

Introduction

L'artisanat connaît un véritable regain d'intérêt. Ce phénomène qu'on observe un peu partout dans le monde depuis le début du XXI^e siècle correspondrait à la troisième vague du renouveau de l'artisanat, connu en tant que *Third wave of Craft Revival* (Luckman 2015) (voir chapitre 4). Celui-ci vient prolonger et institutionnaliser l'émergence du « faire » et du DIY (*Do It Yourself*) caractérisée par un enthousiasme pour le bricolage, le jardinage et les activités manuelles. Plusieurs raisons sont à l'origine de ce phénomène : le rejet d'une consommation mondialisée de masse, la crise de sens du travail, les préoccupations environnementales. Ce renouveau artisanal est également dû au soutien de l'Unesco, à la possibilité de vendre sa production à l'autre bout du monde *via* Internet et à l'intervention du design comme nouvel intermédiaire.

Cet ouvrage, en prenant l'artisanat comme thème, prolonge les débats initiés depuis 2014 dans le cadre du réseau international Creative Shift Studies¹ en analysant ce qui se joue autour de l'injonction à la créativité. La thématique d'un des colloques organisés dans ce cadre, en juin 2022 à Gabrovo et à Plovdiv (Bulgarie), portait sur les activités de création dans l'artisanat et le design à l'aune des industries créatives (Andonova *et al.* 2022). Les huit chapitres qui composent cet ouvrage se sont nourris de ces échanges et présentent les principaux résultats des recherches discutées lors de ce colloque.

Introduction rédigée par Yanita ANDONOVA et Anne-France KOGAN.

1. Voir : <https://crea2s.hypotheses.org>. Le réseau international et interdisciplinaire de recherche Crea2S propose de croiser les regards disciplinaires (sciences de l'information et de la communication, histoire, anthropologie, sociologie, économie, géographie) sur la référence créative, devenue hégémonique dans les sociétés occidentales.

Si le secteur de l'artisanat est moins étudié par les chercheurs que le secteur des arts et de la culture, la créativité y est tout autant centrale dans le processus de travail des activités artisanales : broderie, fabrication d'articles en cuir, création de bijoux, teinturerie, céramique, conception de chapeaux, etc. À cet égard, ces métiers relèvent de la vaste catégorie des industries créatives, que nous analysons ici sous le prisme d'une économie politique de la créativité (Mœglin 2019).

Dans cette perspective critique, les industries créatives relèvent d'abord d'un grand projet porté par les politiques publiques nationales et internationales, où il s'agit d'accroître par la créativité les performances économiques du plus grand nombre possible de secteurs de l'économie. Même si les industries créatives restent difficiles à caractériser, car la nature même des activités qu'elles sont censées réunir varie, un consensus s'accorde sur l'idée qu'elles rassemblent des activités qui relèvent de la production symbolique et qui doivent concilier une double exigence esthétique et commerciale. La notion d'industrie fait par ailleurs largement débat, tant la référence aux industries manufacturières de l'ère industrielle fordiste est peu pertinente. Néanmoins, les différents travaux déjà menés permettent de saisir des effets d'échelle, de rationalisation et de reproduction rassemblés sous l'expression « industrialisation des biens symboliques » (Bouquillion *et al.* 2013). Les auteurs précisent qu'ils désignent par « biens symboliques », la catégorie de biens que leur dimension symbolique fait (ou aide à faire) échapper dans une certaine mesure à la concurrence par les prix et aux facteurs habituels de fixation de la valeur. Cela procède de l'économie de l'enrichissement (Boltanski et Esquerre 2017), comme quand une marque du luxe appose sa signature sur un sac réalisé par des artisans au Maroc. Le secteur artisanal et en particulier l'artisanat d'art n'y échappe pas, car la dimension utilitaire des produits et des services est indissociable de la dimension symbolique. Le rôle joué par les sites internet de vente en ligne participe de cette tendance « industrialisante » (Mœglin 2015).

Dans cette perspective, les contributions présentes dans cet ouvrage rassemblent, d'une part, des approches portant sur les enjeux socio-économiques et socio-politiques, en mettant en avant les nouvelles conflictualités, les tensions et les rapports de force entre acteurs et, d'autre part, des études de cas qui analysent la production artisanale et le rôle joué par les intermédiaires (plateformes et autres), ainsi que l'évolution du travail des artisans et leur mise en visibilité.

I.1. Les enjeux de l'artisanat

Cela permet de mieux comprendre les enjeux de l'artisanat au sein des industries créatives en articulant, d'une part, l'économie politique de la créativité dans la perspective ouverte par la théorie de l'industrie culturelle et, d'autre part, l'analyse communicationnelle des organisations (Kogan et Andonova 2019). Ainsi l'ensemble des chapitres permet de présenter quatre points principaux : 1) la difficulté à définir l'artisanat et mesurer son poids économique, 2) la vision enchantée de l'artisanat entre travail, activité et engagement, 3) la mise en visibilité de l'artisanat *via* Internet, 4) le design et la valorisation marchande de l'artisanat.

Cet ouvrage n'interroge pas les activités artisanales sous le prisme du genre, comme cela a pu être le cas dans les années 1980 (Dhamija 1981 ; Kandiyoti 1988) et qui connaît un regain d'intérêt aujourd'hui. Ces travaux académiques anciens et plus récents s'accordent pour souligner la place centrale des femmes dans ces activités manuelles souvent réalisées à domicile (Luckman 2015) (voir chapitre 1). Néanmoins nous avons choisi ici de conserver le genre masculin générique pour désigner les métiers de l'artisanat exercés aussi bien par les femmes que par les hommes.

I.1.1. Difficulté à définir l'artisanat et à mesurer son poids économique

En France, l'artisan d'art se distingue de l'artisan. Il ou elle est un professionnel ou une professionnelle exerçant l'une des activités artisanales figurant dans une liste fixée par décret (INMA² 2017). Cette liste regroupe 198 métiers répartis en seize domaines³, mais dans d'autres pays, comme en Bulgarie (voir chapitre 5), les classifications divergent. La liste prévue ne préjugant pas du statut professionnel des personnes exerçant l'un de ces métiers, il est impossible de les repérer dans les statistiques économiques. Ces activités peuvent s'exercer comme salarié d'une entreprise artisanale ou d'une association, comme indépendant en micro-entreprise, artiste-auteur ou encore en tant qu'amateur.

2. INMA : Institut national des métiers d'art.

3. Ces domaines sont : architecture et jardins ; ameublement et décoration ; luminaire ; bijouterie, joaillerie, orfèvrerie et horlogerie ; métal ; céramique ; verre et cristal ; tabletterie ; mode et accessoires ; textile ; cuir ; spectacle ; papier, graphisme et impression ; jeux, jouets et ouvrages mécaniques ; facture instrumentale ; restauration.

Une recherche menée sur l'artisanat en Inde insiste sur l'importance sociale et économique du secteur malgré l'impossibilité de la mesurer avec précision. Car :

« l'artisanat représente avant tout une modalité d'organisation de la production d'un vaste ensemble de biens ou de services. Les productions artisanales fournissent un emploi permanent ou à temps partiel à une partie importante de la population rurale, mais aussi urbaine, dans des conditions relevant très largement de l'économie informelle. Ainsi, sa place macro-économique ne peut d'ailleurs pas être saisie par des données statistiques précises tant elle est diffuse. » (Bouquillion 2016, p. 47)

Il existe de nombreuses tentatives de catégorisation qui cherchent soit à rassembler les métiers de l'artisanat malgré leur hétérogénéité, soit à distinguer les métiers relevant de l'artisanat d'art, et/ou de l'artisanat traditionnel comme forme de patrimoine culturel immatériel (PCI), promu par la Convention de l'Unesco en 2003⁴. On attribue généralement à Pierre Dehaye (1976) la première définition des métiers d'art, à partir de trois critères : la maîtrise d'une technique, la production d'objets uniques ou en série limitée et la maîtrise de cette production dans sa globalité. Cependant, la catégorie d'artisanat d'art, fruit d'une construction sociale et historique, malgré son hétérogénéité, fait davantage consensus (Jourdain 2014). Face à ces difficultés sémantiques, nous avons choisi de ne pas compartimenter l'artisanat d'art et l'artisanat traditionnel, mais de les analyser ensemble dès lors que leur activité intègre une dimension utilitaire et esthétique, symbolique et marchande. Ils relèvent des industries créatives, leur part économique reste néanmoins très faible dans les pays occidentaux.

Malgré le flou statistique, le regain d'intérêt pour l'artisanat est indéniable à travers le monde et semble emblématique d'un mouvement de transformations anthropologiques, sociales et économiques qui viennent interroger le sens du travail, les conditions de production, de consommation et de façon plus fondamentale la place du travail dans l'existence (voir chapitre 8).

Dans ce livre, il s'agit d'interroger la mise en tension qui a déjà traversé les grandes vagues du *Craft Revival* entre un artisanat pris entre la valorisation

4. Voir : <https://uis.unesco.org/fr/glossary-term/patrimoine-culturel-immateriel>.

culturelle et la valorisation marchande. S'il est surtout question dans les différents chapitres de l'artisanat d'art, celui-ci est parfois interrogé à l'aune de l'artisanat traditionnel.

Aujourd'hui, la notion de « patrimoine culturel immatériel » (PCI) reste controversée. Ce texte de portée générale, considéré par beaucoup comme normatif, est suffisamment malléable et flou pour que chaque État puisse le décliner en fonction de ses priorités et de son contexte préexistant : en tant qu'outil de revalorisation des identités locales, levier d'attractivité touristique, etc. Le « patrimoine » est désormais élargi à des pratiques sociales et des formes d'expression culturelles diversifiées telles que les cultures orales, les traditions, les sons, les gestes, les manières de faire (Bortolotto 2011), relevant d'une économie des biens symboliques présentée comme condition du développement économique et territorial. C'est le cas pour les productions artisanales du Brésil valorisées symboliquement par des récits liés aux traditions et savoir-faire spécifiques dans un objectif de valorisation marchande (voir chapitre 6).

1.1.2. Une vision enchantée de l'artisanat entre travail, activité et engagement

L'artisanat est souvent considéré à la fois comme un mode de production et un art de vivre. Pour Sennett, le *craftsman* en anglais, l'homme de l'art, est une catégorie plus inclusive que l'artisan : il représente en chacun de nous le désir de « bien faire » pour soi. L'artisan, parce qu'il maîtrise la production de son objet dans toute sa globalité, est attaché à l'excellence du travail pour le travail, sans rythme imposé, où le corps s'engage et tous les sens sont sollicités. Il s'empare de la matière pour la transformer jusqu'à un objet fini original (voir chapitre 2). La qualité de son objet est directement liée à son travail. À cet égard, l'artisan illustre la condition humaine particulière de l'engagement, qui pour Sennett (2021) concerne tout travailleur, pour autant qu'il s'intéresse à son travail en soi et pour soi.

Ce regain d'intérêt pour l'artisanat est porté par une critique de l'intellectualisme ordinaire, ce mouvement qui, en valorisant les activités intellectuelles, avait conduit à dénigrer les pratiques manuelles. Cette idée de séparer le « faire » du « penser » dans les sociétés occidentales, est concomitante de l'avènement de la société de consommation et d'un certain idéal de la modernité

qui auront raison des métiers manuels, progressivement dévalorisés (Crawford 2016). De nombreux auteurs réfutent aujourd'hui toute opposition entre la tête et la main, la pratique et la théorie dans l'analyse des activités (Sennett 2008).

Ce regain de l'artisanat opère aussi en contre-modèle des mutations contemporaines du travail. Il permet d'interroger de nombreuses dimensions du travail, jusqu'à la place même du travail dans l'existence. En effet, en Occident, cette troisième vague du renouveau artisanal intègre, comme les deux précédentes, une critique du modèle fordiste de la production industrielle au service d'une économie toujours plus mondialisée. Elle s'inscrit dans une prise de conscience individuelle et collective des conditions de production invisibilisées par la mondialisation. Elle fait écho à la crise du sens du travail contemporain où les conditions et la finalité même de celui-ci, comme sa contribution significative au monde ou encore les enjeux éthiques, posent de plus en plus problème (Graeber 2018).

Les bienfaits du travail artisanal et/ou manuel apparaissent alors comme un remède à la crise du travail contemporain. Le savoir-faire artisanal, en reposant sur le sens du travail bien fait, sans aucune considération annexe (managériale ou marchande) serait source de bien-être. Confronté à la matière, l'artisan fait preuve d'humilité, car sa subjectivité est mise en sourdine par les caprices de la matière et l'objectivité du résultat. Les gratifications émotionnelles qu'apporte le travail manuel sont doubles : les gens se trouvent ancrés dans une réalité tangible et peuvent s'enorgueillir de leur travail. Ainsi, « la satisfaction qu'un individu éprouve à manifester concrètement sa propre réalité dans le monde par le biais du travail manuel tend à produire chez cet individu une certaine tranquillité et une certaine sérénité » (Crawford 2016, p. 25).

Le travail manuel permet de retrouver une capacité d'agir sur le monde en intervenant sur sa dimension matérielle, de réduire la distance entre les objets manufacturés, devenus toujours plus complexes, de restaurer une vision des choses à échelle plus humaine pour « se libérer au moins partiellement des forces obscures de l'économie mondialisée » (Crawford 2016, p. 14). Pour cet auteur, le travail manuel permet d'expérimenter une autre manière d'être au monde que l'éthique consumériste, où la consommation devient la seule façon de transformer sa vie sans chercher à savoir dans quelles conditions sont fabriqués ces objets de consommation.

À cette crise de sens s'ajoute la crise climatique qui interroge les conséquences écologiques du travail et vient renforcer le rejet du modèle de la consommation de masse en s'inscrivant dans une quête de frugalité. On observe ainsi un regain des activités telles que cultiver, coudre, tricoter, cuisiner, broder, bricoler, etc. qui relevaient de l'économie domestique de nos grands-parents. Ces activités s'inscrivent dorénavant dans le mouvement du *DIY* et du retour du *faire* (Lallement 2015) (voir chapitre 8). La tendance à la frugalité requiert néanmoins un certain niveau d'autonomie qui ne peut se faire sans l'acquisition de nouvelles compétences. Internet a accéléré de façon inédite la diffusion de ces savoir-faire au sein de forums, de vidéos et de tutos. La hausse du niveau général d'éducation a par ailleurs favorisé leur réception, car l'autodidaxie est d'autant plus aisée que le niveau d'éducation est élevé. En effet, la découverte des vertus du travail manuel se fait souvent en amateur et de façon autodidacte. Elle est souvent à l'origine d'un déclic pour une re-conversion vers une activité professionnelle dans un des métiers de l'artisanat, nommés dès lors *néo-artisans* (Perruchini 2018).

Derrière cette figure idéale de l'artisan et des bienfaits du travail manuel se posent les conditions économiques de ce mode de vie, qui comme celles des « créatifs » restent très précaires (Vachet 2022) et relèvent de la multi-activité. La question du temps consacré au travail artisanal comme celui de l'expérimentation, des erreurs et la réalisation de toutes les tâches annexes, administratives et commerciales, est rarement évoquée et encore moins mise en avant dans les médias évoquant ce phénomène.

I.1.3. La mise en visibilité de l'artisanat via Internet

Une des spécificités de cette troisième vague du renouveau artisanal est sa présence quasi incontournable sur les médias numériques. À cet égard, elle vient bousculer la culture du secret (tours de main, secrets des métiers) et les modalités de transmission des savoir-faire réservés au cercle restreint de la famille, qui caractérisent l'artisanat.

Cette injonction de mise en visibilité imposée aux artisans pour se faire connaître leur permet de se positionner sur un marché (voir chapitre 1). À cet égard, elle s'inscrit dans la logique entrepreneuriale qui accompagne le grand projet des industries culturelles et créatives.

Dès lors, les artisans doivent déployer des stratégies de communication efficaces pour assurer leur « présence en ligne ». Des compétences numériques deviennent nécessaires pour maintenir une visibilité sur les plateformes spécialisées et les médias sociaux, que les artisans soient débutants ou expérimentés (Jourdain 2023). L'acquisition de techniques de marketing digital pour optimiser son référencement ou le développement de partenariat avec des designers ou des influenceurs ne sont certes pas au cœur des métiers et savoir-faire artisanaux, mais sont devenus des éléments déterminants pour se différencier sur un marché fort concurrentiel.

Cependant, cette mise en visibilité à la fois permise et requise par les outils et médias numériques entre en tension avec la culture du secret. Il s'agit dès lors de ne pas tout montrer, ce qui conduit à une scénographie standardisée de la figure de l'artisan et de sa production (voir chapitres 3 et 4). Les visuels, réalisés le plus souvent par des photographes professionnels, mettent en lumière les textures et les matières, les outils, les mains et le corps de l'artisan, pour valoriser le produit final et le lier émotionnellement à celui ou celle qui le produit pour le rendre désirable (voir chapitres 6 et 7).

Le travail des artisans est montré dans des vidéos présentant les coulisses du processus de création, sans pour autant dévoiler l'intégralité des étapes de la production artisanale. Ce sont souvent des aperçus partiels et des mises en scène qui montrent un corps en mouvement en prise avec la matière. En jouant également sur une forme de proximité par la présentation du profil de l'artisan mettant en valeur son parcours et ses valeurs, ces visuels revendiquent une forme d'authenticité.

Le parti pris est de jouer la simplicité et la beauté du geste en invisibilisant les difficultés et les erreurs inhérentes à tout processus de fabrication artisanale. On ne voit jamais les produits défectueux, médiocres ou abandonnés, les défauts et les loupés ni les secrets des métiers qui restent souvent bien cachés, sans parler du corps abîmé (voir chapitre 3).

Néanmoins, à l'instar d'autres secteurs, en particulier le secteur culturel et médiatique, Internet est venu brouiller les frontières entre amateurs et professionnels. Que ce soit pour transmettre sa passion d'amateur ou pour se démarquer par des outils marketing de création de contenus informatifs, certains

artisans exposent leurs savoir-faire *via* des tutoriels pour montrer une technique spécifique, partager des astuces, etc. Cette mise en visibilité des savoir-faire contribue paradoxalement à amplifier le phénomène en rendant toujours plus accessible et attrayant le travail artisanal, en fournissant des sources d'inspiration infinies, mais en exacerbant également la mise en concurrence des produits artisanaux sur un marché mondialisé.

Pour y faire face, les artisans occidentaux tentent d'entretenir un marché de proximité pour valoriser les dimensions symboliques de leurs produits : l'authenticité, mais aussi la dimension engagée vis-à-vis des enjeux sociaux et écologiques (voir chapitres 7 et 8). Dans d'autres pays, où les débouchés de l'artisanat sont plus réduits, la valorisation symbolique des objets artisanaux relève plus de la dimension patrimoniale (voir chapitres 5 et 6).

Cette mise en visibilité sur les médias numériques permet de renouveler les savoir-faire traditionnels de l'artisanat, tout en valorisant la figure de l'artisan-entrepreneur, qui accède à de nouveaux marchés au-delà du tourisme patrimonial.

1.1.4. Le design et la valorisation marchande de l'artisanat

La mondialisation a mis en difficulté la survie de formes traditionnelles d'artisanat. C'est pourquoi l'Unesco s'attache à encourager les artisans traditionnels à poursuivre leur activité et transmettre à d'autres leurs savoirs et leurs savoir-faire, en particulier au sein de leur communauté.

Dans cette perspective, les designers tendent à s'imposer comme les nouveaux intermédiaires pour valoriser le travail artisanal. Ils revendiquent cette capacité à se positionner entre contraintes économiques, utilitaires et esthétiques.

Un pan croissant de la recherche en design investigate ainsi les modalités de rencontre entre artisans et designers, et de nombreuses actions sont menées pour revaloriser des savoir-faire artisanaux en déclin. Parmi de telles initiatives, les interventions de design visent à développer l'accès au marché, les compétences, les produits, les processus et/ou les stratégies, selon différents modes de collaboration (voir chapitre 2).

Le design permet aussi de moderniser l'image de l'artisanat, souvent associé à une activité préindustrielle relevant du passé, voire du folklore (Bouquillion *et al.* 2018, p. 15). Ainsi, sa mobilisation, en Inde, repose sur une volonté politique d'ouverture de l'artisanat au marché mondial. Ces métiers sont de plus en plus soutenus par les politiques publiques pour accompagner les mutations contemporaines. Le design vient concilier ces deux tendances en inscrivant les produits qui relevaient de l'artisanat dans les industries des biens symboliques (Bouquillion *et al.* 2013). Les modalités de coopération des artisans et designers sont très variées, et non sans risques d'imposer une gestion rationnelle qui renforcerait la division du travail de la production artisanale (Banks 2010).

Le renouveau de l'artisanat est donc emblématique des profondes mutations sociales qui touchent autant le travail, la consommation que les modes de vie. Il se trouve également enchâssé dans le grand projet porté par les promoteurs des industries créatives : plus ou moins soutenu par les politiques publiques nationales et internationales comme celle de l'Unesco, et pris dans une logique entrepreneuriale portée par les industriels du numérique.

Il reste néanmoins difficile d'évaluer l'ampleur économique et social de cette tendance tant les catégories diffèrent d'un pays à l'autre et les activités relèvent de statuts différents. Elles sont donc difficilement visibles au sein des statistiques économiques. Le mode de vie de l'artisan est valorisé, voire idéalisé dans les médias, cependant les conditions économiques d'exercice de ce métier rejoignent celles des entrepreneurs « créatifs » des industries créatives et culturelles, caractérisées par une forte concurrence et une grande précarité.

1.2. Un regard pluriel et international sur l'artisanat

Les différentes contributions de cet ouvrage proposent de croiser les regards portés sur l'artisanat pour explorer les tendances que nous venons de développer. La perspective internationale est précieuse, car elle permet d'identifier des similitudes et des spécificités des mutations du secteur, que ce soit au Brésil, en Bulgarie, en France métropolitaine, en Nouvelle-Calédonie. Nous laissons au lecteur le plaisir de les découvrir.

Dans le chapitre 1, Anne Monjaret analyse l'évolution du métier de modiste depuis le XVIII^e siècle jusqu'à ce début du XXI^e siècle. Comment ce métier

s'est-il renouvelé au cours des années, entre tradition et nouveaux savoir-faire, en proposant de nouvelles tendances tout en répondant aux différents enjeux du secteur, à savoir les exigences de la mode, la fin du port du chapeau ou encore la concurrence étrangère ? L'arrivée d'Internet ouvre aux modistes l'accès à un nouveau marché et permet d'élargir ainsi leur clientèle. Ces évolutions conduisent à devoir travailler la singularité, la renommée, etc. de chaque créateur.

Les résultats d'un projet de co-crédation associant designers et artisans sont analysés par Estelle Berger en chapitre 2. Un travail de terrain a été mené au sein d'une association française proposant un programme de six mois aux artisans immigrés, visant à améliorer leurs compétences, à favoriser leur adaptation au contexte économique et culturel français et à développer leur autonomie. Chaque artisan a été associé à un designer français sur une période de trois mois, afin de concevoir et de prototyper des objets démontrant l'expertise de l'artisan, sa capacité à innover et à collaborer. Plusieurs modalités de coopération sont ainsi présentées, qui permettent plus ou moins de pallier les difficultés de compréhension partagée du travail.

L'artisanat du cuir est au cœur de la recherche de Francine Barancourt en chapitre 3, qui analyse plus particulièrement les différentes façons que les artisans ont de rendre publics leurs productions, leur travail et leur atelier. La mise en scène de l'atelier opère comme un contre-modèle de la fabrication « made in China ». Les artisans du cuir intègrent les nouvelles exigences de mise en visibilité et consacrent du temps à l'activité quasi journalière de mise en ligne sur les médias sociaux numériques.

Anne-France Kogan, dans le chapitre 4, questionne les vagues successives du renouveau de l'artisanat, en analysant plus particulièrement le rôle joué par les plateformes dédiées à l'artisanat (Etsy, Wecandoo) dans le marché du numérique. La mise en scène de soi de l'artisan et des produits artisanaux en ligne relève de stratégies de visibilité, soumises aux logiques du marché (concurrence, marchandisation, croissance) et renforcées par les industriels de la communication grâce à la mise en récit d'une « authenticité ».

Dans une approche historique et socio-économique, le chapitre 5 analyse les spécificités et l'évolution de l'artisanat en Bulgarie, secteur économique florissant au cours du XIX^e siècle. Yanita Andonova, Svetla Dimitrova et Krassimira Krastanova constatent la faible place accordée actuellement à l'artisanat dans

les politiques publiques nationales. Celui-ci est principalement pensé en tant que patrimoine culturel immatériel, dans le cadre du développement du tourisme créatif. Si les pouvoirs publics s'accordent pour considérer l'artisanat au sein des industries culturelles et créatives, ils n'apportent aucun soutien concret.

Dans le chapitre 6, Camila Gui Rosatti s'intéresse à la revalorisation du design de mobilier par des créateurs brésiliens au sein des institutions et du marché de l'art international. L'autrice interroge les systèmes de légitimation des créateurs, le rôle des institutions dans la conservation, la diffusion et la valorisation de la « créativité brésilienne » ainsi que les enjeux socio-économiques du secteur.

Pergia Gkouskou, dans le chapitre 7, analyse comment la mode artisanale en Nouvelle-Calédonie relève d'une quête identitaire que l'on retrouve dans des vêtements : autant dans la forme des robes qui renvoie aux habitations traditionnelles kanakes que dans les motifs des tissus, relatifs aux dessins des civilisations océaniques. Cette « mode d'auteur » désigne selon la chercheuse une production créative indépendante qui se développe aux marges des grandes industries et des maisons de mode.

Enfin, Carlo Grassi propose dans le chapitre 8 de considérer le retour du *craft* comme une expression d'un phénomène beaucoup plus vaste, celui d'un contrecoup à la globalisation planétaire qui s'est déployé au cours du XX^e siècle avec l'avènement de la culture de masse. L'auteur propose de considérer ce phénomène comme transition vers une société culturo-centrée où l'authenticité, le bien-vivre, la qualité de vie sont devenus les valeurs de référence. Ainsi, d'une approche centrée sur l'économie, c'est-à-dire polarisée vers la production et la consommation, nous basculons vers une société où la culture dans toutes ses dimensions, anthropologiques et artistiques, s'impose.

I.3. Un modèle d'analyse

L'ensemble de ces contributions apporte un éclairage sur l'artisanat quand celui-ci tente de s'insérer dans le paradigme créatif. Par leur diversité et sans apporter de réponse tranchée, elles permettent d'identifier ce qui se joue entre les acteurs concernés par ces mutations, les nouvelles valeurs qui se diffusent et les tensions à l'œuvre.

Nous faisons l'hypothèse que l'artisan et la pratique artisanale sont en effet pris dans des tensions que l'on retrouverait aussi dans d'autres filières qui revendent la créativité, telles que le tourisme, la gastronomie, le luxe, la mode, l'architecture, la publicité et le marketing. Quatre éléments, identifiés initialement dans le cadre de l'artisanat et représentés dans la figure I.1, sont à prendre en considération selon nous dans l'analyse de l'insertion des différentes filières dans les industries dites créatives.

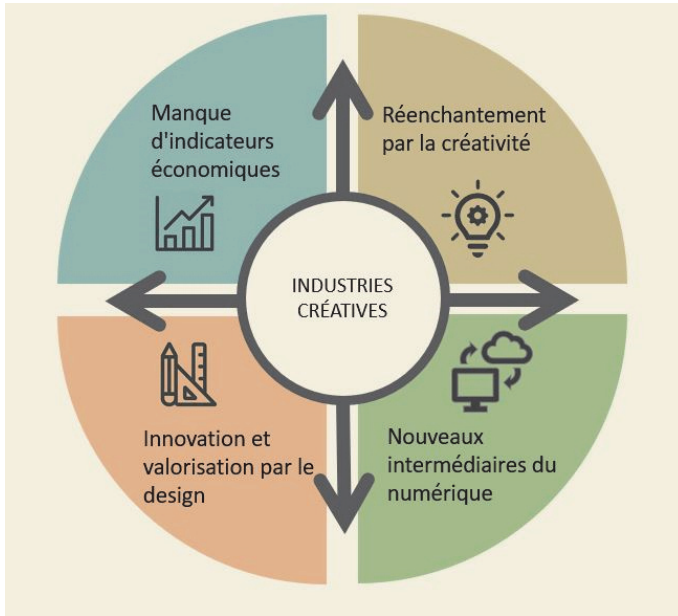


Figure I.1. Grille d'analyse des tensions au sein des industries créatives (Andonova et Kogan 2025)

Il s'agit des dimensions en tension suivantes :

- la difficulté à mesurer les retombées économiques de la filière créative. La restructuration de ces activités dans le paradigme créatif montre que les formes d'emploi et d'activité sont très variées et multiples et ne sont pas en phase avec les catégories statistiques économiques existantes ni comparables d'un pays à l'autre. De plus, la valorisation économique de la création (droit d'auteur, propriété intellectuelle) échappe souvent aux créatifs aux profits d'autres acteurs, dont les nouveaux intermédiaires ;

– un réenchantement de la filière par la créativité. Cette mutation répond à la quête d'un idéal de réalisation de soi, qui conduit à de nouvelles exigences vis-à-vis du travail. Elle répond également à des aspirations collectives pour mettre en œuvre d'autres modalités de vie en société. La filière, en s'insérant dans les industries créatives, incarne et diffuse de nouvelles valeurs comme l'authenticité, le localisme, l'écologie ;

– le rôle prépondérant des nouveaux intermédiaires du numérique. Les plateformes et les médias socio-numériques sont devenus des intermédiaires incontournables de diffusion des produits de la création et de lancement des tendances. Les créatifs se retrouvent en tension entre le fait de conserver leurs secrets de fabrication tout en se soumettant à l'exigence de visibilité ;

– l'innovation et la valorisation par le design. Le design contribue à la valorisation marchande des filières des industries créatives, en étant un « diffuseur de créativité ». Il est aussi une profession qui tente, selon différentes modalités, de s'insérer dans les processus de conception, pour proposer de nouveaux marchés, et ce quels que soient les domaines.

I.4. Bibliographie

- Andonova, Y., Kogan, A.-F., Krastanova, K. (2022). *Artisanat, design, créativité : entre tradition et contemporanéité. Actes de colloque, Université de Plovdiv (Bulgarie), 8-10 juin 2022* [En ligne]. Disponible à l'adresse : https://hal.science/hal-04139653v1/file/PROCEEDINGS_PLOVDIV-ACTES_colloque_2022_DEF.pdf [Consulté le 31 mars 2025].
- Banks, M. (2010). Craft labour and creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 16(3), 305–321.
- Boltanski, L., Esquerre, A. (2017). *Enrichissement. Une critique de la marchandise*. Gallimard, Paris.
- Bortolotto, C. (2011). *Le Patrimoine culturel immatériel. Enjeux d'une nouvelle catégorie*. Éditions de la Maison des sciences de l'homme, Paris.
- Bouquillion, P. (2016). Les enjeux des industries créatives en Inde. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2(17), 39–53.
- Bouquillion, P., Miège, B., Mœglin, P. (2013). *L'industrialisation des biens symboliques : Les industries créatives en regard des industries culturelles*. PUG, Grenoble.

- Bouquillion, P., Peghini, J., Servan-Schreiber, C. (dir.) (2018). *Artisanat et design : un dessein indien ?*. Peter Lang, Bruxelles.
- Crawford, M.B. (2016). *Éloge du carburateur : essai sur le sens et la valeur du travail*. La Découverte, Paris.
- Dehay, P. (1976). Rapport au président de la République sur les difficultés des métiers d'art (IV, C, 2). La Documentation française, Paris.
- Dhamija, J. (1981). Women and Handicrafts: Myth and Reality. Population Council [En ligne]. Disponible à l'adresse : <https://doi.org/10.31899/pgy4.1047> [Consulté le 31 mars 2025].
- Graeber, D. (2018). *Bullshit Jobs*. Les Liens qui libèrent, Paris.
- INMA (2017). *La liste des métiers d'art*. La Documentation française.
- Jourdain, A. (2014), *Du cœur à l'ouvrage : les artisans d'art en France*. Belin, Paris.
- Jourdain, A. (2023). Le succès entrepreneurial sur la plateforme marchande Etsy : compétences numériques ou dispositions sociales ?. RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet [En ligne]. Disponible à l'adresse : <http://journals.openedition.org/reset/4610> [Consulté le 31 mars 2025].
- Kandiyoti, D. (1988). Bargaining with Patriarchy. *Gender and Society*, 2(3), 274–90 [En ligne]. Disponible à l'adresse : <https://www.jstor.org/stable/190357> [Consulté le 31 mars 2025].
- Kogan, A.-F., Andonova, Y. (dir.) (2019), De quoi la créativité est-elle le nom. *Communication*, 36(1) [En ligne]. Disponible à l'adresse : <https://journals.openedition.org/communication/9647> [Consulté le 31 mars 2025].
- Lallement, M. (2015). *L'âge du faire : hacking, travail, anarchie*. Le Seuil, Paris.
- Luckman, S. (2015). *Craft and the Creative Economy*. Palgrave Macmillan, New York.
- Mœglin, P. (2015). Pour une économie politique de la création. De la trivialité à la créativité. *Communication & langages*, 185(3), 49–66.
- Mœglin, P. (2019). L'hypothèse d'un paradigme créatif sociétal. *Communication*, 36(1) [En ligne]. Disponible à l'adresse : <https://journals.openedition.org/communication/9702> [Consulté le 31 mars 2025].
- Perruchini, M. (2018). *Nouveaux artisans. Portrait d'une génération qui bouscule les codes*. Eyrolles, Paris.
- Sennett, R. (2008). *The Craftsman*. Yale University Press, Londres.

Sennett, R. (2021). *Ce que sait la main : la culture de l'artisanat*. Albin Michel, Paris.

Vachet, J. (2022). *Fantasy, neoliberalism and precariousness: coping strategies in the cultural industries*. Emerald Publishing, Bingley.