



MODE

**Métiers d'art et
attractivité :
repenser la fabrique
des talents**

Note de synthèse suite à
notre rencontre avec...

**Annick
Billon**

Sénatrice de la Vendée, Présidente du Groupe
d'études Métiers d'art du Sénat



MÉTIERS D'ART ET ATTRACTIVITÉ : REPENSER LA FABRIQUE DES TALENTS

SYNTHÈSE DE NOTRE ENTRETIEN AVEC ANNICK BILLON

Sénatrice de la Vendée, Présidente du
Groupe d'études Métiers d'art du Sénat

*Propos recueillis par Chloë Voisin-Bormuth, Louise Limare et Juliette Podglajen,
le 17 février 2026.*

La France sait remarquablement mettre en scène ses savoir-faire d'excellence. Mode, luxe, design, décoration, métiers du patrimoine nourrissent son rayonnement international et constituent des marqueurs puissants de son attractivité. Ils alimentent l'image d'un pays associé à la qualité, à la création et à l'excellence, dans une économie mondiale où la différenciation devient décisive.

Mais cette réussite de visibilité crée aussi un paradoxe. Les produits, les marques et les réalisations sont largement valorisés ; les conditions qui les rendent possibles le sont beaucoup moins. Derrière la vitrine se trouvent pourtant des métiers, des ateliers, des filières de formation, des entreprises, des territoires et des modèles économiques dont la pérennité n'a rien d'évident. La question n'est donc pas seulement de célébrer les savoir-faire français, mais de comprendre comment ils se renouvellent, comment ils attirent de nouveaux talents et comment les écosystèmes qui les portent peuvent rester vivants. Il ne s'agit pas là d'un simple enjeu de filière : les métiers d'art contribuent à l'identité économique des territoires, à leur attractivité touristique et résidentielle, ainsi qu'au maintien d'activités productives à forte valeur ajoutée.

C'est dans cette perspective que Paris-Île de France Capitale Économique s'intéresse aux métiers d'art, à la croisée de plusieurs de ses travaux sur la mode, les savoir-faire d'excellence, l'artisanat industriel et la compétitivité des territoires.

À l'occasion d'un échange avec Annick Billon, sénatrice de Vendée et présidente du groupe d'études Métiers d'art au Sénat, une conviction s'est imposée : les métiers d'art ne souffrent pas seulement d'un déficit de reconnaissance ou de formation. Ils souffrent aussi d'un déficit de lisibilité collective.

Formation, orientation, territoires, modèles productifs, lieux de rencontre entre acteurs : derrière ce qui apparaît souvent comme une question sectorielle se joue en réalité un enjeu beaucoup plus stratégique.

Les métiers d'art ne sont pas un supplément d'âme. Ils constituent une infrastructure discrète mais essentielle de l'attractivité française, dont la vitalité conditionne autant le rayonnement culturel que la compétitivité économique du pays.

Le **Groupe d'études Métiers d'art du Sénat** est rattaché à la Commission de la culture, de l'éducation, de la communication et du sport depuis 2018. Il est composé d'une trentaine de sénateurs, qui choisissent d'adhérer quelle que soit leur commission d'appartenance, les groupes d'études ont vocation à assurer une veille juridique et technique sur des questions spécifiques dans le but d'améliorer l'information dont disposent les sénateurs. Ils n'interviennent pas directement dans la procédure législative et demeurent sous le contrôle de la commission permanente à laquelle ils sont rattachés.

Les travaux menés depuis 2018 ont conduit le Groupe d'études à s'intéresser en particulier aux questions de transmission des savoir-faire, de formation et de soutien à la structuration du secteur, ainsi qu'aux enjeux que comportent la relance et la valorisation de ces métiers pour les territoires.

Métiers d'art : un atout stratégique encore trop confidentiel

Mode, luxe, métiers d'art : la France dispose là d'un **avantage comparatif incontestable**. Ces secteurs participent à son rayonnement international, à son attractivité touristique, à son image culturelle et à sa capacité à incarner une forme d'excellence productive. Ils ne relèvent donc pas d'un supplément d'âme patrimonial, mais bien d'un actif stratégique.

Cette réalité apparaît très concrètement lorsqu'on observe les besoins des grandes maisons. Le cas Hermès est particulièrement révélateur : dans nos *Cahiers de l'Attractivité #4*¹ consacrés à la mode, nous rappelions que la maison ouvre chaque année un nouvel atelier d'environ 280 artisans sur le territoire français, en Gironde, en Charente, dans l'Eure, les Ardennes ou le Puy-de-Dôme.

Cette dynamique illustre la **force d'un secteur porté par une demande mondiale soutenue**, mais aussi son exigence : pour croître sans perdre ce qui fait sa valeur, il doit pouvoir s'appuyer sur des professionnels hautement qualifiés, formés à des gestes rares, longs à acquérir et difficiles à remplacer.

¹Cf. *Les Cahiers de l'Attractivité #4 - Mode* par Paris-Île de France Capitale Économique, pp 39-42.

C'est précisément le paradoxe pointé par Annick Billon. **Alors même que les produits, les maisons et les savoir-faire français bénéficient d'une reconnaissance internationale, les métiers qui les rendent possibles restent souvent mal identifiés.** On voit la vitrine ; on connaît moins l'écosystème de compétences, de formations, d'ateliers et de parcours qui la soutient. Les métiers d'art souffrent encore d'une représentation réductrice : ils seraient réservés à quelques passionnés, cantonnés au patrimoine ou associés à des univers éloignés des réalités économiques contemporaines.

« *Je reste persuadée que cela demeure trop confidentiel* », insiste Annick Billon. Les métiers d'art conservent trop souvent « *une image presque muséale, marginale* », alors même qu'ils sont « *au cœur de notre économie et de notre identité productive* ».

Cette méconnaissance a des conséquences très concrètes. Elle pèse sur l'attractivité des métiers, sur l'orientation des jeunes et, à terme, sur la capacité des filières à renouveler les compétences dont elles dépendent.

Pour Annick Billon, les filières artistiques et artisanales, leurs passerelles et leurs débouchés restent mal identifiés, y compris par ceux qui accompagnent les choix d'orientation. Beaucoup de jeunes, et souvent leurs familles, ne savent pas ce que recouvrent réellement ces métiers, où ils s'exercent, comment on y entre, ni quelles trajectoires professionnelles ils peuvent ouvrir. « *Aujourd'hui, c'est toujours aux enseignants majoritairement d'orienter les élèves,* » explique Annick Billon. « *Il y a une totale méconnaissance des filières artistiques, des passerelles, des cursus et des opportunités que ces cursus ouvrent.* » Ce déficit d'information concerne donc aussi l'ensemble de l'écosystème éducatif qui rend une orientation possible.

La difficulté n'est ainsi pas seulement de former davantage. Elle est d'abord de **rendre les parcours lisibles**. Pour susciter des vocations, il faut permettre à un jeune de se projeter : depuis la découverte d'un geste jusqu'à l'apprentissage, de l'atelier à l'entreprise, de la spécialisation à l'évolution professionnelle. **Dans un secteur où les savoir-faire se transmettent dans le temps, l'attractivité repose autant sur la qualité des formations que sur la clarté des chemins proposés.**

Le développement de formations internes par de grandes maisons comme Hermès ou LVMH illustre bien cette tension. Il témoigne d'un engagement fort des entreprises dans la transmission des savoir-faire et constitue une chance pour la filière. Mais il révèle aussi les limites d'une offre publique parfois insuffisamment dimensionnée ou insuffisamment adaptée aux besoins du marché du travail.

Comme le souligne Annick Billon, ces formations apportent des compétences, mais elles ne donnent pas toujours à voir « *la trajectoire d'une carrière* » dans toute sa largeur. Or Annick Billon le constate : « *aujourd'hui, entrer dans une entreprise très jeune et y rester toute sa vie, ça fait moins rêver,* ». Une formation trop attachée à une seule entreprise peut ainsi apparaître moins attractive si elle ne donne pas à voir des passerelles et des évolutions possibles.

L'enjeu est donc de construire un continuum plus lisible entre orientation, formation, transmission et emploi. « *Il faut ouvrir le champ des possibles* », rappelle Annick Billon.

Élargir l'imaginaire des métiers d'art au-delà du luxe

Le luxe est un moteur essentiel des métiers d'art : il recrute, forme, donne de la visibilité et participe au rayonnement international de la France. Mais sa puissance symbolique peut aussi produire un effet de réduction.

À force d'associer les métiers d'art aux grandes maisons, aux défilés et à Paris, une partie des jeunes peut ne pas s'y reconnaître.

Annick Billon le formule clairement : « *Oui, il y a des grandes maisons de luxe, oui elles soutiennent forcément la filière métiers d'art. On a besoin du luxe. C'est aussi très attractif pour la France. Mais ce n'est pas forcément la bonne porte d'entrée pour faire entrer des jeunes dans ces filières-là. Beaucoup peuvent se dire : ce n'est pas pour moi.* »

L'enjeu n'est donc pas d'opposer luxe et métiers d'art, mais d'élargir l'imaginaire associé à ces métiers. « *Beaucoup de jeunes recherchent aujourd'hui du sens dans leur travail. Est-ce que le luxe constitue, pour tous, un horizon évident ? Pas forcément.* » Pour Annick Billon, ouvrir le champ des possibles suppose de montrer que les métiers d'art ne se résument ni aux défilés ni aux grandes maisons : ils se pratiquent aussi dans des territoires, des ateliers, des entreprises familiales, au contact de matières, d'objets et de savoir-faire parfois moins médiatisés, mais tout aussi reconnus.

Elle cite l'exemple des makhilas de Larressore, dans les Pyrénées-Atlantiques : des bâtons de marche traditionnels sur mesure, portés par un savoir-faire local et reconnus bien au-delà de leur territoire. « *Chaque président de la République possède son makhila. Des personnalités dans le monde entier en ont un. Et pourtant, ce sont des gens qui ne sont pas sur les tapis rouges, qui ne sont pas à Paris, et qui réussissent à maintenir un savoir-faire.* »

Ce rappel est essentiel : l'excellence française ne se concentre pas uniquement dans les grandes maisons. Elle irrigue les territoires, dans la coutellerie, la porcelaine, le bois, le verre, la ganterie, la maroquinerie ou la dentelle.

C'est cette diversité, insiste Annick Billon, qu'il faut rendre visible pour éviter que les métiers d'art ne soient perçus comme un univers réservé à quelques-uns.

Cette diversité des savoir-faire est aussi une diversité géographique : derrière la vitrine parisienne existe un maillage territorial dense, sans lequel l'excellence française ne pourrait tout simplement pas exister.

Paris et les territoires : complémentarité plutôt que concurrence

Élargir l'imaginaire des métiers d'art conduit aussi à interroger leur géographie. Si Paris demeure une vitrine mondiale du luxe, de la mode et des savoir-faire, l'excellence française repose sur un maillage territorial beaucoup plus vaste.

Dans nos *Cahiers de l'Attractivité #4 - Mode*, nous montrons que Paris fonctionne comme un véritable carrefour mondial des savoir-faire.

Dans les ateliers, les « mains d'or » viennent du monde entier : pelletiers polonais, brodeurs indiens, couturiers algériens ou tunisiens, détenteurs de techniques rares et hautement spécialisées. **Paris concentre également plus de 2 000 professionnels des métiers d'art, selon des chiffres partagés par la CMA Île-de-France** dans un hors-série du *Journal du Grand Paris*², ce qui en fait le premier département de France en nombre d'entreprises labellisées "Entreprises du patrimoine vivant", un label créé par le ministère de l'Économie et des Finances pour distinguer des entreprises françaises artisanales et industrielles.

Mais cette centralité parisienne ne signifie pas que l'excellence se concentre uniquement dans la capitale. Elle s'appuie au contraire sur un tissu dense de savoir-faire territoriaux. Les soieries de Lyon, la dentelle de Calais et d'Alençon, la bonneterie de Troyes, la maroquinerie de Graulhet ou la ganterie de Millau irriguent les grandes maisons. Lorsque Chanel met à l'honneur les vestes en laine des Alpes dans sa collection *Métiers d'Art* ou que Jean-Paul Gaultier réinvente la marinière bretonne, ces savoir-faire trouvent une visibilité internationale à partir d'ancrages locaux.

Annick Billon refuse ainsi de lire les relations entre Paris et les territoires en termes de concurrence. « *Il y a Paris, il y a l'attractivité de Paris, il y a tout ce qui est luxe d'ailleurs qui est plus identifié à Paris. Et puis après, il y a des territoires qui contribuent aussi à leur manière.* » En Vendée, rappelle-t-elle, des ateliers travaillent pour Louis Vuitton ou Hermès. Les compétences circulent donc entre la capitale et les territoires, au sein de chaînes de valeur qui dépassent largement les frontières administratives.

L'enjeu n'est pas de reproduire partout le modèle parisien. Annick Billon le dit avec son franc-parler : « *L'idée, ce n'est pas de dupliquer. On ne va pas faire une boutique Hermès de trois étages à La Roche-sur-Yon* ». **Paris dispose d'une clientèle internationale, d'une fonction de vitrine et d'une puissance d'attraction spécifiques.** Les territoires, eux, apportent l'ancrage, la transmission, la proximité avec les ateliers et la continuité des savoir-faire.

« *Les deux ne sont pas contradictoires. Il faut réussir à faire cohabiter les deux.* » Cette complémentarité est centrale : les métiers d'art ne se développent ni dans une capitale hors-sol, ni dans des territoires isolés, mais dans les circulations qui relient vitrine internationale, ateliers de production, lieux de formation et bassins de savoir-faire.

De la pièce rare au modèle économique : consolider sans standardiser

À la diversité des métiers et des territoires s'ajoute une autre ligne de différenciation : celle des modèles productifs.

²Le *Journal du Grand Paris* n°67 - janvier 2025

Derrière l'appellation « métiers d'art » coexistent des réalités économiques très différentes : des maisons capables d'ouvrir de nouveaux ateliers pour répondre à une demande mondiale, des entreprises familiales vivant du sur-mesure, des artisans travaillant en petites séries, des ateliers spécialisés intervenant pour de grands donneurs d'ordre. Tous ne peuvent pas être pensés à partir du même rapport au volume, au temps ou à la croissance.

Annick Billon le rappelle à propos des makhilas de Larressore : « *Il faut six mois pour fabriquer un bâton de marche sur mesure* », entre le choix du bois, son séchage et l'adaptation de l'objet à la taille et au poids de son futur propriétaire. **Dans ce type de métier, la valeur repose précisément sur la rareté, le temps consacré à l'objet et son caractère singulier.** « *Le principe même de la pièce unique repose sur la rareté.* »

Mais cette logique de la pièce rare ne doit pas devenir l'unique grille de lecture. L'enjeu des métiers d'art rejoint ici celui que nous lisons chez PCE dans nos travaux sur *L'Excellence artisanale, l'innovation industrielle* : comment consolider des savoir-faire d'exception sans les standardiser ? Comment permettre à des entreprises artisanales de se développer, d'attirer, de recruter et de transmettre, sans perdre ce qui fait leur singularité ?

Pour Annick Billon, la réponse ne passe pas par une opposition de principe entre quantité et qualité, dans laquelle la petite taille ou la production très limitée seraient les seules garanties d'authenticité. « *La vraie question n'est pas : faut-il produire en nombre ou pas ?* », affirme Annick Billon.

« *C'est de faire des choix stratégiques.* » Il s'agit là d'un enjeu de modèles productifs : certaines entreprises peuvent faire coexister plusieurs lignes : des productions plus régulières qui stabilisent l'activité, et des réalisations plus rares qui portent la singularité du geste. Comme elle le résume, « *le développement de séries peut parfois sécuriser la pérennité de productions d'exception* ».

Cette réflexion est décisive pour l'attractivité même des métiers. Les métiers d'art souffrent parfois d'une représentation paradoxale : ils sont admirés pour leur excellence, mais perçus comme fragiles, exigeants ou réservés à quelques passionnés. Or attirer de nouveaux talents suppose aussi de montrer que l'excellence artisanale peut s'inscrire dans des trajectoires professionnelles solides, porteuses de perspectives d'évolution, de développement et d'ancrage territorial. Les artisans de l'industrie que nous avons interrogés dans notre étude mettent en avant leur capacité à produire des prototypes, des pièces uniques ou des petites séries à haute valeur technique pour des clients industriels.

Leur valeur ne réside pas dans le volume, mais dans la maîtrise d'un savoir-faire rare, difficilement substituable, capable de répondre à des besoins précis que la production standard ne sait pas traiter. Mais cette position peut aussi créer des dépendances à quelques donneurs d'ordre, des tensions de délais ou des fragilités économiques qui ne reflètent pas la valeur réelle de leur contribution, avec à la clé des difficultés de recrutement.

Structurer un écosystème complexe

Les échanges avec Annick Billon font apparaître un enjeu central : celui de l'organisation d'un écosystème déjà riche, mais encore difficile à lire et à coordonner. **Les métiers d'art ne forment pas une filière simple et homogène.** Ils réunissent des grandes maisons, des ateliers de territoire, des artisans indépendants, des organismes de formation, des associations de transmission, des collectivités, des réseaux de promotion, des entreprises industrielles et des acteurs touristiques. **Tous ne partagent ni les mêmes contraintes, ni les mêmes moyens, ni la même visibilité.**

C'est ce qui rend leur représentation collective difficile. « *Ce sont deux mondes qui sont dans le même monde, mais qui ont des quotidiens et des problématiques assez éloignés* », résume Annick Billon. D'un côté, une vitrine plus visible, plus lumineuse, souvent associée aux grandes maisons ; de l'autre, des ateliers de territoire, parfois fragiles, qu'il faut transmettre, pérenniser et mieux relier au reste de l'écosystème.

Pour la sénatrice, l'enjeu est donc d'embarquer cette diversité sans la réduire. « *Ce n'est pas juste le luxe, ce n'est pas juste L'Outil en main, ce n'est pas juste un atelier perdu au fin fond d'un territoire. C'est tout ça.* » Cette phrase résume le déplacement nécessaire : les métiers d'art ne peuvent être appréhendés ni par leur seule vitrine prestigieuse, ni par leurs initiatives locales les plus discrètes, mais par les liens qui permettent à ces mondes de tenir ensemble.

Plusieurs initiatives contribuent déjà à cette mise en relation. Annick Billon insiste notamment sur L'Outil en main, très présente dans les territoires, qui initie les jeunes aux gestes artisanaux. « *Vous avez des gens qui s'engagent pour transmettre un savoir-faire. Ça peut déclencher chez les jeunes une appétence et une orientation possible.* » Elle cite également Entreprise et Découverte, qui développe la visite d'entreprises comme outil d'orientation, de découverte économique et d'attractivité touristique. **Ces dispositifs ont en commun de rendre les métiers visibles par l'expérience directe : voir un atelier, comprendre un geste, rencontrer celles et ceux qui fabriquent.**

Mais cette visibilité ne suffit pas si elle ne s'accompagne pas de lieux et de moments de rencontre entre acteurs. « *À un moment, il faut qu'il y ait un endroit où les gens se rencontrent spontanément* », insiste Annick Billon. Car dans un écosystème aussi fragmenté, la coopération ne va pas de soi. Les grandes maisons, les artisans de territoire, les associations de transmission, les organismes de formation, les collectivités et les réseaux de promotion ont « *tout à apprendre les uns des autres* » et « *tous aussi à construire l'écosystème* ».

Derrière les métiers d'art, Annick Billon pose une question plus large : **comment faire exister collectivement des compétences dispersées ? Comment éviter qu'une partie de l'écosystème parle au nom de tous sans que les autres s'y reconnaissent ? Comment créer les conditions d'une représentation plus complète des savoir-faire français ?**

C'est là que se joue une part essentielle de l'avenir des métiers d'art : non pas créer une nouvelle catégorie, mais mieux identifier les acteurs, clarifier leurs rôles et organiser leurs complémentarités. Annick Billon le formule très concrètement : il faudrait « *lister toutes les parties prenantes et les acteurs des métiers d'art* », distinguer ce qui relève de la formation, de la promotion ou de la transmission, puis regarder « *comment tout ceci s'articule* ».

Structurer les métiers d'art, ce n'est donc pas les faire entrer dans un modèle unique. C'est au contraire donner une forme lisible à leur diversité, pour que chacun puisse s'y reconnaître. C'est à cette condition que les métiers d'art pourront devenir un véritable écosystème d'attractivité, au-delà d'une simple addition d'initiatives, certes prestigieuses, mais dispersées.

Conclusion : préserver un avantage stratégique

Les métiers d'art ne constituent pas un simple héritage à protéger ni un supplément d'âme destiné à embellir l'image de la France. Ils sont l'un des fondements de son attractivité, de son rayonnement et de sa capacité à se distinguer dans une économie mondiale de plus en plus concurrentielle.

Leur force tient à une combinaison rare entre savoir-faire, création, production, territoires, transmission et excellence. En alimentant les filières du luxe, de la mode, de la décoration, du patrimoine ou encore de la création contemporaine, **ils contribuent directement à la compétitivité internationale des entreprises françaises et à l'attractivité de l'offre française sur les marchés mondiaux.** Ils participent ainsi au rayonnement économique de la France autant qu'à son influence culturelle.

Dans la mode, la maroquinerie, la joaillerie ou la parfumerie, les savoir-faire français continuent de servir de référence mondiale. Ils sont transmis, réinterprétés, enrichis par des artisans présents partout dans le monde, parfois formés en France, parfois non. Cette circulation est une force. La France conserve aujourd'hui une capacité unique à définir des standards, à protéger certains savoir-faire – à l'image de la haute couture, dont l'appellation est juridiquement encadrée – et à faire autorité à l'échelle internationale.

Mais cet avantage ne peut être considéré comme acquis. Une référence ne dure que si le bassin qui l'a fait naître reste vivant : si les gestes continuent d'être pratiqués, transmis, adaptés et développés sur le territoire national. Si les ateliers disparaissent, si les filières de formation se fragilisent, si les entreprises peinent à recruter ou à transmettre leurs compétences, la France risque progressivement de ne plus être le lieu où ces savoir-faire se renouvellent, mais seulement celui auquel ils demeurent associés.

L'enjeu n'est donc pas seulement de transmettre des gestes. Il est de maintenir vivants les écosystèmes qui les rendent possibles : former, recruter, accompagner le développement des entreprises, valoriser la diversité des parcours, rendre les métiers visibles, soutenir les territoires où ils s'exercent et reconnaître la pluralité de leurs modèles économiques.

C'est précisément ce que rappelle Annick Billon tout au long de cet échange. Derrière la question des métiers d'art se joue notre capacité collective à faire vivre un avantage stratégique français : **un avantage qui ne repose ni sur la nostalgie ni sur une rente de réputation, mais sur le renouvellement permanent des savoir-faire, des talents et des entreprises qui les portent.**



Paris-Île de France Capitale Économique (PCE) est le lab' de l'attractivité du Grand Paris.

Créé en 1991 par la CCI Paris Île-de-France avec une trentaine de Grand Paris Makers® (grandes entreprises françaises) et soutenu par la Métropole du Grand Paris, PCE analyse les tendances et facteurs qui façonnent les métropoles attractives d'aujourd'hui et de demain. PCE identifie les enjeux et propose des solutions concrètes pour que le Grand Paris et ses acteurs anticipent les grandes transitions et affirment leurs rôles de leaders sur la scène internationale.

Son ambition est de **faire du Grand Paris le pionnier et le leader des transitions** en portant les propositions des acteurs économiques et des territoires au plus haut niveau.

PCE assure 3 missions centrales :

- veille prospective, benchmarking international sur les facteurs d'attractivité des villes globales ;
- organisation de groupes de travail portés par des acteurs économiques pour dégager des pistes d'action et mettre en œuvre des chantiers d'expérimentation dans le Grand Paris ;
- mise en valeur des savoir-faire de nos Grand Paris Makers® en organisant des conférences et des séminaires, en accueillant des délégations internationales et en organisant des *learning expeditions*.

Éditeur

Paris-Île de France Capitale Économique
2 place de la Bourse - 75002 Paris
contact@pce-idf.org

Directrice de la publication

Chloë Voisin-Bormuth

Rédactrice

Louise Limare

Communication

Louise Limare, Louise Tirvaudey