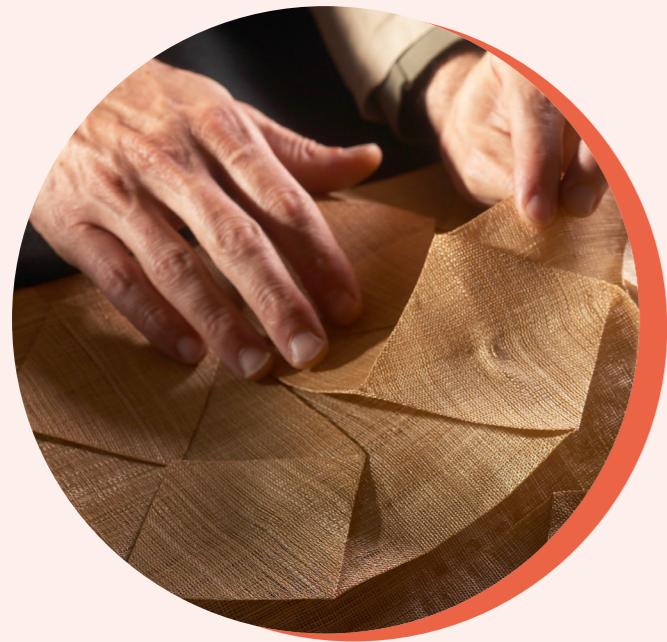
46

COMITÉ SCIENTIFIQUE

48

MÉTHODOLOGIE

LES MÉTIERS D'ART ET SAVOIR-FAIRE D'EXCEPTION



Les métiers d'art et savoir-faire d'exception regroupent des **activités de production, de création ou de restauration du patrimoine** dont le cœur est la maîtrise de gestes et de techniques permettant la transformation de la matière. Certains métiers en sont emblématiques : ébéniste, tailleur de pierre, céramiste, maroquinier, souffleur de verre, tisserand... d'autres sont moins connus.

Ces métiers sont présents au sein de **secteurs d'activité variés** (mode et textile, ameublement, bâtiment et patrimoine, arts du spectacle, imprimerie et papier...), mais se rejoignent par des caractéristiques et valeurs communes : un **haut niveau de maîtrise technique**, nécessitant un temps long d'apprentissage et plusieurs années de pratique ; la maîtrise de **savoir-faire historiques**, transmis de générations en générations ; un fort **ancrage territorial** ; un **temps long de fabrication**, qui va souvent de pair avec une production raisonnée ; la fabrication ou restauration de **biens de qualité et durables**.

Les entreprises détenant ces savoir-faire d'exception, très diverses dans leurs statuts et leurs tailles, partagent des **enjeux en termes de valorisation, de transmission de leurs savoir-faire et de coûts de production**.

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

Des métiers qui bénéficient d'une bonne image auprès de la population



Une appréciation qui varie selon les générations



Par les valeurs qu'ils véhiculent



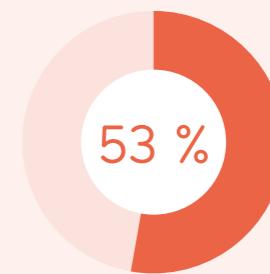
« S'ils disparaissent [...] il y a une partie de notre culture qui s'évanouie»
Parent CSP +

Mais des métiers encore mal connus



seulement des Français disent bien connaître ces métiers

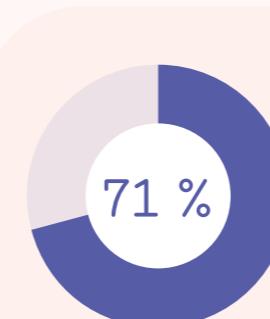
Dont l'image élitiste constitue un frein



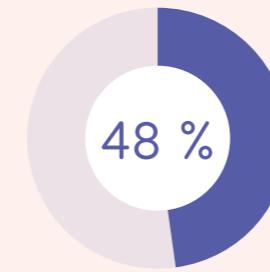
pensent que ces métiers nécessitent un niveau d'études élevé

« Le jeune qui s'oriente vers ça, il a été proche de ces métiers là dans sa vie, ça peut être familial, l'entourage peut-être. »
Un parent CSP -

Des métiers qui suscitent cependant un intérêt

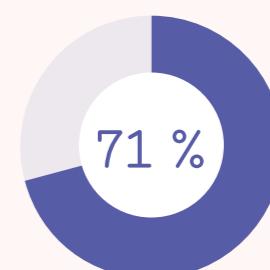


des Français recommanderaient ces métiers comme voie d'orientation



des moins de 26 ans seraient intéressés par ces métiers comme voie professionnelle

Et qui gagneraient à être davantage mis en avant



des Français considèrent qu'ils ne sont pas suffisamment mis en avant dans la société

« Il y a un vrai sens du détail, un côté artistique et technique à la fois que je trouve intéressant. »
Un jeune de la catégorie 14-18 ans



LES MÉTIERS D'ART DANS L'IMAGINAIRE COLLECTIF

Chaque secteur véhicule des perceptions et des représentations qui lui sont propres. Les métiers d'art et savoir-faire d'exception n'échappent pas à cette réalité, suscitant des regards contrastés selon les générations. Comprendre ces perceptions est essentiel pour mieux valoriser ces professions auprès du grand public, un des enjeux prioritaires pour les chefs d'entreprise des savoir-faire d'exception selon l'étude *Les Eclareurs* : mesurer le poids économique des métiers d'art et savoir-faire d'exception (2024) réalisée par l'Institut pour les Savoir-Faire Français et Xerfi Specific.

UN « PORTRAIT TYPE » DES MÉTIERS D'ART ET SAVOIR-FAIRE D'EXCEPTION SE DÉGAGE AU SEIN DE LA POPULATION FRANÇAISE

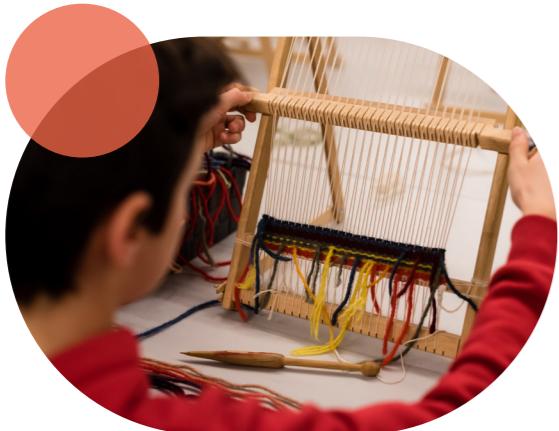
DES MÉTIERS SPONTANÉMENT LIÉS À DEUX UNIVERS : LE PATRIMOINE ET LE LUXE

Les Français associent les métiers d'art et savoir-faire d'exception principalement à deux univers, le patrimoine et le luxe. Ces domaines conjuguent création, rareté, transmission, pérennité, matières nobles et techniques de haute précision, constituant deux piliers essentiels de la culture française.

Les chiffres témoignent de cette vision : 95% des répondants considèrent que les métiers d'art et savoir-faire d'exception représentent un élément constitutif du patrimoine de la France, et 69% les associent au luxe.

Les Français sont également unanimes sur le fait que ce sont des métiers exigeants et époustouflants. En ce qui concerne le portrait-type du professionnel, c'est avant tout le caractère créatif de la personne qui exerce le savoir-faire qui ressort, plutôt que son âge ou qu'il s'agisse d'un homme ou d'une femme.

Enfin, plus globalement, les métiers d'art et savoir-faire d'exception bénéficient d'une bonne image auprès des Français (97% dont 55% une « très » bonne image).

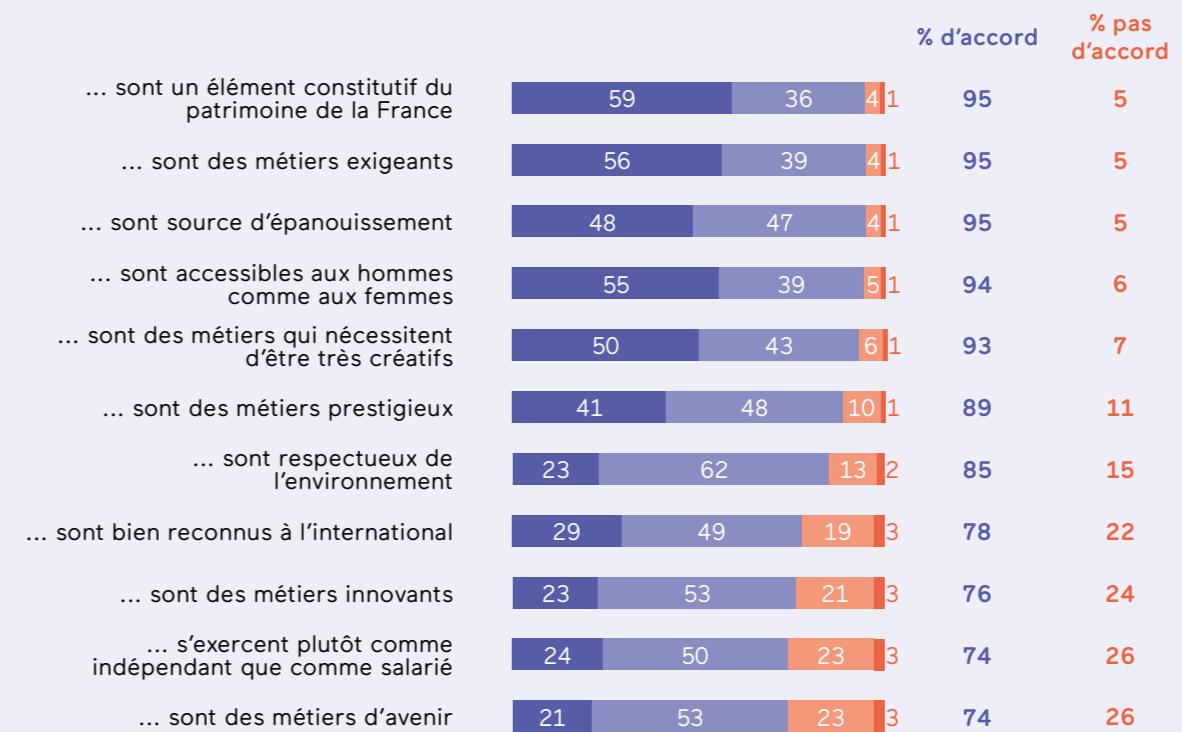


« Certains métiers ont un lien avec l'histoire ou le luxe (instruments anciens, restauration, haute couture...), ça fait rêver un peu. »
Un jeune de la catégorie 14-18 ans

« J'imagine une personne créative –
Intéressée – Autonome – Minutieuse. »
Un jeune CSP-

Voici un certain nombre d'affirmations concernant les métiers d'art et savoir-faire d'exception. Pour chacune d'elles, diriez-vous que vous êtes d'accord ou non ?

Les métiers d'art et savoir-faire d'exception...



■ tout à fait d'accord ■ plutôt d'accord ■ plutôt pas d'accord ■ pas du tout d'accord

L'ATELIER, UN LIEU ASSOCIÉ À L'IMAGE DES MÉTIERS D'ART ET SAVOIR-FAIRE D'EXCEPTION

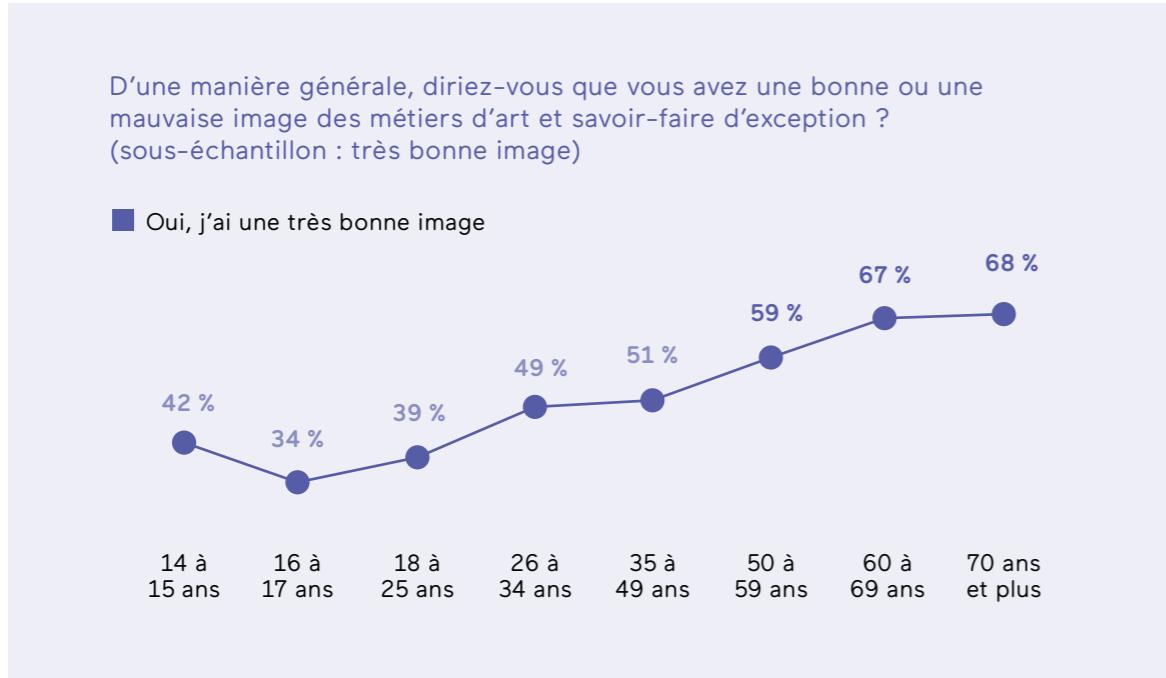
L'atelier apparaît comme un lieu où s'épanouissent des personnes passionnées, créatives et talentueuses. Pour 73% des répondants, les professionnels des métiers d'art travaillent majoritairement dans un atelier avec quelques personnes. L'image de l'artisan solitaire n'est évoquée que par 21%, tandis que la manufacture reste marginale : seuls 6% estiment que ces métiers s'exercent principalement dans une structure regroupant de nombreux collaborateurs.

UN IMAGINAIRE QUI ÉVOLUE SELON LES GÉNÉRATIONS

UNE ESTIME PLUS FORTE CHEZ LES AÎNÉS

La perception très positive des métiers d'art et savoir-faire d'exception est particulièrement marquée chez les aînés : 68% des 70 ans et plus en ont une très bonne image. Les plus jeunes (16-17 ans) sont à quant à eux bien plus mesurés (34%).

Ce niveau d'estime très élevé s'explique par la considération et la reconnaissance associés aux métiers d'art et savoir-faire d'exception. 93% des plus de 60 ans pensent que ces métiers sont prestigieux, un chiffre qui tombe à 69% chez les 16-17 ans. Ils sont également nombreux à être conscients de leur renommée : 84% des 60 à 69 ans sont d'accord pour affirmer que les métiers d'art et savoir-faire d'exception français sont bien reconnus à l'international. Cet engouement n'est partagé que par une petite moitié des 16-17 ans (44%).

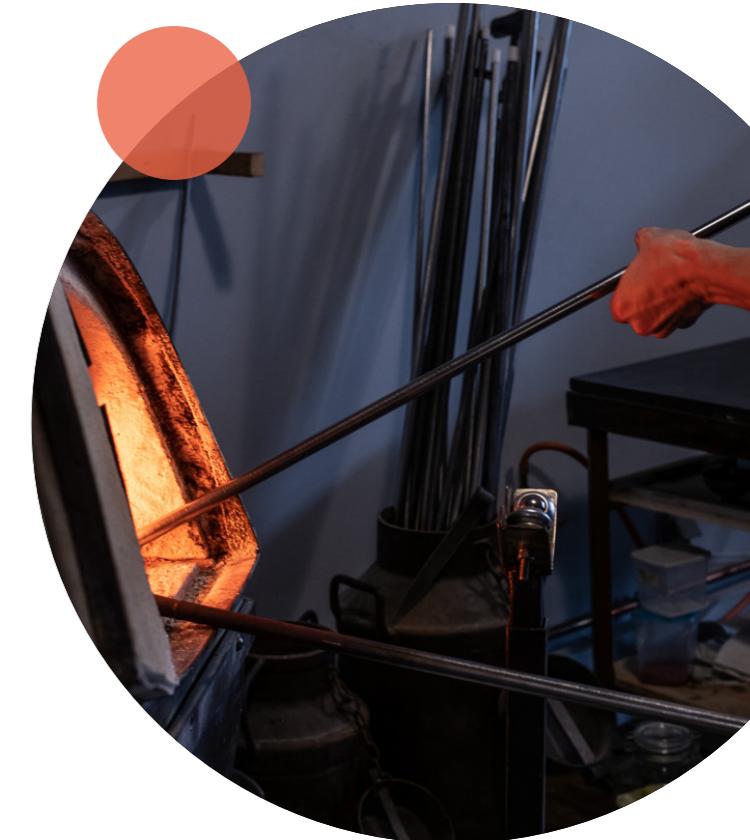


« Ça se fait au fil du temps : le tourisme, les reportages, les voyages, les rencontres... »
Un parent CSP+

DES MÉTIERS JUGÉS PLUS ATTRACTIFS PAR LES AÎNÉS QUE PAR LES JEUNES

Cette divergence de perception se retrouve également dans l'appréciation de l'attractivité des métiers : les jeunes générations se montrent plus critiques que les aînés quant aux conditions de travail et à l'employabilité des métiers d'art et savoir-faire d'exception. 61% des 16-17 ans pensent que le secteur offre de bonnes conditions de travail, un chiffre qui monte à 78% chez les plus de 60 ans. De plus, seuls 43% des 16-17 ans considèrent que ces professions permettent de trouver facilement des débouchés d'emploi, contre 64% pour les 60 à 69 ans. La moitié d'entre eux pensent également que le secteur offre de bons niveaux de salaires (51%), contre plus des deux tiers pour les aînés (66%). Enfin, plus de 80% des 60 ans y voient des métiers d'avenir, là où les jeunes affichent une certaine réserve (57%).

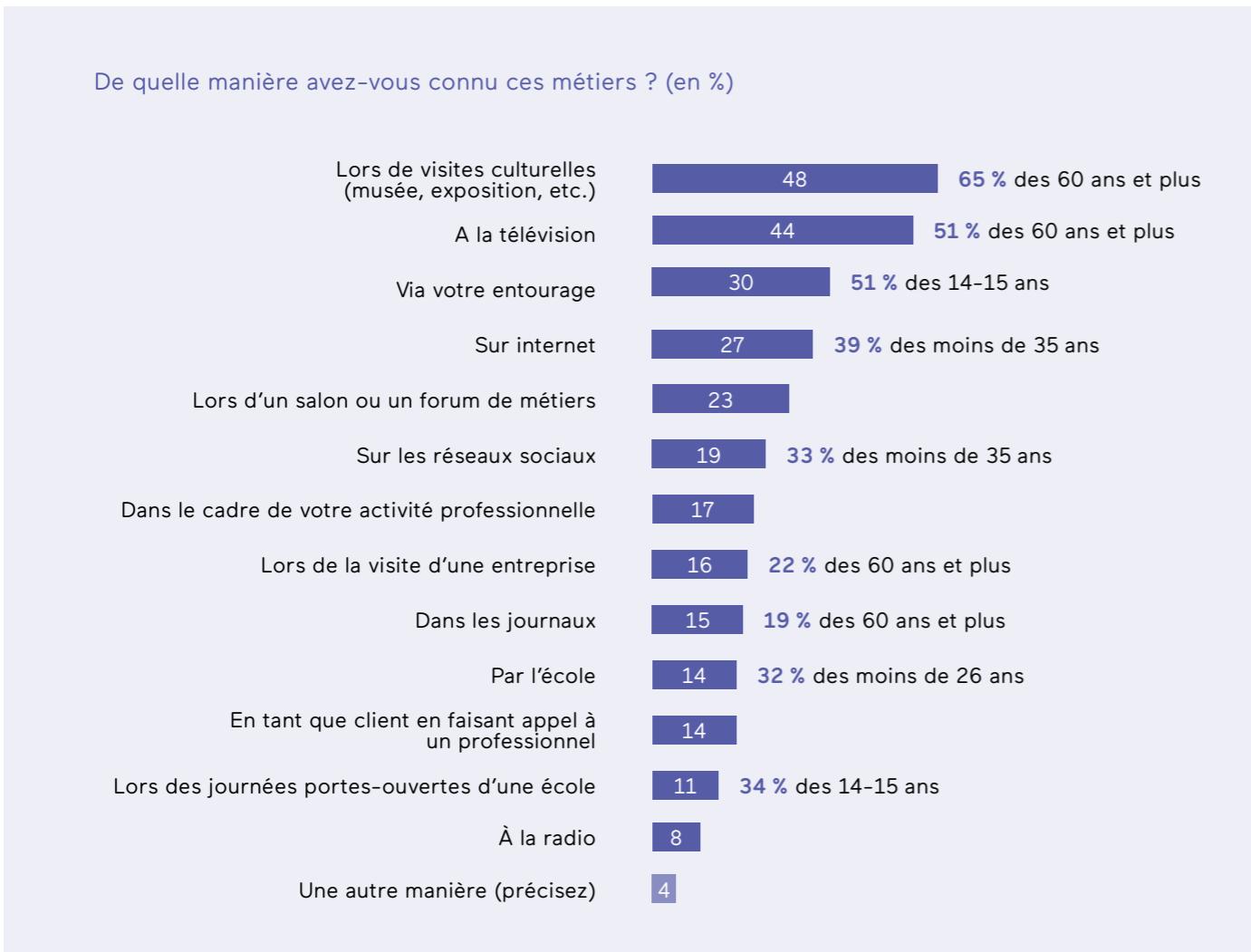
« Cette expérience-là de voir un souffleur de verre, j'avais trouvé ça sympa, c'était beau à voir, mais je ne me suis jamais dit 'je vais faire ça'. Non, je voyais plus ça comme un musée que comme un métier en fait. »
Un jeune CSP-



L'ACCÈS À LA CONNAISSANCE SUR LES MÉTIERS D'ART ET SAVOIR-FAIRE D'EXCEPTION : DES CANAUX ET DES ENJEUX DIFFÉRENTS D'UNE GÉNÉRATION À L'AUTRE

Les points de contact contribuant à la connaissance de ces métiers varient selon l'âge. Chez les moins de 26 ans, ils sont plus diversifiés : **la découverte des métiers d'art et savoir-faire d'exception se faisant principalement par Internet (41%), les réseaux sociaux (35%) puis l'école, les visites culturelles et l'entourage (32%)**. Les plus de 60 ans rencontrent plutôt ces professions lors de visites culturelles (65%) et via la télévision (51%).

« La reconstruction de Notre-Dame de Paris. Ces métiers-là, restauration, patrimoine, ont été beaucoup mis en avant [...]. Parce que c'est vrai que moi, dans mon parcours au lycée, je n'en ai jamais entendu parler. »
Un jeune CSP-



En ce qui concerne leur orientation (au sens large), **les 14-25 ans privilégiennent sans surprise Internet pour s'informer (55%)**. L'entourage, ainsi que les enseignants, jouent aussi un rôle important en tant que sources d'informations (avec respectivement 43% et 38%).

Malgré des canaux diversifiés, **l'étude révèle un manque de communication et de sensibilisation, perçu notamment par les plus âgés**. 76% des plus de 60 ans estiment que les métiers d'art et savoir-faire d'exception ne sont pas suffisamment mis en avant dans les médias et les réseaux sociaux et **même plus globalement dans la société dans son ensemble (77%)**.

Les moins de 26 ans sont plus partagés sur cette question de représentation. Ils sont 44% à considérer que ces métiers ne sont pas suffisamment mis en avant dans les médias et les réseaux sociaux et 56% dans la société en général.

Concernant la promotion de ces métiers à l'école, elle est insuffisante pour une très grande majorité des plus de 35 ans (86%), là où les jeunes se montrent plus mesurés (seuls 58% des moins de 26 ans la trouvent insuffisante).

« Je pense que ces métiers artisanaux sont minorés à l'heure actuelle de l'information numérique [...]. Ce sont des choses qui sont moins relayées à l'heure actuelle via les médias, les réseaux sociaux. »
Un professeur principal





UNE BONNE IMAGE MAIS UNE CONNAISSANCE SUPERFICIELLE

Malgré une perception très positive des métiers d'art et savoir-faire d'exception, les Français partagent plusieurs idées reçues, soulevant des questions sur la communication et la pédagogie autour de ces métiers.

UNE PLACE DE CHOIX AU SEIN DES FAMILLES DE MÉTIERS

Avec 97% des Français qui en ont une bonne image (cf. supra), la réputation des métiers d'art et savoir-faire d'exception dépasse celle de nombreuses filières – également bien perçues – comme les métiers de l'artisanat (92%), du médical (86%) et de la culture (81%). L'enquête qualitative révèle une admiration unanime pour ces métiers, qui peut expliquer cet engouement. Elle s'exprime notamment à travers la notion de préservation et de transmission du patrimoine et une esthétique de la lenteur, de la patience, de l'exigence et du « vrai », à contre-courant d'un monde en perte de sens.

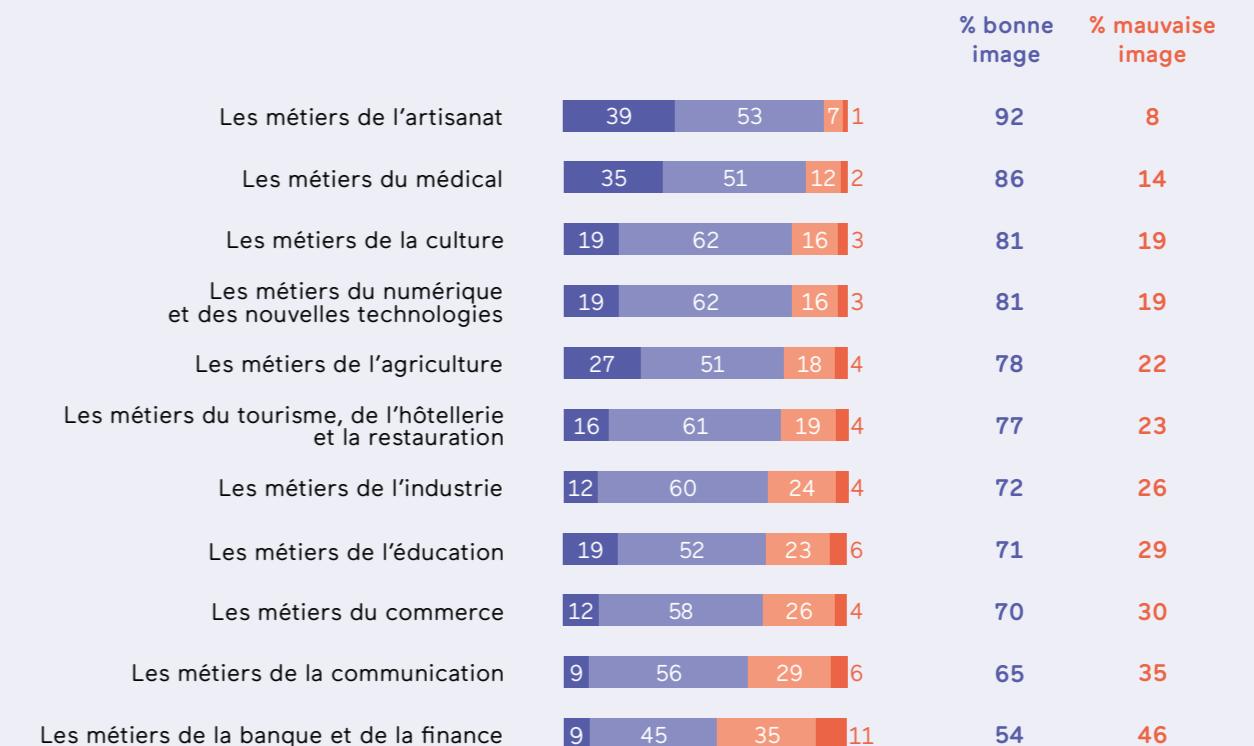


« Ce sont des très beaux métiers même si on n'en parle pas. »

Un jeune CSP+

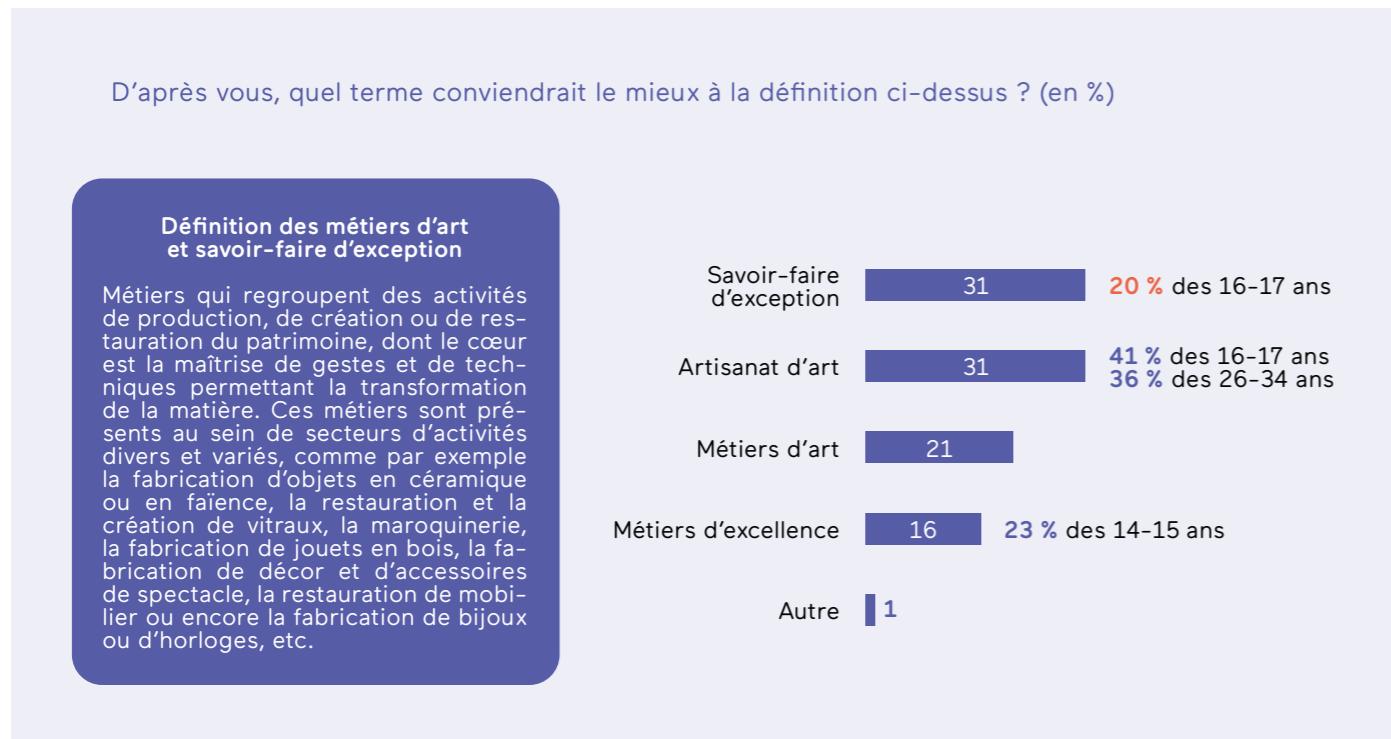


Avez-vous, en règle générale, une bonne ou une mauvaise image des filières suivantes ?

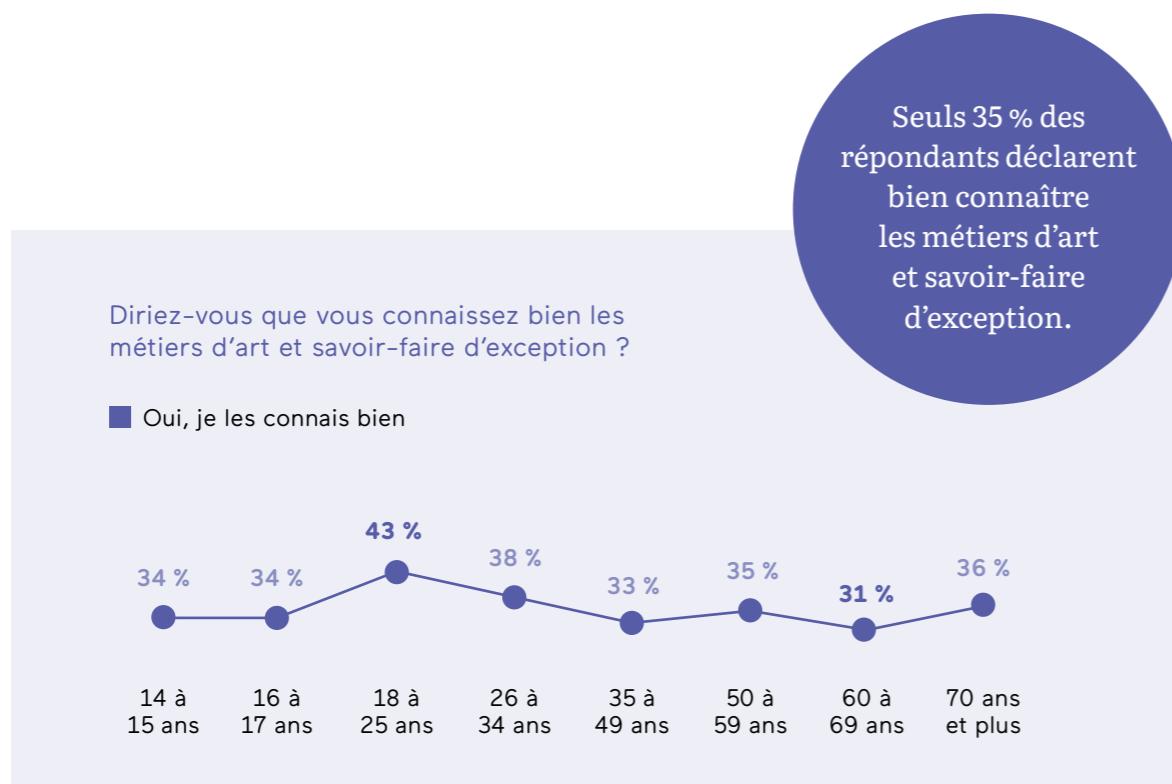


UN ENSEMBLE DE MÉTIERS AUX CONTOURS FLOUS

L'ambiguïté tient d'abord aux termes utilisés pour désigner les métiers d'art et les savoir-faire d'exception, car **plusieurs expressions coexistent, ne facilitant pas la compréhension du secteur par le grand public**. Les résultats de l'enquête quantitative ont révélé que les termes les plus adaptés pour les répondants sont « savoir-faire d'exception » et « artisanat d'art ». Les deux autres termes semblent plus compliqués à délimiter : pour « métiers d'art », les réponses spontanées évoquent également les carrières artistiques (acteur, musicien...) ou encore les beaux-arts, sans doute en raison du terme « art » pouvant être porteur de confusion. Quant aux « métiers d'excellence », plus génériques, ils semblent pouvoir s'appliquer à des secteurs variés (médecine, industrie, etc.).



UNE MÉCONNAISSANCE GÉNÉRALE

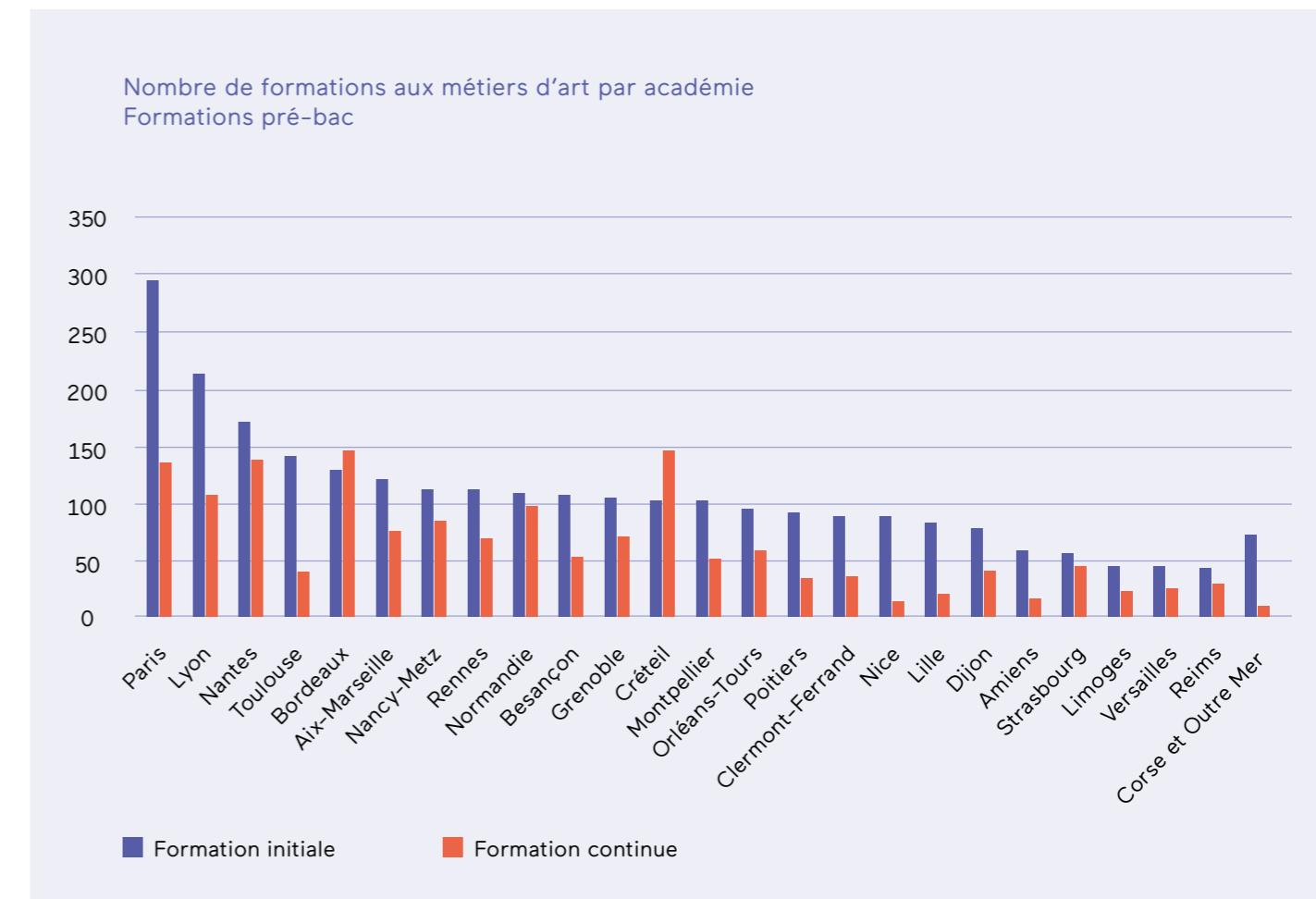


Dans ce contexte, **plus de la moitié d'entre eux ne savent pas si leur région est connue pour la présence de ces savoir-faire sur son territoire** (42%). Il existe pourtant de nombreux bassins historiques de savoir-faire, dont certains sont emblématiques : la porcelaine de Limoges, la dentelle de Calais-Caudry, la cristallerie de Lorraine, la soierie de Lyon ou encore l'horlogerie du Doubs.

La présence de formation est également mal appréhendée par les Français : **près de deux tiers d'entre eux ne savent pas si des formations existent près de chez eux** (65%).

Or, les formations aux métiers d'art sont bel et bien présentes sur l'ensemble du territoire, au sein des 30 académies françaises.

« Il y a aussi une barrière géographique [...]. C'est très lié à des localités spécifiques. Et du coup il y a des enfants peut-être de Bordeaux, ou autre, qui pourraient faire de la maroquinerie mais qui n'ont pas forcément une école dans leur environnement géographique proche, et jamais on va penser à les envoyer suivre ce type de formation. »
Un parent CSP+



DES PROFESSIONS CONSIDÉRÉES À TORT COMME INATTEIGNABLES

À cette confusion s'ajoute pour certains une image erronée. Près de la moitié des sondés pense qu'il est nécessaire d'avoir un haut niveau d'étude pour exercer l'un de ces métiers (47%). Or les diplômes menant aux métiers d'art sont majoritairement des diplômes de niveau pré-bac et bac : on compte 52 Certificats d'Aptitude Professionnelle (CAP), 19 Brevets des Métiers d'Art (BMA) et 10 Bac calauréats professionnels (Bac Pro), contre uniquement une dizaine de spécialités du diplôme des métiers d'art et du design (DNMADE) de niveau bac +3.

Les Français sont même 53% à considérer que ces professions sont réservées à une élite et difficilement accessibles. Cette impression d'inatteignable est particulièrement présente chez les 18-25 ans : 56% estiment que les métiers d'art et savoir-faire d'exception requièrent un haut niveau d'étude, sachant qu'ils sont les plus nombreux à associer ces métiers à l'élitisme (60%).

« C'est des matières ou c'est des compétences qui sont précieuses, qui coûtent de l'argent. Quand je vois la joaillerie, l'horlogerie [...]. Quand je vois ça j'ai l'impression qu'il n'y a pas de place quoi. Je me dis qu'ils doivent être très peu à avoir du travail, que ça va être super dur de faire sa place. »
Un parent CSP+



DES MÉTIERS RÉSERVÉS AUX « TALENTUEUX » : UN FREIN POUR LES VOCATIONS

L'étude révèle également que les jeunes imaginent des métiers « réservés » uniquement aux personnes talentueuses, influençant par conséquent leur orientation. Cette idée de prédestination peut autant séduire que dissuader les vocations : **48% des jeunes (14-25 ans) qui ne sont pas intéressés par ces métiers pensent qu'ils demandent un talent particulier.**

« Pour me sentir concernée, il faudrait que je puisse me dire que moi aussi, j'en suis capable, que les personnes qui se lancent dans ces métiers n'ont pas de prédispositions. »
Un jeune de la catégorie 14-18 ans



Pour quelles raisons ne seriez-vous pas intéressé par les métiers d'art et les savoir-faire d'exception ?





LES LEVIERS À ACTIVER

La très bonne image des métiers ne suffit pas à les rendre attractifs. Plusieurs freins restent à lever et des actions plus ciblées peuvent être mises en place afin d'assurer leur transmission et leur pérennité.

DES MÉTIERS QUI NE MANQUENT PAS D'ATOUTS POUR ATTIRER, NOTAMMENT LES PLUS JEUNES

L'enquête qualitative relève **trois grandes aspirations dans la projection des idéaux liés à la recherche d'un futur métier**, notamment chez les plus jeunes (à noter que ces aspirations seront par la suite mises en concurrence avec les diverses pressions qui vont s'exercer, notamment sociales, institutionnelles et parentales). **Idéaux auxquels peuvent répondre en partie les métiers d'art et savoir-faire d'exception.**

TROIS GRANDES ASPIRATIONS ÉMERGENT DANS LES IDÉAUX PROJETÉS NOTAMMENT PAR LES PLUS JEUNES

- 1 **Être en lien, être utile**
Métier-Vocation : associatif / éducation / santé et paramédical - être utile aux autres, à la société : des métiers peu rémunérateurs (à l'exception notable de la médecine), mais valorisés / reconnus dans les imaginaires quant à leur utilité sociale
- 2 **Vivre sa passion**
Métier-Passion : métier du sport, de la création artistique et/ou design (architecture, conception...) - toujours avec la conscience d'un risque important en termes d'emploi et de stabilité
- 3 **Être indépendant (mais pas seul)**
Rejet du monde anxiogène et dépersonnalisé du bureau / de la grande entreprise, de la contrainte et de la hiérarchie - auxquels on oppose volontiers l'univers rassurant et familier de la boutique, du cabinet, de l'atelier... où l'on travaille en petite équipe, de manière indépendant mais sans être nécessairement seul.

« J'aime créer avec mes mains, voir un objet prendre forme petit à petit, ça doit être super satisfaisant. - Il y a un vrai sens du détail, un côté artistique et technique à la fois que je trouve intéressant. »

Un jeune de la catégorie 14-18 ans

La passion, en particulier, apparaît comme étant le moteur principal qui poussent les jeunes vers les métiers d'art : 43% des plus de 26 ans estiment qu'être guidés par une passion est l'élément déterminant qui attire les jeunes et les personnes en reconversion.

Ensuite, près de la moitié des moins de 26 ans intéressés par les métiers d'art et savoir-faire d'exception se disent également **attirés par le caractère créatif de ces professions** (46%).

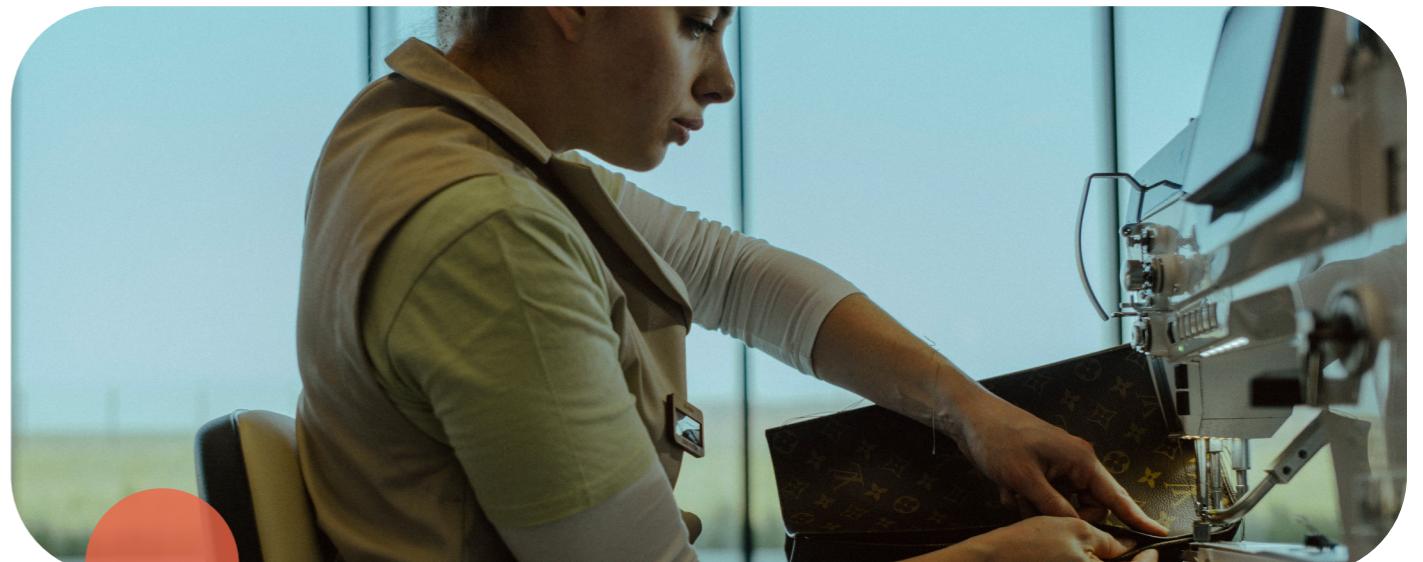
Enfin, 37% d'entre eux estiment que ces professions sont **porteuses de sens**. Ce chiffre s'inscrit dans un contexte où certains pourraient aspirer à exercer un « métier concret », utile, empreint de valeurs et détenteur d'une expertise hors pair, dans une époque marquée par la standardisation et la perte de sens.

« L'air de rien, la génération actuelle s'interroge davantage sur le vrai. Il y a une prise de conscience, [...] une envie de redécouvrir ce qui se faisait avant. »

Un chef d'établissement



FAIRE CONNAÎTRE LES MÉTIERS POUR RENFORCER LEUR ATTRACTIVITÉ



Les personnes qui déclarent bien connaître les métiers d'art et savoir-faire d'exception sont aussi celles qui en ont une meilleure image. Elles sont plus nombreuses à penser que ce sont des métiers d'avenir (83% contre 70% de ceux qui ne les connaissent pas), innovants, offrant de bonnes conditions de travail, ayant des débouchés d'emplois, ainsi que des perspectives d'évolution professionnelles.

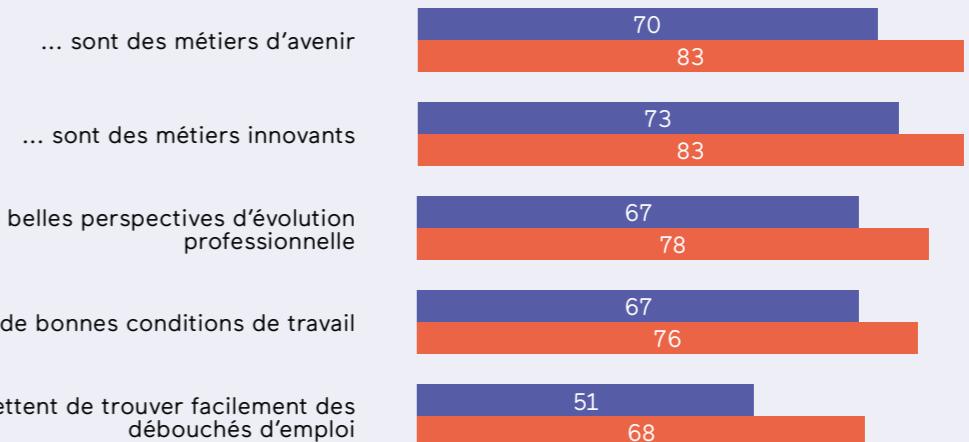
Dans la même logique, elles sont également plus nombreuses à recommander ces métiers (86% contre 64% pour ceux qui ne les connaissent pas). Les parents avertis sont aussi plus enclins à encourager leur enfant dans cette voie (87% contre 76%).

Du côté des jeunes, 70% de ceux qui connaissent bien seraient intéressés par ces métiers comme voie professionnelle (contre 34% pour ceux qui ne les connaissent pas) et 73% déclarent que le choix de cette voie serait accueilli positivement par leur entourage.

Chez les jeunes qui connaissent, le premier frein reste tout de même le manque d'information (pour 35% d'entre eux). L'ensemble de ces éléments traduit l'importance de ne pas valoriser uniquement les métiers mais également d'apporter des informations précises sur leurs conditions d'exercice et les voies d'accès.

Voici un certain nombre d'affirmations concernant les métiers d'art et savoir-faire d'exception. Pour chacune d'entre elles, diriez-vous que vous êtes d'accord ou non ? (en %)

Les métiers d'art et savoir-faire d'exception...

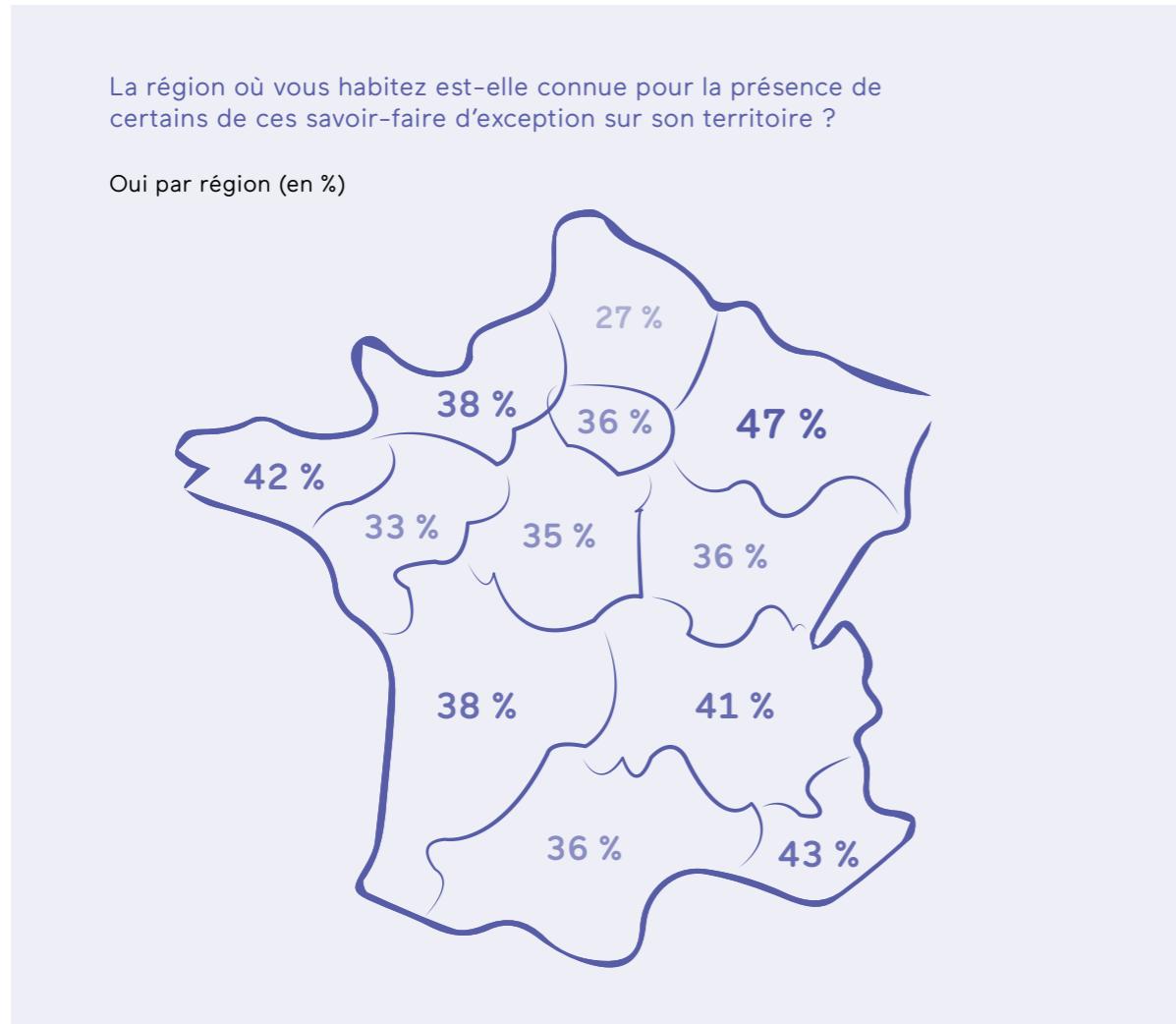


■ Personnes qui connaissent mal

■ Personnes qui connaissent bien



L'IMPORTANCE DE L'INFORMATION DE PROXIMITÉ

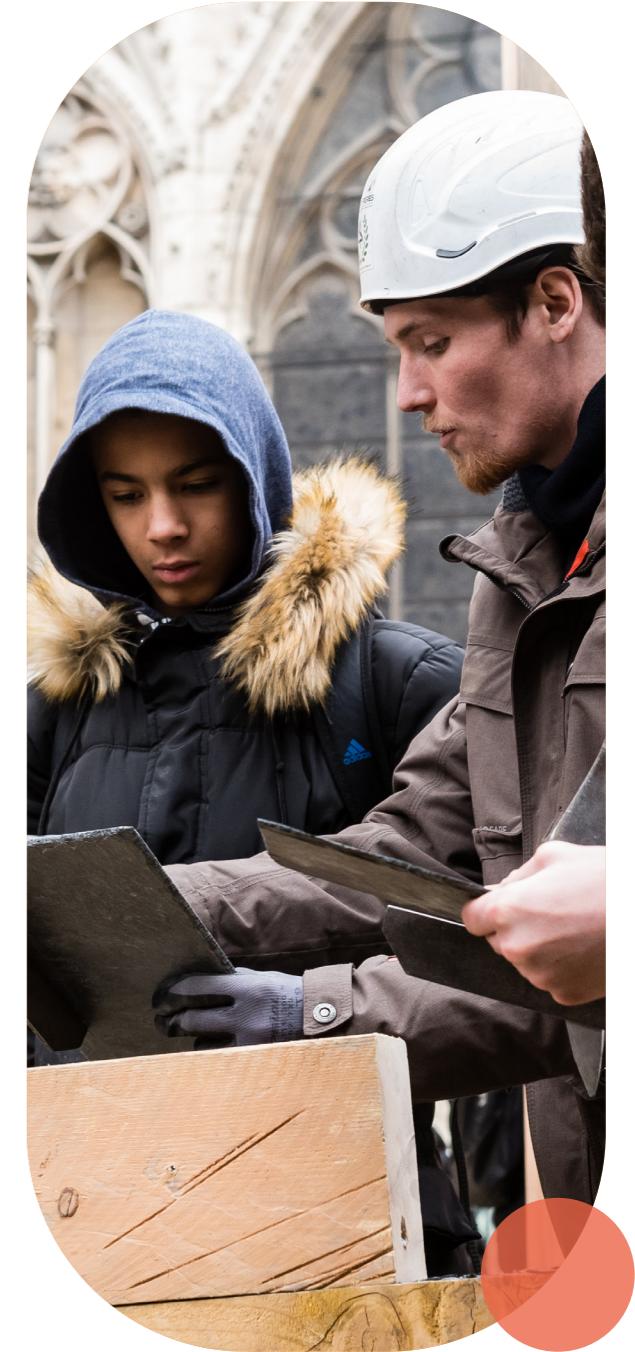


L'étude met en exergue une différence de notoriété suivant les régions. **Le Grand Est est sans conteste la région la plus reconnue par ses habitants pour la présence de savoir-faire d'exception sur son territoire (47%)**, loin devant les Hauts-de-France, qui clôt le classement (27%).

Les répondants ayant connaissance des savoir-faire de leur région se distinguent légèrement de l'ensemble sur plusieurs points. **Ils sont tout d'abord plus nombreux à bien connaître les métiers (56%, contre 35% de l'ensemble de répondants) et à les recommander comme choix d'orientation (81% contre 71% pour l'ensemble).**

Cette connaissance de la richesse des métiers d'art sur le territoire impacte ensuite l'orientation des jeunes. Chez les moins de 26 ans, **ceux qui sont intéressés par les métiers d'art comme voie professionnelle proviennent en majorité d'une région connue pour ses savoir-faire (53%)**.

Enfin, les personnes provenant d'une région connue pour ses savoir-faire sont plus nombreuses à les connaître grâce à une visite d'entreprise (20% contre 16% dans l'ensemble) et en tant que clientes (18% contre 14%). Cela renforce l'idée selon laquelle **le contact direct et de proximité est précieux pour améliorer la connaissance des métiers d'art et sa-voir-faire d'exception.**



REDORER L'IMAGE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

Au-delà du manque d'information, l'étude révèle que l'un des principaux freins à l'orientation vers ces métiers est la tendance à privilégier la voie générale plutôt que la voie professionnelle (pour 35% des plus de 26 ans).

Les perceptions spontanées de l'enquête qualitative confirment cette tendance de hiérarchisation implicite des grandes filières de formation en France (tous secteurs et métiers confondus).

Si la bonne image des métiers d'art et savoir-faire d'exception peut être un moyen de revaloriser les métiers manuels, elle n'est souvent pas suffisante pour lever le frein de la voie professionnelle.



« Souvent, il faut se battre avec le parent qui dit « fait du commerce », comme si c'était la solution à tout. »

Un psychologue de l'Éducation nationale

« Je sais que mon frère était perdu à un moment dans ses études et ma mère lui a évoqué l'idée de faire ébéniste. J'ai dit non, c'est mort, tu fais un bac général. »

Un jeune CSP-



LES PREMIERS REGROUPEMENTS SPONTANÉS DE MÉTIERS MONTRENT UNE NETTE STRATIFICATION SOCIALE DES FILIÈRES

Filières d'excellence

(poussées par la société en général) : médecine / droit / finance / ingénierie. Réussir, « faire plaisir aux parents », ou tout simplement gagner un bon salaire

Filières généralistes

(poussées par les établissements et par les parents) : formations et carrières type commerce, gestion, marketing et communication qui se déclinent à tous les niveaux et offrent des formations hors Parcoursup

Filières professionnelles

Souvent réduites aux métiers manuels, ou encore à des versions « dégradées » / plus accessibles de filières généralistes (vente...) => Des parcours largement dévalorisés comme destinés à ceux qui n'ont « pas réussi » à rester en filière générale (point de vue qui reste malheureusement le plus répandu)

PARLER DE LA RÉALITÉ DU MÉTIER

« J'aimerais savoir combien de jeunes sortent de ces formations, dans quel domaine ils s'orientent ensuite... Des choses très concrètes. »
Un jeune de la catégorie 14-18 ans



Face au manque d'informations et à l'image élitiste et inatteignable associée à ces métiers, **il est essentiel de communiquer de manière concrète sur leurs conditions d'exercice**, en particulier sur la rémunération, qui constitue le premier critère de choix pour 56% des répondants.

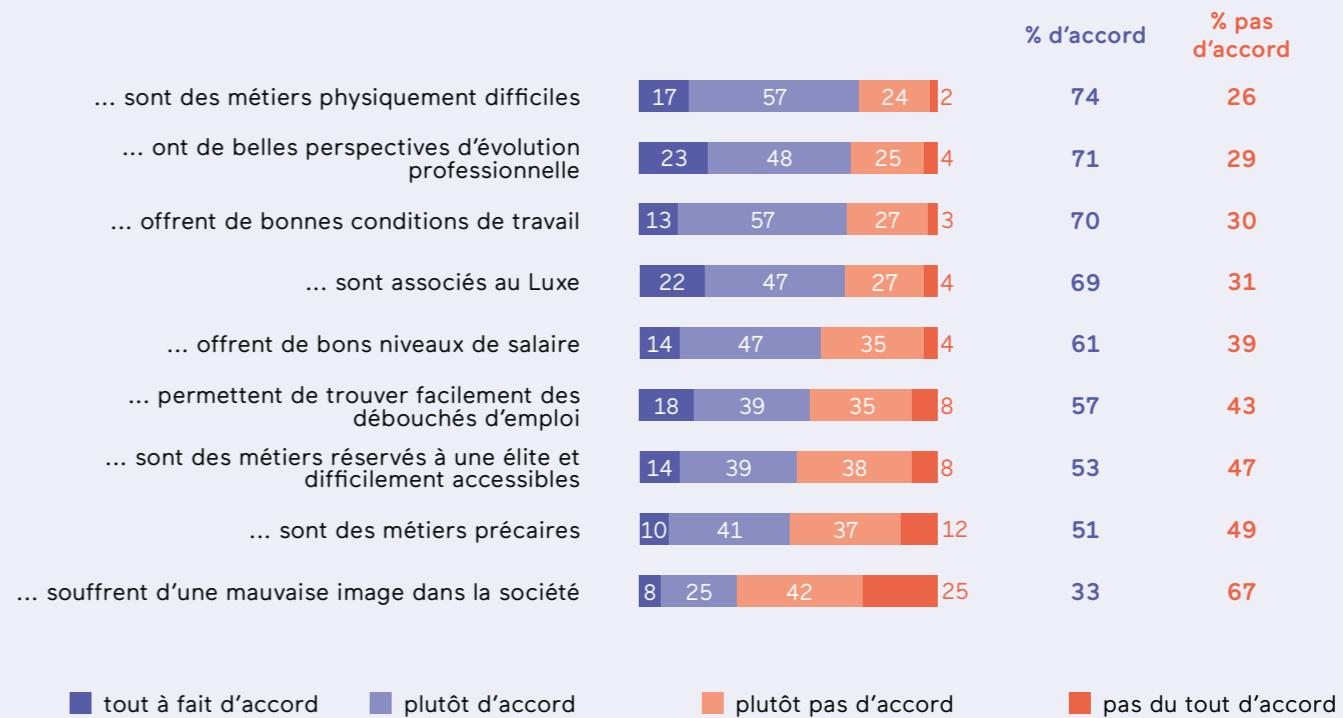
En effet, si certaines affirmations sur ces métiers font assez largement consensus (l'appartenance au patrimoine français, l'exigence, l'épanouissement, etc.), **l'analyse met en évidence une perception plus hétérogène dès lors que l'on aborde les questions liées aux salaires, aux débouchés ou à la précarité**. Des sujets sur lesquels il est néanmoins plus complexe d'avoir une approche globale car ils diffèrent selon les métiers et les filières.

Par ailleurs, parmi les actions à mettre en œuvre pour inciter les jeunes et adultes en reconversion à s'orienter vers ces métiers, **les programmes d'orientation, les rencontres avec des professionnels ou les stages sont les actions jugées les plus efficaces par les Français**.

Enfin, les prescripteurs d'orientation (chefs d'établissements, professeurs principaux et psychologues de l'éducation nationale) sont également en **demande d'actions ciblées avec et dans les établissements**.

Voici un certain nombre d'affirmations concernant les métiers d'art et savoir-faire d'exception. Pour chacune d'entre elles, diriez-vous que vous êtes d'accord ou non ?

Les métiers d'art et savoir-faire d'exception...



■ tout à fait d'accord ■ plutôt d'accord ■ plutôt pas d'accord ■ pas du tout d'accord

Parmi les actions suivantes, lesquelles pourraient être les plus efficaces pour inciter davantage les jeunes ou les personnes en reconversion à s'orienter vers les métiers d'art et savoir-faire d'exception ? (en %)



L'ÉCLAIRAGE DES PRESCRIPTEURS : UN BESOIN D'ACTIONS CIBLÉES AVEC ET DANS LES ÉTABLISSEMENTS

1

IMMERSION ET CONFRONTATION

Portes ouvertes des ateliers et industries concernés (avec communication aux établissements) – montrer les métiers en « live »

Interventions des associations et entreprises dans les classes, dans les salons, aux Forums des métiers, mais aussi chez les plus jeunes élèves

« Moi je reste convaincu que le mieux en général c'est d'aller sur place et de voir comment ça fonctionne, etc. Ou aussi à défaut d'aller sur place, que quelqu'un puisse venir et faire une démonstration »
Chef d'établissement



3

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Ressources pédagogiques « clés en mains » / supports d'entretiens (individuels et parents-enfants) et présentations en classe, permettant de montrer les métiers et parcours de formation – à « pousser » individuellement auprès des chefs d'établissements, professeurs principaux et psychologues de l'éducation nationale

Modules à intégrer dans les programmes dès la primaire (culture générale)

« Plus nous on aura des ressources toutes faites comme ça, et mieux ça nous aidera. Et nous on est preneurs en tout cas. »
Chef d'établissement

2

FACILITATION DE L'ACCÈS

Offres de stages proposés aux élèves (3^{ème}, Seconde, mini-stages)

Aides à la mobilité (réseaux d'internats...) pour l'accès aux formations éloignées

« La notion d'internat et la notion de mobilité est très importante. - Il y a souvent très peu de places. Pour moi, c'est un vrai sujet. »
Psychologue de l'éducation nationale



PRÉSENTATION DES PARTENAIRES

MÉTIERS
D'EXCELLENCE | LVMH

Leader mondial du luxe, LVMH est un groupe à caractère familial fondé en 1987. Avec 75 Maisons dans les secteurs majeurs du luxe — Vins & Spiritueux, Mode & Maroquinerie, Parfums & Cosmétiques, Montres & Joaillerie, Distribution Sélective, Autres Activités comprenant l'Hospitalité et les Médias, LVMH incarne les valeurs fondamentales d'excellence, de créativité et d'esprit d'entreprise. Le Groupe a pour mission d'assurer le développement à long terme de chacune de ses Maisons, dans le respect de ce qui fait leur singularité et leur force.

Château Cheval Blanc, Colgin Cellars, Hennessy, Glenmorangie, Ardbeg, Belvedere, Woodinville, Volcán de Mi Tierra, Chandon, Cloudy Bay, Terrazas de los Andes, Cheval des Andes, Newton, Bodega Numanthia, Ao Yun, Château d'Esclans, Château Galoupet, Joseph Phelps et Château Minuty. Le secteur Mode et Maroquinerie inclut les marques Louis Vuitton, Christian Dior, Celine, Loewe, Kenzo, Givenchy, Fendi, Emilio Pucci, Marc Jacobs, Berluti, Loro Piana, RIMOWA, Patou, Barton Perreira et Vuarnet. LVMH est présent dans le secteur des Parfums et Cosmétiques avec les marques Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Kenzo Parfums, Parfums Loewe, Benefit Cosmetics, Make Up For Ever, Acqua di Parma, Fresh, Fenty Beauty by Rihanna, Maison Francis Kurkdjian et Officine Universelle Buly. Le groupe d'activités Montres & Joaillerie est constitué des marques Bulgari, TAG Heuer, Tiffany & Co., Chaumet, Zenith, Fred, Hublot et l'Epée. LVMH est également actif dans la distribution sélective ainsi que d'autres activités au travers de DFS, Sephora, Le Bon Marché, La Samaritaine, Groupe Les Echos-Le Parisien, Paris Match, Cova, Le Jardin d'Acclimatation, Royal Van Lent, Belmond et les hôtels Cheval Blanc

Les Métiers d'Excellence LVMH, ce sont plus de 280 métiers de savoir-faire dans la Création, l'Artisanat et l'Expérience Client qui sont essentiels au succès du Groupe et de ses Maisons. Ces métiers permettent à LVMH la parfaite maîtrise de sa chaîne de valeur, depuis le sourcing des matières premières jusqu'à la distribution sélective de ses produits, en passant par leur création et leur fabrication.

Depuis 2014, les Métiers d'Excellence ont pour mission de sensibiliser et de former aux métiers de savoir-faire les nouvelles générations et les personnes en reconversion. Des programmes sont également déployés pour le développement et la valorisation des talents au sein des Maisons, qui jouent un rôle clé dans la transmission aux futures générations de ce patrimoine immatériel précieux.



Le ministère de l'Éducation nationale s'engage dans la revalorisation des métiers d'art par la création récente du BNMA (brevet national des métiers d'art), diplômes de niveau IV, et du DN-MADE, grade de licence. Il est le pilote de la première filière de formation initiale aux métiers d'art, via les lycées professionnels et les lycées technologiques, accessible dans les différentes académies de France. Il valorise également les métiers par la mise en place d'actions d'éducation artistique et culturelle (EAC). Membre de droit du Conseil d'administration de l'Institut pour les Savoir-Faire Français, de longue date, il apporte notamment son appui pour la diffusion des ressources et actions de l'Institut auprès de son réseau. Sa participation à l'étude « Perceptio » s'inscrit dans cette dynamique, afin de mieux comprendre les représentations sociales et renforcer l'attractivité de ces filières d'excellence auprès des jeunes.



Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs. Ses chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Ses 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de ses enquêtes, du suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles. Sa signature « Game Changers » résume bien son ambition d'aider ses clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.



Depuis 137 ans, l'Institut pour les Savoir-Faire Français (ex-Institut National des Métiers d'Art INMA), œuvre pour la reconnaissance et la pérennité des savoir-faire d'exception. Tel un passeur, il s'attache à ce que le fil de la transmission de ces métiers séculaires ne se rompe jamais.

Véritable accélérateur, l'Institut oriente ses actions autour de trois grandes missions afin d'accompagner des collectifs d'acteurs au plus près de leurs besoins.

- Faire rayonner pour susciter des vocations, renforcer la visibilité et valoriser les savoir-faire d'exception,
- Faire perdurer pour pérenniser les savoir-faire à travers la formation, la transmission des compétences et la transformation digitale et durable,
- Faire grandir pour accompagner le développement commercial, la digitalisation, et la création de liens locaux et nationaux.

Ainsi, l'Institut pilote de nombreuses actions pour des publics spécifiques, à l'image du Prix Avenir Métiers d'Art, ou encore du dispositif Maîtres d'art - Élèves. Il assure également la coordination des Journées Européennes des Métiers d'Art®. À travers la collecte, la structuration, et la qualification de l'information autour des métiers d'art et des savoir-faire d'exception, son pôle Ressources & intelligence économique apporte un éclairage sur les enjeux actuels et futurs de l'écosystème.

COMITÉ SCIENTIFIQUE



Marion BARDET
Directrice des Métiers
d'Excellence
LVMH



Jocelyn GAC
Directeur du Collège des Métiers
Les Compagnons du devoir et du
Tour de France



Héloïse LEBOUCHER
Directrice opérationnelle
Campus Mode, Métiers d'art,
Design Manufacture des Gobelins

Marion Bardet dirige les Métiers d'Excellence LVMH. Ce département est engagé depuis 2014 dans une politique active de sensibilisation et de transmission des savoir-faire uniques de la Création, l'Artisanat et l'Expérience Client, ainsi que de valorisation des acteurs/trices de ces métiers. Le groupe LVMH emploie plus de 110 000 personnes dans ces métiers correspondant à plus de 280 savoir-faire.

Jocelyn Gac est directeur du Collège des Métiers des Compagnons du Devoir, après un parcours de 25 ans mêlant bâtiment, formation et recherche. Ancien artisan et dirigeant de bureau d'études, il a piloté plusieurs dispositifs autour de la transition énergétique, des savoir-faire artisanaux et de l'innovation pédagogique. Il s'est investi également dans des tiers-lieux valorisant les métiers manuels, les patrimoines culturels et les métiers d'art.

Directrice opérationnelle du Campus Mode, Métiers d'art, Design – Manufacture des Gobelins depuis sa création en 2019, Héloïse Leboucher, conçoit des programmes de sensibilisation et de valorisation des métiers d'art auprès des jeunes publics. Sensible aux enjeux de transition générationnelle, écologique et entrepreneuriale, elle a contribué au Plan Stratégique National en faveur des Métiers d'art en tant que référente Formation.



Sébastien GURUNG
Délégué général
Collectif Orientation

Engagé pour une éducation de qualité accessible à tous, Sébastien évolue entre la fonction publique et le monde associatif depuis 2016. Au sein du Défenseur des Droits, de l'association Le Choix de l'école comme du cabinet du Recteur de Paris, Sébastien cherche à rapprocher et à valoriser tous les acteurs éducatifs travaillant dans l'intérêt des jeunes. Aujourd'hui, Sébastien dirige le Collectif Orientation avec une ambition claire : agir ensemble pour faciliter l'orientation des jeunes.



Gabrielle LEGERET
Directrice générale & fondatrice
De l'or dans les mains

Diplômée de Sciences Po, Gabrielle a cofondé en 2016 Chemins d'avenirs, dédiée à l'orientation des jeunes ruraux. En 2021, elle crée De l'or dans les mains pour réintégrer la pratique manuelle à l'école. Lauréate de plusieurs prix, elle est missionnée en 2023 par trois ministres pour piloter l'axe jeunesse du plan métiers d'art. Marquée par une enfance en Inde, elle a aussi travaillé au ministère de la Culture et à l'ambassade de France à New York.



**Emmanuel
GEORGES-PICOT**
Conseiller éducation, orientation,
formation et emploi
Régions de France

Conseiller chargé de l'éducation, de l'orientation, de la formation et de l'emploi chez Régions de France, il participe au comité scientifique pour valoriser la dimension territoriale de l'étude Perceptio : par leurs politiques les Régions soutiennent les métiers d'art dont la contribution est essentielle à la vie de nos territoires.



Fanny DANTHEZ
Responsable Ressources
et Intelligence économique
Institut pour les Savoir-Faire
Français.

Issue d'une formation en gestion de l'information, Fanny Danthez intègre l'Institut en 2011 où elle développe une connaissance fine des métiers d'art. Fin 2023, elle devient responsable Ressources et Intelligence économique, avec pour mission de favoriser la connaissance des savoir-faire français et de leurs enjeux par le recueil, la structuration et l'analyse de données, ainsi que la diffusion d'études et de publications.

MÉTHODOLOGIE

ENQUÊTE QUALITATIVE

Enquête menée du 23 juin au 1er août 2025

Le volet qualitatif a permis de cumuler plusieurs angles méthodologiques afin d'approcher plusieurs cibles :

- Les jeunes scolarisés dans le secondaire
- Leurs parents
- Les jeunes adultes, étudiants ou actifs
- Les prescripteurs d'orientation
- Les professionnels des métiers d'art, en formation initiale et en reconversion

COLLÉGIENS ET LYCÉENS :

une communauté en ligne de 22 participants sur 5 jours de 14 à 18 ans répartis en sexes, âges, localités, catégories socioprofessionnelles et types d'établissements et de filières (pas de formations aux métiers d'art).

JEUNES ADULTES :

2 focus groupes de 2h30 en salle auprès de jeunes de 20 à 25 ans, avec 1 groupe CSP+ à Paris et 1 groupe CSP- à Lille, avec un mix d'actifs et d'étudiants, 1/2 hommes 1/2 femmes.

PARENTS D'ÉLÈVES SCOLARISÉS DANS LE SECONDAIRE :

2 focus groupes de 2h30 en salle avec 1 groupe CSP+ à Dijon et 1 groupe CSP- à Lyon, avec un mix des types d'établissements et de filières des enfants (pas de formations aux métiers d'art), 1/2 hommes 1/2 femmes.

PRESCRIPTEURS D'ORIENTATION :

10 entretiens individuels online (Teams) d'1h avec : 4 professeurs principaux, 3 psychologues de l'éducation nationale et 3 Chefs d'établissement ou adjoint, avec mix de l'ancienneté et des types d'établissements, localités et formations proposées (pas de formations aux métiers d'art).

PROFESSIONNELS DES MÉTIERS D'ART :

7 entretiens individuels online (Teams) d'1h avec 3 hommes et 4 femmes dont : 3 formations initiales de 18 à 30 ans (ébénisterie, parfumerie, haute joaillerie) et 4 reconversions de 29 à 50 ans (typographie, maroquinerie, haute joaillerie).

ENQUÊTE QUANTITATIVE

Enquête menée du 6 au 17 novembre 2025

ÉCHANTILLON :

5000 personnes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 14 ans et plus.

MÉTHODOLOGIE :

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos.
Méthode des quotas : sexe, âge, activité de la personne interrogée (pour les 16 ans et plus, profession de la personne de référence du foyer), catégorie d'agglomération, département.

ANALYSE DES DIPLÔMES ET FORMATIONS

Traitement : Institut pour les Savoir-Faire Français à partir des données fournies par le ministère de l'Education Nationale.

L'Institut a catégorisé les types de diplômes pouvant mener à l'exercice d'un métier d'art :

Spécifique métiers d'art : Ce périmètre comprend les diplômes où le travail de la matière et l'intervention de la main constituent le cœur des formations et relevant d'un domaine et d'un métier de la liste officielle des métiers d'art.

Exemples de diplômes : BMA Céramique • BMA Ferronnier d'art • CAP Arts du tapis et de la tapisserie de lisse • BAC PRO Artisanat et métiers d'art - Facteur d'orgues option : organiser.

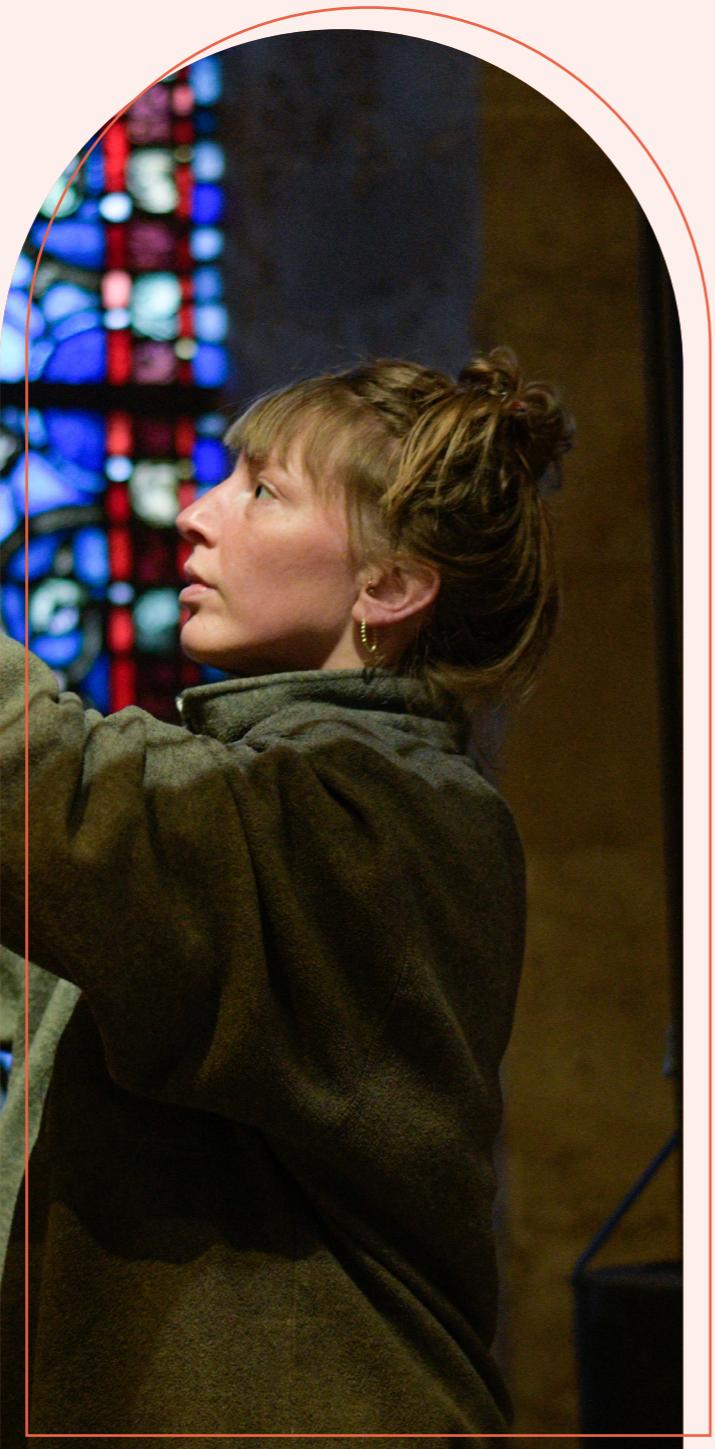
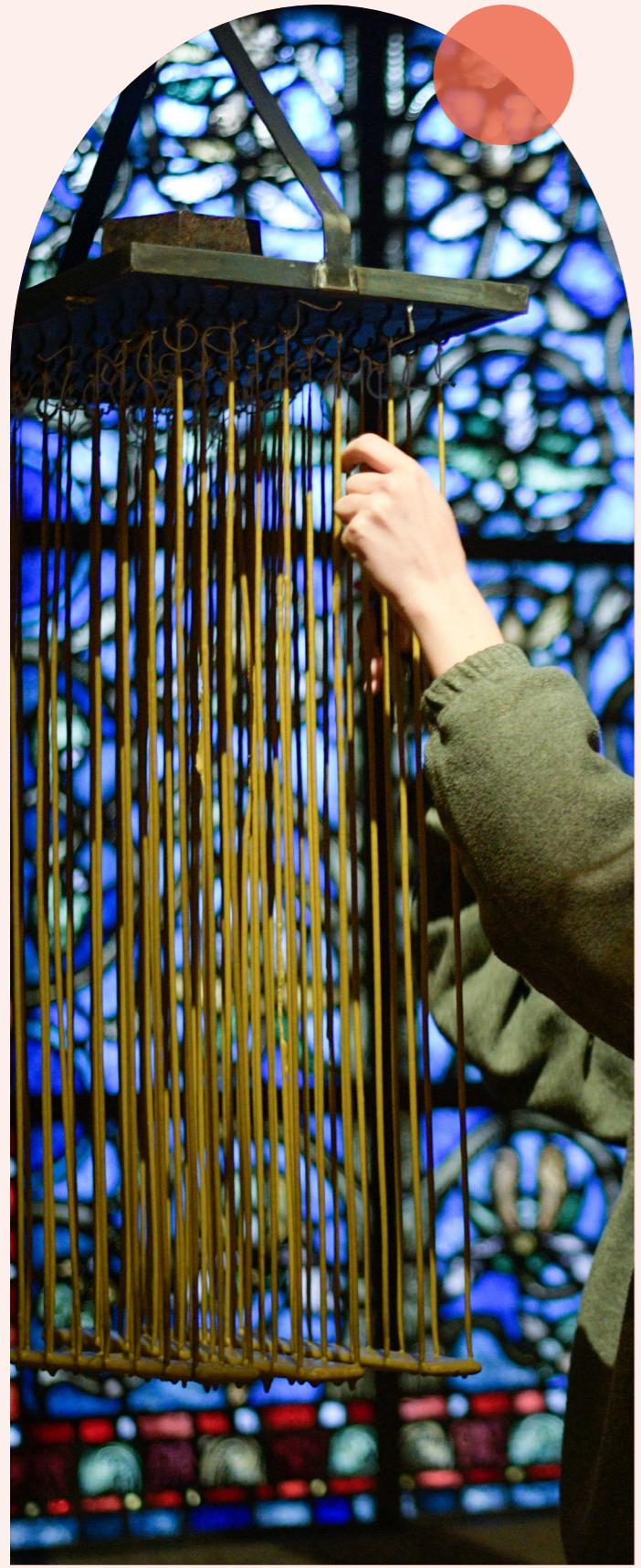
Artisanat et production : Ce périmètre comprend les diplômes où intervient le travail de la main et pouvant mener aux métiers d'art mais également à d'autres métiers ne relevant pas des métiers d'art, dans l'artisanat voire dans l'industrie. Ils peuvent également comprendre une approche plus conceptuelle.

Exemples de diplômes : CAP Couvreur • BAC PRO Technicien de fabrication bois et matériaux associés • BP Carreleur mosaïste • Titre professionnel Piqueur en maroquinerie

Métiers de conception, création et connexes : Le périmètre regroupe les diplômes menant à des métiers connexes de la création, notamment les métiers du design, des arts appliqués et de l'architecture, et où le travail de la main est secondaire.

Exemples de diplômes : BAC STD2A • BP Gemmologue • DSAA Design • Titre professionnel Designer - Créeur textile • Titre professionnel Styliste Modéliste

La présente analyse ne tient compte que des diplômes spécifiques métiers d'art.



Dossier de presse - Perceptio
Janvier 2026

Rédaction : Institut pour les Savoir-Faire Français

Données : Ipsos Bva ; ministère de l'Éducation nationale

Mise en forme et graphisme : Gloria Sodore (GS Communication & Graphisme)

Retrouvez l'étude complète sur le site de l'Institut pour les savoir-faire français :
<https://www.institut-savoirfaire.fr/>

Crédits Photos :

- Couverture** : Vuitton Vendée
© Louis Vuitton
p.3 et p.46 : Portrait de Marion Bardet © David Boschet
p.4 : (de gauche à droite) Vuitton Vendée © Louis Vuitton ; JEMA 2023 © Leo Coulongetat
p.6 : (de gauche à droite) Atelier Pietro Seminelli © Alexis Lecomte ; Lapidaire © Eric Chenal
p.7 : Vuitton Vendée © Louis Vuitton
p.10 : Les ateliers de la Flèche, JEMA 2022 - ©Augustin Detienne
p.12 : Musée de Cluny © Matthieu Gauchet
p.15 et p.25 : TiPii Atelier, JEMA 2019 © Augustin Detienne
p.17 : Au Passeur de Lumière © Augustin Detienne
p.18 : Les Ateliers d'art du Grand Palais RMN © Baptiste Gault
p.20 : JEMA 2023 © Leo Coulongetat
p.21 : JEMA 2023 © Valentino Belloni

- p.23** : LVMH, Atelier LV Vendome, 2021 © Nanna Heitmann
p.27 : (de gauche à droite) Atelier Pierre Lallier © Alexis Lecomte ; Atelier Otro Mundo © Augustin Detienne ; Atelier du Costume, Danièle Boutard © Alexis Lecomte
p.28 : Atelier Mayeul Gauvin, JEMA 2023 © Augustin Detienne
p.29 : (de gauche à droite) Atelier Ivry Aguery, JEMA 2019 © Augustin Detienne ; Exposition Matières à l'œuvre, Mobilier national, JEMA 2021 © Institut pour les Savoir-faire Français ; Christelle Doyen © Augustin Detienne
p.30 : LVMH, Eyes 19, 2024, Tiffany Pelham © Arnaud Montagard
p.33 : (de gauche à droite) L'orfèvrerie Christofle, JEMA 2022 © Augustin Detienne ; Atelier Manufact, Marine Fargetton, JEMA 2024 © Augustin Detienne
p.46 : Portrait de Jocelyn Gac © Florent Pottier
p.47 : Portrait de Gabrielle Légeret © Léonore de Fougeral
p.50 : Basilique de Saint-Denis, JEMA 2022 © Augustin Detienne
p.52 : JEMA 2022 © Augustin Detienne

