

# L'ÉXPOSÉ N°2

LA REVANCHE DU SAVOIR-FAIRE



POURPARLERS



# La revanche DU SAVOIR-FAIRE

Alors que le monde s'accélère, que la technologie nous bouscule vers une réalité toujours plus connectée, toujours plus dématérialisée, l'artisanat s'impose comme un contretemps. Un gardien des connaissances et des gestes minutieux. Chez Pourparlers, nous avons choisi d'en faire le fil conducteur de cette nouvelle édition de l'Exposé, en concentrant notre propos sur le secteur du luxe et les métiers d'art. Dans les mois à venir, ce cahier s'accompagnera d'une série de newsletters mettant en lumière portraits et histoires d'artisanat. Des récits qui s'inscrivent directement dans nos valeurs : le goût du beau, la profondeur narrative et l'intemporalité.

Cette thématique, à la fois forte et refuge, est désormais revisitée par de nombreuses maisons qui redécouvrent leur histoire, ouvrent leurs ateliers au public ou en font la ligne directrice de leur narration. Une grande partie d'entre elles dépoussière le savoir-faire en déployant tout un faisceau d'expériences et de contenus, pour partager ces valeurs avec leur public. Ce travail de transparence sert également les marques en légitimant leurs créations et en répondant aux attentes d'une clientèle en quête de sens et de traçabilité.

Au-delà des ateliers, le savoir-faire bénéficie aujourd'hui d'un regain d'intérêt, porté par des défenseurs passionnés, des collectifs et des associations qui œuvrent

quotidiennement pour pérenniser ces précieuses connaissances. Et parallèlement, l'image de l'artisan s'est transformée : anoblie, modernisée, incarnée désormais par des artisans devenus de véritables figures d'influence.

Si le chemin reste long, et si l'artisanat dans son ensemble n'a pas encore la visibilité des métiers d'art, les signaux sont indéniablement encourageants. Alors, à l'aube de ce réveil, cette dynamique mérite d'être suivie et soutenue pour assurer la transmission des savoirs et pourvoir tous les emplois qui contribuent au rayonnement des territoires. La main de l'homme a encore de beaux jours devant elle : la preuve dans les pages qui suivent !

*Pauline Ferrero & Martin Samson*

# LES CODES

# CHANGÉ

MO



*Derrière chaque objet, une histoire. Celle des mains qui façonnent, des esprits qui imaginent, des heures qui s'égrènent... L'invisible reprend désormais la lumière et révèle une quête profonde d'authenticité. Acquérir un bien n'est désormais plus un simple acte marchand mais revient à s'approprier un univers, comprendre une démarche, partager des valeurs. Le savoir-faire se dévoile au grand jour.*

## DERRIÈRE LES PIÈCES, LES HEURES:

**180 manipulations:** nombre d'étapes requises pour fabriquer le mocassin Lopez de John Lobb

**20 heures:** durée de fabrication d'un sac Kelly d'Hermès

**8 jours:** période de tests rigoureux pour les montres Louis Vuitton avant leur commercialisation

## PLACE AU MAKING-OF

Les coulisses ont pris le devant de la scène. Ce renversement de perspective transforme profondément la relation entre les Maisons de luxe et leur public. En dévoilant l'envers du décor, les marques tissent un lien émotionnel puissant et tangible. L'expérience d'achat se mue en une véritable immersion dans un monde de technique et d'excellence.

Renversement de situation, l'histoire de la maison et ses techniques ancestrales rivalisent désormais d'importance avec le produit lui-même. Le «Making-of luxury» s'impose comme un récit vibrant où les artisans, hier dans l'ombre, ont à nouveau voix au chapitre. Leurs mains expertes, leurs gestes précis, leur connaissance intime des matières premières fascinent et rassurent un public en recherche de sens.

## LE TEMPS, VERSION LONGUE

Né de la crise des années 2010, le mouvement «Slow made» s'érige aujourd'hui en véritable philosophie. Face à la frénésie de l'hyperconsommation et du jetable, il propose une alternative désirable où il est bon de ralentir, d'apprécier et de choisir avec discernement.

Cette célébration du temps long résonne particulièrement auprès d'une clientèle de plus en plus exigeante. Ce qu'elle impulse ? Des créations intemporelles, d'une qualité irréprochable, exclusives et alignées avec ses valeurs personnelles. Désormais, le temps consacré à la conception d'une pièce n'est plus perçu comme une contrainte mais comme une promesse : celle d'un objet qui traversera les années sans perdre de sa superbe.



Dans cette nouvelle économie de la patience, les heures, les jours, parfois les mois nécessaires à la création d'un sac, d'une montre ou d'un bijou deviennent le plus précieux des arguments. Le «beau travail» reprend ses lettres de noblesse, et avec lui, toute une tradition d'excellence que l'on croyait menacée par la modernité.

# GRAMMAIRE PARTICULIÈRE

*L'artisanat se réinvente. Il entraîne avec lui la naissance d'un langage propre, où de nouveaux codes visuels et sémantiques transforment une abstraction technique en émotion palpable.*

La main de l'artisan est désormais filmée sous tous les angles : la danse des doigts sur le cuir, l'ASMR des ciseaux dans l'atelier de haute couture ou la patience infinie du sertisseur... Chaque seconde filmée raconte l'histoire d'un savoir patiemment acquis, transmis de génération en génération.

Ces séquences visuelles décortiquent l'invisible. Elles décomposent le miracle de la création en étapes distinctes, comme pour mieux en révéler la magie. Une visite virtuelle d'atelier vaut désormais mille discours. Elle grave dans la mémoire la valeur réelle de l'objet - non pas son prix, mais son histoire, sa complexité, sa rareté.

Parallèlement à l'image, c'est un langage à part qui se façonne. Chaque secteur cultive ses propres termes, codes secrets qui distinguent l'initié du profane. Ainsi, les mots s'habillent de leurs plus beaux atours. La «boutique» s'efface devant la «maison», le «prix» s'incline devant la «valeur», les «chaussures» cèdent la place aux «souliers», la «bijouterie» s'élève en «joaillerie». Cette distinction linguistique trace une frontière invisible entre l'ordinaire et l'exceptionnel.

La sémantique du savoir-faire jongle avec les mots d'hier et de demain, tisse des récits qui résonnent avec notre époque sans renier l'héritage séculaire des maisons.



## PETIT LEXIQUE DU SAVOIR-FAIRE:

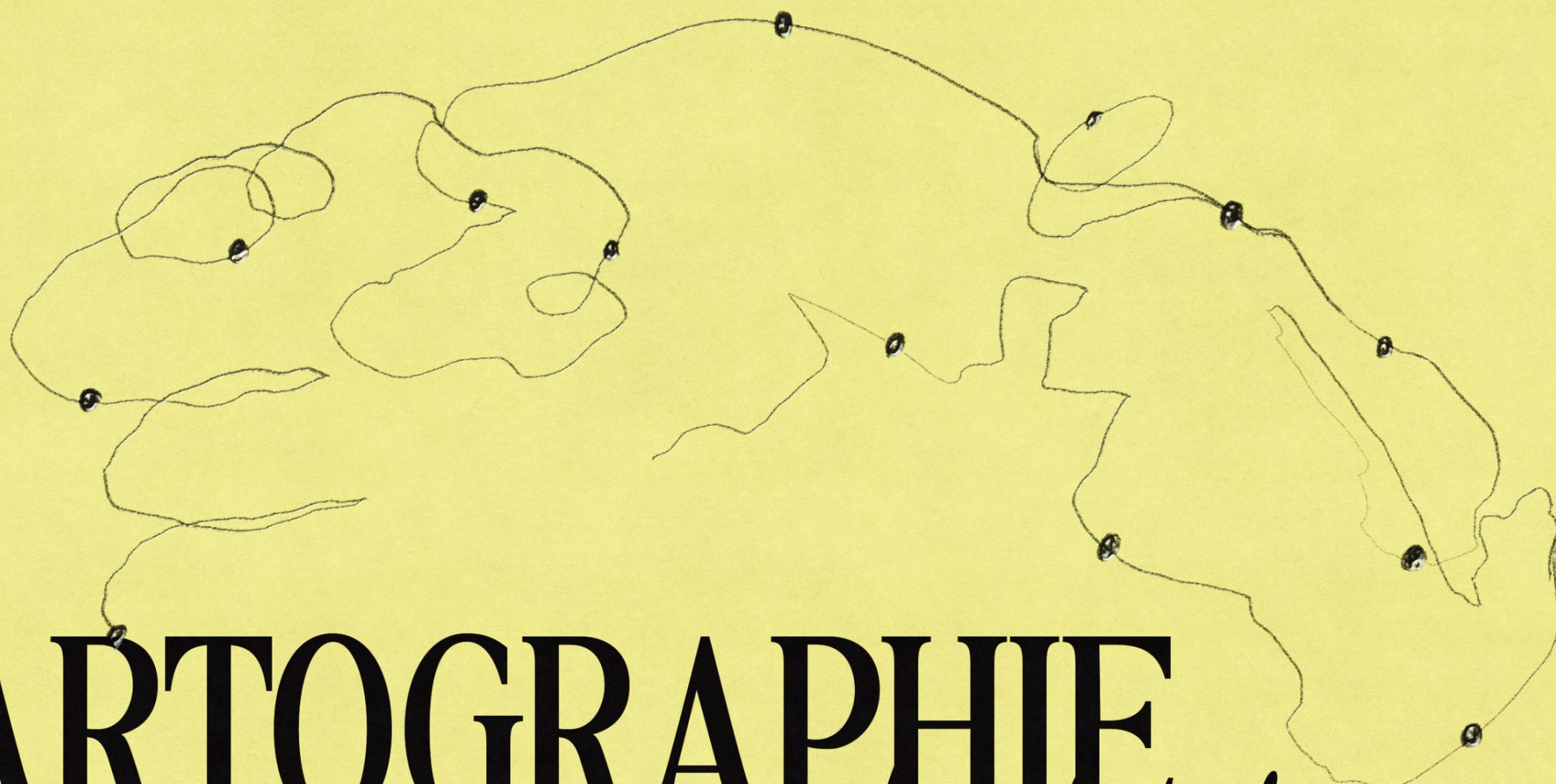
**Artisanat d'art:** Ensemble des métiers créant des objets uniques à forte valeur ajoutée esthétique et technique.

**Manufactures:** Lieux historiques de production où se concentrent artisans et savoir-faire d'excellence, souvent associés à une maison de luxe.

**Façonné main:** Qualification d'un objet entièrement réalisé manuellement, sans recours à l'automatisation industrielle.

**Maître d'art:** Titre officiel français distinguant un artisan expert chargé de transmettre son savoir-faire d'exception.

**Patine:** Transformation naturelle ou provoquée de la matière qui révèle le passage du temps et l'authenticité.



**CARTOGRAPHIE .**  
*des* **GRANDS** *territoires*



## MODE ET ACCESSOIRES: DANS LES ATELIERS, PLUS QUE JAMAIS

*Dans les ateliers feutrés des grandes maisons, l'artisanat reprend ses droits. Une tendance qui séduit de nouveaux esthètes, à la recherche d'authenticité et d'éthique.*

Pionnier en la matière, Hermès en a fait sa signature. Depuis 1837, la Maison au carré orange cultive l'excellence manuelle. Chaque pièce, chaque objet naît entre des doigts experts et raconte une histoire de patience infinie. Ici, le fait-main n'est pas un argument marketing, mais une philosophie. Chacune unique, les créations ne sortent jamais tout à fait identiques à une autre. Elle porte l'empreinte subtile de son créateur. Les matériaux les plus nobles, cuirs précieux ou soies éthérées, sont magnifiés par des gestes précis. Entre tradition et audace créative, ces objets traversent le temps avec constance et élégance.

Dans ce registre, Louis Vuitton joue la même partition. Détenteur du label «Entreprise du Patrimoine Vivant», la Maison rassemble près de 26 000 artisans, soit environ 200 métiers différents. Une armée au service du beau. À l'ère du tout-numérique, la main reste souveraine.

En Italie, Bottega Veneta innove avec «**Bottega for Bottegas**», une célébration saisonnière de l'art artisanal. En hommage à ses origines vénitiennes, la Maison sélectionne six artisans de sa ville natale et ses alentours. Un coup double : valoriser le savoir-faire local tout en polissant l'image de l'entreprise.

Fin 2025, LVMH prépare un écrin à la mesure de ses ambitions. La «Maison des Métiers d'Excellence» ouvrira ses portes dans le 8e arrondissement parisien. Un temple pour 280 métiers représentés dans 75 marques du groupe. Le lieu hébergera : un espace d'ateliers et de conférences pour le public, un espace de formation, d'échanges et de créativité pour les apprentis et collaborateurs du groupe, un café concept-store, une médiathèque ainsi qu'une galerie d'exposition. De Louis Vuitton à Dom Pérignon, en passant par Tiffany & Co., des savoir-faire multiples pourront dialoguer librement avec le grand public.

## HAUTE COUTURE : COUSUE MAIN

*Hier cachés dans l'ombre des créateurs, les artisans de Haute couture sont aujourd'hui propulsés sur le devant de la scène. Ce renversement raconte moins une révolution des pratiques qu'une transformation profonde de la narration.*

Chanel incarne cette mutation avec une intelligence à part. En acquérant progressivement ses fournisseurs d'exception - Lesage pour la broderie, Lemarié pour les plumes, Massaro pour les souliers et 8 autres - la Maison a réalisé un double coup de maître. D'abord économique, en sécurisant des savoir-faire rares dans un monde de standardisation. Mais également médiatique, en transformant cette intégration verticale en un récit de sauvetage patrimonial qui résonne auprès d'une clientèle de plus en plus soucieuse de transmission.

Dans une approche complémentaire, Dior orchestre un écosystème d'artisans satellites qu'elle met en scène avec une certaine maestria. Les défilés haute couture se métamorphosent en manifestes vivants du geste artisanal. Cette célébration spectaculaire du temps long et du fait-main devient paradoxalement l'un des contenus les plus viraux sur les réseaux sociaux, démontrant que la lenteur peut fasciner à l'ère de l'instantanéité.

Enfin, cas d'école : Loewe, sous l'impulsion de Jonathan Anderson, pousse cette logique jusqu'à son point culminant en faisant du dialogue avec l'artisanat le cœur même de son identité contemporaine. Le **LOEWE FOUNDATION Craft Prize** ne se contente pas de célébrer des techniques traditionnelles — il les propulse dans une modernité vibrante. À Tokyo, l'exposition «Crafted World» a dévoilé un véritable lieu d'expérimentation. Précurseur dans cette vision, le créateur, désormais directeur artistique de Dior, a compris que l'artisanat n'était pas un vestige figé mais une grammaire vivante, capable de se réinventer sans cesse.



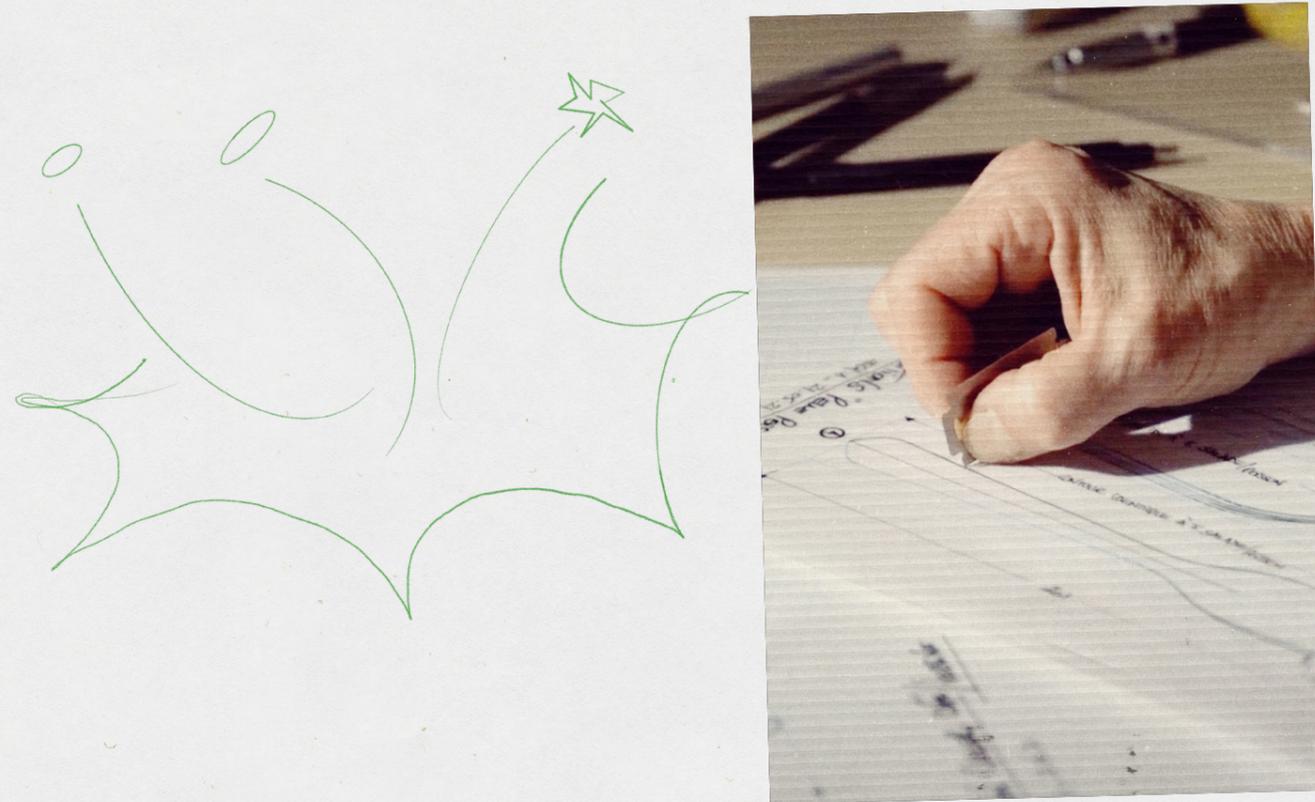
## DESIGN ET ART DE VIVRE : RETOUR AUX SOURCES

*Dans cette même veine, le design redécouvre la singularité du geste humain. L'objet industriel et sa froide perfection cèdent dorénavant plus facilement le pas au façonné main.*

Désormais, les grands rendez-vous du design, Milan Design Week, Maison et Objets ou encore la Biennale Révélation, font la part belle aux traditions, aux gestes et aux femmes et hommes derrière les créations.

Des maisons séculaires comme Christofle et Trudon suivent cette vague avec élégance. Elles réinventent leur héritage sans le dénaturer. Christofle continue de sculpter l'argent selon des techniques centenaires tout en multipliant les collaborations avec des créateurs contemporains. Trudon, doyenne mondiale des criergeries, insuffle une modernité subtile à des méthodes qui ont éclairé les rois.

Le mobilier de luxe s'inscrit aussi dans cette renaissance. Ralph Lauren Home et Fendi Casa redonnent leurs lettres de noblesse à l'ébénisterie traditionnelle. A cet égard, les chiffres parlent : 20 milliards de dollars pour le marché mondial du mobilier de luxe artisanal en 2023, avec une croissance prévue de 5% par an jusqu'en 2030. L'artisanat n'est plus une relique mais un investissement d'avenir.



## HORLOGERIE ET JOAILLERIE : LA TECHNIQUE POÉTIQUE

*Dans ces univers de précision millimétrique, le savoir-faire s'est mué en argument de premier plan. Le geste artisanal, autrefois invisible, devient aujourd'hui le cœur d'un récit savamment orchestré. Une tendance qui répond à un paradoxe : plus nos vies s'accroissent et se digitalisent, plus nous sommes fascinés par la lenteur méticuleuse d'un sertisseur ou d'un horloger.*

Cette tension entre tradition et avant-garde trouve une expression aboutie chez Cartier. La maison entretient l'illusion parfaite d'être à la fois gardienne du temple et défricheuse de territoires inconnus. La collection «Sixième Sens» illustre cette équation complexe : des techniques vieilles de plusieurs siècles mises au service d'une esthétique résolument contemporaine. Au delà des pierres précieuses, ces créations révèlent un récit d'exception. Une part d'éternité dans un monde d'obsolescence programmé.

La transparence devient la nouvelle stratégie des joailliers. Bulgari et Van Cleef & Arpels dévoilent désormais le processus derrière le résultat final. Cette mise en scène des coulisses n'est pas qu'une réponse aux nouvelles exigences éthiques, elle est aussi une justification subtile des prix. Le message sous-jacent ? Ce n'est pas l'or ou les diamants que vous achetez, mais les milliers d'heures de savoir-faire qu'ils incarnent.

Côté horlogerie, Patek Philippe joue le rôle du puriste intransigent. Tandis que certains concurrents cèdent aux sirènes de l'automatisation, la Maison genevoise maintient le cap d'un artisanat presque obsessionnel. Chaque montre y devient le manifeste d'une philosophie : celle d'un temps qui refuse de se laisser mécaniser, industrialiser, banaliser. Une résistance silencieuse à l'ère du tout-jetable.

# À LA LOUPE



## HERMÈS UNE HISTOIRE DE CONSTANCE

Quand d'autres oscillent au gré des tendances, Hermès déroule depuis 1837 un récit d'une cohérence implacable. Son mantra ? Le savoir-faire artisanal, élevé au rang de dogme incontestable.

Cette foi en l'excellence manuelle n'est pas née d'une récente épiphanie stratégique. Elle irrigue l'ADN de la maison depuis près de deux siècles. Témoin de cette philosophie, la série «**We are all artisans**» donne la parole aux femmes et aux hommes derrière les créations. Ces plongées dans les ateliers racontent une histoire que la marque n'a cessé de murmurer : ici, chaque point de couture est un acte de dévotion.

Là où certains cloisonnent leurs discours selon les produits, Hermès tisse un récit unifié. Du Carré au Kelly, la même promesse résonne : celle d'un objet façonné par des mains expertes, habité par une âme que nulle machine ne saurait insuffler.

Cette fidélité à soi-même a forgé une armure contre les soubresauts du marché. Les acheteurs, méfiants face aux discours éphémères, trouvent dans cette constance une valeur refuge.

La révolution numérique aurait pu ébranler ce modèle. Pourtant, elle l'a renforcé. Hermès a transformé les plateformes digitales en fenêtres ouvertes sur ses ateliers. Sur Instagram, la marque rivalise de créativité et de poésie pour illustrer les arts de l'atelier.

Pour transmettre ses gestes singuliers, elle a fondé sa propre **École des Savoir-Faire**. Entre ses murs, la flamme de l'excellence manuelle se transmet aux nouvelles générations et assure la préservation de son propre artisanat. Une initiative qui témoigne d'une vision rare dans une industrie obsédée par les résultats trimestriels.

### LA LEÇON DE SAVOIR-FAIRE D'HERMÈS

LES MEILLEURES VIDÉOS D'ARTISANAT DE LA MAISON.  
PRENEZ DES NOTES !

**Orange in the making:**  
*LA MANUFACTURE ANIMÉE*

**L'atelier de soie:**  
*PLONGÉE EN ACCÉLÉRÉ DANS LA FABRICATION D'UN FOULARD*

**Plongée au coeur des ateliers de maroquinerie:**  
*CE QUI SE CACHE DERRIÈRE LA PORTE DES ATELIERS.*

**L'œil pour chaque détail:**  
*UNE APPROCHE SENSORIELLE DU GESTE.*

**L'art de la gravure:**  
*DERRIÈRE LE MOTIF, UN DESSIN À LA MAIN.*

**Les sons des artisans:**  
*L'ASMR DES ATELIERS.*



# Le 19M de CHANEL



UNE INSTITUTION DU SAVOIR-FAIRE

*Au cœur du 19<sup>e</sup> arrondissement parisien, Chanel a bâti sa cathédrale de l'artisanat. **Le 19M**, inauguré en 2021, dresse ses 25 000 m<sup>2</sup> comme un manifeste de pierre et de verre. Ici fourmille un écosystème où respirent et créent 700 artisans d'exception répartis dans 11 maisons d'art.*

Ce lieu dédié au savoir-faire couronne une stratégie initiée dès les années 1990. La Maison avait alors commencé à acquérir discrètement de petits ateliers menacés de disparition. De ces sauvetages ponctuels est née une vision plus ambitieuse : non plus simplement préserver ces savoir-faire, mais les réunir sous un même toit pour qu'ils se nourrissent mutuellement. Le 19M transforme ainsi l'acte de conservation en projet d'avenir.

Animée par un esprit de transmission, la Maison ouvre régulièrement ses portes aux curieux lors de l'événement «Mains d'avenir». Les 8 et 9 février 2025, pour sa troisième édition, le public a pu franchir le seuil de ce lieu habituellement réservé aux initiés. Au programme : des démonstrations qui dévoilent l'envers du décor, des ateliers où s'essayer aux gestes ancestraux, des

rencontres avec ceux qui font naître le luxe de leurs doigts. Une forme de transparence calculée qui sert aussi le récit de la marque.

Derrière les murs du 19M s'activent des maisons aux noms parfois méconnus du grand public, mais révévés dans l'univers du luxe. Maison Michel y façonne des chapeaux qui défient l'apesanteur. Lesage y brode des rêves fil à fil. Lemarié y fait éclore des fleurs éternelles. Massaro y sculpte des souliers qui transforment la démarche. Goossens y cisèle l'or. Chacun de ces ateliers possède son langage, sa grammaire gestuelle et son vocabulaire technique.



L'édifice n'a rien d'un musée figé dans le temps. Le 19M se veut laboratoire autant que conservatoire. Les techniques séculaires s'y confrontent aux défis contemporains. L'impression 3D dialogue avec la broderie main. Les matériaux innovants rencontrent les outils d'antan. Cette fusion permanente entre héritage et recherche permet aux savoir-faire de rester vivants plutôt

que de se fossiliser en simples techniques du passé.

La transmission constitue l'autre pilier de ce projet. Dans ses espaces lumineux, les mains expérimentées guident celles des apprentis. Les secrets jalousement gardés pendant des générations s'y partagent désormais

ouvertement. Chanel a compris qu'un savoir-faire qui ne se transmet pas est condamné, aussi précieux soit-il. En formant la relève, la Maison investit dans l'avenir de son propre langage créatif.

Hors les murs, sous la coupole Grand Palais, la Galerie du 19M a dévoilé l'événement « Ornementa ». Au printemps dernier, cette expérience immersive et participative a invité toutes et tous, à s'initier par des ateliers aux savoir-faire du 19M et à explorer les coulisses de la création contemporaine et des métiers d'art.

Ainsi, ce lieu vivant incarne une nouvelle approche du patrimoine artisanal. Ni simple conservation, ni projet marketing, mais institutionnalisation dynamique d'un écosystème de savoir-faire.

# LE WA LE LOEWE



COOL  
ARTISANAT

*Arrivé en 2013, en tant que directeur artistique, Jonathan Anderson a métamorphosé la Maison Loewe sans renier son âme. Son arme secrète ? L'artisanat dans sa version contemporaine.*

Une renaissance qui s'est cristallisée autour du Loewe Foundation Craft Prize, lancé en 2016. Plus qu'un simple concours, ce prix est devenu un manifeste vivant de la philosophie du créateur. Doté de 50 000 euros, il attire les plus grands talents des métiers d'art du monde entier. L'édition 2025, hébergée au Musée National Thyssen-Bornemisza, a tenu sa promesse de célébrer l'excellence manuelle.

Cette vision tient à un équilibre subtil. En plaçant le savoir-faire au cœur de sa direction, Jonathan Anderson a créé un pont naturel entre traditions centenaires et aspirations contemporaines. Une alchimie qui a séduit un public nouveau, plus divers, plus international, transcendant les frontières générationnelles.

Son attachement à l'artisanat s'est incarné jusque dans les boutiques. Le concept «Casa Loewe», inauguré à Madrid en 2016, suit la même histoire que les collections. Ces espaces exposent des œuvres artisanales uniques et intègrent des techniques traditionnelles jusque dans leur architecture. À Shanghai, la plus grande boutique d'Asie ouverte en février 2025 arbore une façade en céramique dorée composée de carreaux émaillés façonnés à la main en Espagne.

En toute logique, les créations traduisent cette même philosophie. Le sac «Puzzle», devenu iconique, résume à lui seul cette fusion entre virtuosité technique et audace créative. Chaque pièce Loewe raconte l'histoire d'un savoir-faire ancestral projeté vers l'avenir.

# JACQUEMUS



QUAND L'IPHONE RENCONTRE  
LE FIL ET L'AIGUILLE

Simon Porte Jacquemus marche sur un fil. D'un côté, l'artisanat précieux de la mode française. De l'autre, la technologie qui réinvente chaque jour nos vies. Plutôt que de choisir, le créateur les a réconciliés.

Sortie au Printemps 2025, sa collection **«La Croisière»** illustre parfaitement cette correspondance. Le défilé, niché dans l'ancien appartement d'Auguste Perret à Paris, a été entièrement filmé avec l'iPhone 16. Une quinzaine d'appareils, stratégiquement positionnés, ont immortalisé chaque détail, chaque texture, chaque mouvement. Une invitation, à coups de zoom et dézoom au cours d'un (faux) plan séquence, à plonger dans l'atelier de production du créateur où, couturiers, tailleurs, assistants et mannequins s'affairent à la fabrication d'une collection.

Cette collaboration avec Apple s'est prolongée avec une campagne décalée : **«Just a normal day at the Jacquemus ateliers»**. Une minute de vidéo où l'absurde côtoie l'excellence. On y découvre des couturiers repassant consciencieusement des piles de toast, des imprimeurs pédalant sur des vélos stationnaires tout en peignant des tissus. L'iPhone capture ces scènes surréalistes, transformant l'artisanat en spectacle visuel contemporain. Un nouveau coup de génie.

# FRAGILE SAVOIR-FAIRE

ENTRETIEN AVEC  
LÉA DE PEYRELONGUE



*La directrice de la communication de la Maison Bernardaud nous ouvre les portes de la manufacture de Limoges et de son savoir-faire unique.*

**Quels sont les savoir-faire sollicités au sein de Bernardaud et en quoi sont-ils singuliers ?**

**La Maison Bernardaud** compte environ 700 à 750 collaborateurs. Nous sommes de très loin le plus gros producteur de porcelaine en France, ce qui représente 70 à 75% de la production de Limoges. Notre spécificité tient à notre capacité à maîtriser toute la chaîne, du début à la fin, ce qui est assez rare à Limoges.

Nos savoir-faire sont divisés en deux pôles, sur deux usines. L'usine originelle à Limoges, créée en 1863, et une seconde à Oradour-sur-Glane. Dans les années 1979-1980, nous avons délocalisé ce que nous appelons «le blanc» – la production avant décoration – dans cette nouvelle usine plus moderne. La décoration est restée à Limoges.

En moyenne, environ 50 personnes travaillent sur une pièce du début à la fin du processus. Le nombre d'étapes est considérable : manutention, séchage, cuisson... Chaque pièce passe entre de nombreuses mains, ce qui explique la valeur de chacune.

Aujourd'hui, la machine est une aide précieuse, mais elle vient assister l'artisan plutôt que le remplacer. Quand elle intervient, c'est uniquement pour réduire la pénibilité et permettre à l'artisan de se concentrer sur quelque chose de plus précis.

**Comment ces savoir-faire sont-ils transmis au sein de la maison ?**

La question de la transmission est cruciale, car je pense que la majorité des savoir-faire qui existaient dans la porcelaine sont déjà perdus. Heureusement, des manufactures

comme Sèvres jouent un rôle formidable de conservateur.

Nous n'avons pas vraiment conservé d'archives jusqu'aux années 90, quand nous avons embauché notre responsable du patrimoine. Son rôle est de préserver chaque pièce de chaque collection, mais aussi ce patrimoine immatériel. Elle photographie et filme tous les gestes techniques.

Dans les manufactures, la transmission fonctionne par génération. Nous sommes actuellement à un moment charnière. Nous avons beaucoup d'anciens et beaucoup de jeunes, mais peu de personnes d'âge intermédiaire. Nous avons une trentaine de retraités encore sous contrat chez Bernardaud. Ils interviennent souvent sur des métiers très manuels, dans un objectif de transmission. Ces personnes ne sont pas particulièrement âgées – quand on commence à travailler à 16 ans, on atteint la retraite assez tôt.

**Existe-t-il une philosophie qui encourage à l'évolution des savoir-faire chez Bernardaud ?**

Je ne sais pas s'il s'agit d'encourager l'évolution, mais certainement l'exploration. Aujourd'hui, on parle du savoir-faire comme quelque chose qu'il ne faut pas perdre. Mais en réalité, il évolue, s'améliore, se perfectionne. Les personnes qui travaillent chez nous depuis 30 ans ont souvent transformé leur métier et leurs gestes, pour des raisons de productivité, mais aussi pour réduire la pénibilité. Ces métiers sont physiques et exigeants. La décoration sur porcelaine requiert une grande précision, ce qui peut créer des tensions musculaires. Ces artisans réfléchissent donc d'abord pour eux-mêmes : comment



simplifier leurs gestes et leur quotidien ? Ils font naturellement évoluer leur savoir-faire.

Il n'existe pas vraiment d'école pour apprendre la porcelaine, donc tout le monde se forme sur le tas. La mobilité interne est importante, d'un atelier à l'autre. Si quelqu'un n'est pas satisfait de son poste initial, on lui permet d'explorer d'autres techniques.

**Quelle place ces initiatives prennent-elles dans l'image de Bernardaud ?**

Nous en sommes plutôt au début de notre communication sur le savoir-faire. Il s'agit d'une entreprise familiale, et il existe une certaine pudeur vis-à-vis des gestes du métier. Mais les choses évoluent. Le fait que les

réseaux sociaux valorisent de plus en plus ce type de contenu contribue à rendre les métiers manuels plus attractifs.

**Selon vous, le retour en grâce de l'artisanat est-t-il une simple façade de communication ou un véritable retour aux sources du modèle ?**

Je pense qu'il y a forcément une part de communication, car à l'origine, cette tendance était souvent liée à une stratégie de recrutement. Les groupes qui investissent le plus dans la valorisation du savoir-faire sont souvent ceux qui rencontrent des difficultés de recrutement. Mais ce phénomène dépasse désormais largement son objectif initial. Nous vivons dans des temps incertains, et les gens ressentent le besoin de revenir à l'essentiel.

Tout ce qui est lié à la tradition, au travail manuel – c'est gratifiant parce qu'on voit un résultat tangible. Ce n'est pas comme passer sa journée devant un ordinateur. Il y a une forme d'accomplissement.

D'après les anciens, depuis une dizaine d'années, les jeunes ont envie de travailler chez Bernardaud, alors qu'il y a eu toute une période où personne ne le souhaitait. Un phénomène intéressant est la présence de nombreuses familles au sein de l'entreprise. Récemment, l'un de nos artisans nous a expliqué que trois générations de sa famille avaient travaillé ici. Initialement, il avait suivi des études d'informatique, mais grâce à des stages d'été, il a découvert ce métier sans

penser que cela deviendrait sa vocation. Et pourtant, il y a trouvé ce qu'il cherchait.

Je pense qu'il y a aussi une forme de cycle : pendant longtemps, les jeunes ont pu rejeter ces métiers précisément parce qu'ils étaient associés à leurs grands-parents. Mais aujourd'hui, ils y reviennent. C'est fascinant.





À PIÈCE ICONIQUE  
**SAVOIR-FAIRE SPÉCIAL**

**Le mocassin Lopez de John Lobb**

Créé en 1950, le mocassin Lopez de John Lobb incarne l'excellence bottière anglaise. Réalisée à la manufacture de Northampton, sa fabrication nécessite 190 étapes minutieuses. Le plateau entièrement cousu à la main et la construction en seulement deux pièces de cuir forment les éléments distinctifs de ce modèle iconique. Façonnée par la main des artisans, chaque paire est le fruit d'un savoir-faire transmis depuis plus de 150 ans.

**Le Kelly d'Hermès**

Né d'une évolution du sac «Haut à Courroies» de 1892, le sac à main Kelly a acquis son statut iconique en 1958 grâce à l'actrice Grace Kelly. Sa fabrication requiert environ 20 heures de travail manuel par un seul artisan, utilisant des matières premières d'exception comme le cuir d'agneau, de crocodile ou d'autruche. Chaque sac est marqué d'un poinçon identifiant l'année, l'atelier et l'artisan, soulignant l'unicité de chaque pièce. Avec ses courroies en cuir et son cadenas, sa fermeture est devenue la véritable marque du luxe intemporel de la Maison.

**La Bar Jacket de Dior**

La veste Bar, créée par Christian Dior en 1947, symbolise la révolution du New Look et l'essence même de la haute couture française. Conçue comme une véritable sculpture, elle incarne l'excellence des savoir-faire de la maison Dior. Sa silhouette caractéristique, avec une taille cintrée, des épaules douces et une basque évasée, nécessite une maîtrise technique exceptionnelle. Chaque veste est le résultat d'un défi pour les ateliers Dior, qui recréent méticuleusement le volume et la coupe emblématiques. La finesse des détails et le tombé irréprochable témoignent de la virtuosité de ses artisans.

**Le polo L.12.12 de Lacoste**

Symbole du style décontracté-chic, le polo L.12.12, est né sous l'impulsion du crocodile : le tennisman René Lacoste. Cette création a révolutionné la mode sportive en introduisant un vêtement à la fois confortable et élégant. Le savoir-faire de Lacoste se manifeste dans chaque étape de sa fabrication, du tricotage à l'assemblage en 25 étapes. Matière inventée par René Lacoste, le petit piqué de coton offre une respirabilité et un confort uniques. Sur la poitrine, la broderie du crocodile en 1200 points témoigne de la précision artisanale.

**Le trench Burberry**

Créé par Thomas Burberry, le trench est fabriqué en gabardine, un tissu résistant aux intempéries inventé par le fondateur. La production, centrée dans le Yorkshire, allie tradition et précision moderne. Chaque trench résulte d'un processus minutieux, du tissage de la gabardine à l'assemblage final. Les finitions manuelles, notamment le col complexe nécessitant jusqu'à 200 points de couture, reflètent l'expertise des maîtres tailleurs. La doublure emblématique à carreaux Burberry Check ajoute la touche finale de cette pièce iconique du vestiaire brit.





# L'ÉMERGENCE des artisans INFLUENCEURS

*Nouveau profil à l'horizon. Mi-artisan, mi-communicant, l'artisan-influenceur maîtrise aussi bien l'aiguille que l'algorithme. Ces créateurs hybrides transforment la perception du savoir-faire en dévoilant ses coulisses. Un basculement qui redéfinit la relation entre l'artisanat ancestral et le besoin d'instantanéité.*

Couronnée par le Prix 19M des Métiers d'art de Chanel en 2020, **Emma Bruschi** incarne cette métamorphose avec brio. Depuis l'Auvergne, elle tisse des liens inattendus entre mode, design, artisanat et agriculture. Sa collection «Almanach» en témoigne et réveille des techniques endormies. Mais son tour de force réside ailleurs : l'artisane transforme Instagram en atelier ouvert où chaque étape de création devient récit. Sous ses doigts, le geste technique se mue en contenu esthétique et pédagogique, de quoi séduire toute une nouvelle génération.

Dans le monde de la verrerie, Margot **d'Ulysse Sauvage** déploie aussi un univers à part. Dans un très grand respect de la matière, son travail questionne les limites et les codes du soufflage de verre borosilicate, reconnu pour sa grande qualité et solidité. Dans son atelier à Paris, la créatrice réalise des objets du quotidien qu'elle laisse se former par eux-mêmes, en y apportant le moins de contraintes physiques possibles. Chaque pièce est ainsi unique, et si les formes se ressemblent, elles ont chacune leurs particularités. Sur Instagram, la créatrice nous dévoile la vie de l'atelier, les gestes et la réalité du métier de souffleuse de verre.

**Victor Cadene** propose une autre variation sur ce même thème. Artiste décorateur aux multiples pratiques, il réalise des scènes décoratives en deux dimensions à partir de ses dessins qu'il découpe et assemble en collages. Inspiré par la peinture baroque et le style Rococo, son approche exigeante s'accompagne d'une transparence totale sur les matériaux et les méthodes. Chaque post devient leçon sur la valeur du «moins mais mieux». Une philosophie entière, illustrée par des gestes précis que ses stories Instagram décomposent avec soin.

Ainsi, un nouveau mouvement est en place. Un élan repris par les marques historiques, à l'image d'une récente campagne du maroquinier Le Tanneur. En s'associant à **Lena Théodore**, artiste et designer, la Maison ne cherche pas simplement un coup marketing. La créatrice, reconnue pour sa vision novatrice du design de sacs, apporte certes sa fraîcheur créative, mais elle traduit surtout l'héritage de la maison dans une langue que les nouvelles générations comprennent. Sous son influence, le patrimoine artisanal redevient désirable.

# ARTISANE PAYSANNE



*Credit  
Anais Barelli*

## ENTRETIEN AVEC EMMA BRUSCHI

*Designer et artisane d'art, Emma Bruschi explore les techniques ancestrales qu'elle revisite avec un regard contemporain. Entre tradition et innovation, elle nous livre ici sa vision du savoir-faire et sa résonance dans notre société.*

### Comment vous êtes-vous formée à votre art ?

Mon parcours a commencé par des études de mode, un bachelor en Belgique puis un master en design. Assez naturellement, je me suis tournée vers une recherche textile autour des techniques anciennes. J'ai d'abord appris avec ma famille - ma mère, ma grand-mère et certains proches - puis je me suis formée dans des centres spécialisés comme le Centre de broderie de Lunéville en Auvergne.

J'étais déjà attirée par les techniques anciennes, mais aussi inspirée par les savoir-faire agricoles transmis par mes grands-parents paysans. Quand j'ai commencé à créer, j'ai travaillé avec des pièces trouvées chez eux, explorant toutes sortes de matières.

Pour la couture et le patronage, j'allais apprendre auprès d'artisans ou dans des centres de formation spécifiques. La découverte du travail de la paille s'est faite pendant mon master. J'ai découvert des bouquets de moisson tressés, sortes de porte-bonheur confectionnés à la fin des récoltes. J'étais surprise et intriguée par la finesse obtenue avec la paille tressée.

Je me suis mise en quête de personnes qui pourraient me transmettre ce savoir-faire. Par chance, la Suisse, vers Zurich, est un haut lieu du travail de la paille. J'ai contacté des artisans qui m'ont beaucoup aidée, prêté des outils et de la matière. En sortant d'école, ce travail autour des fibres brutes est devenu ma spécialité, ce qui ne m'empêche pas d'explorer constamment d'autres techniques.

### Comment s'orchestre votre processus créatif ?

C'est souvent la technique elle-même qui m'inspire - elle stimule ma créativité et me donne envie de me l'approprier, de la mélanger à d'autres procédés. J'aime garder l'essence originelle sans trop la réinterpréter. J'apprends les techniques dans les règles de l'art, puis certains gestes m'inspirent et je m'en détache progressivement.

Pour nourrir ce processus, je fais des recherches iconographiques dans de vieux livres que je chine, que je glane, ou dans des musées et des bibliothèques.

Je viens d'ailleurs d'écrire un livre qui s'inscrit dans la continuité de mes recherches sur les savoir-faire anciens, mais sous une autre forme. Il présente dix chapitres consacrés à dix objets emblématiques de l'art populaire. L'approche est technique mais démontre comment ces pratiques ont encore du sens dans nos sociétés contemporaines. J'ai redessiné ces objets pour donner envie aux lecteurs de s'initier à ces techniques.

### Faites-vous appel à une technique particulière ou en avez-vous développé une ?

Je travaille avec plusieurs techniques que je mélange. Au tressage de paille, j'associe des techniques issues de la mode, du cordage, du crochet ou du tricot. Cette hybridation fait la particularité de mon approche.

### Comment transmettez-vous votre savoir-faire ?

La transmission est un aspect fondamental de mon travail. J'organise régulièrement des ateliers pour toutes sortes de publics - enfants, adultes - dans des lieux d'art. J'accueille des stagiaires qui ont le temps d'explorer ces techniques.

Je n'ai rien inventé de spécial, donc j'aime transmettre à mon tour, d'autant plus quand il s'agit de savoir-faire en perdition. C'est une mission pour moi de donner envie de les faire perdurer et que cela ne devienne pas une chasse gardée.





à être porté - une découverte d'autres échelles, d'autres milieux.

**Confirmez-vous un retour en force du savoir-faire aujourd'hui ?**

Il y a indéniablement une envie croissante de faire soi-même. Je reçois beaucoup de messages de personnes curieuses d'apprendre ces techniques et plus demandeuses de l'aspect technique. Je crois qu'il existe un manque profond de créer de ses mains.

Fabriquer ses propres objets permet d'accéder à des pièces sur-mesure, de meilleure qualité. Dans la société de nos grands-parents, c'était différent - ces objets avaient plus de sens, de beauté et étaient adaptés à leur propre corps et besoins. Aujourd'hui, les gens ressentent ce besoin de s'exprimer par ce biais.

**Pensez-vous que le savoir-faire est un levier d'avenir ?**

C'est une démarche très vertueuse selon moi. Il existe plein de métiers épanouissants qu'on devrait davantage enseigner à l'école et valoriser. Nous gagnerions à proposer plus de formations manuelles en général.

Ces savoir-faire représentent une force économique, notamment en France qui bénéficie d'un terreau fertile dans la mode et le luxe. C'est dommage que cela soit devenu inaccessible et circonscrit au luxe, car c'est un des atouts du pays.

Il y a un côté vertueux à travailler avec de meilleures matières, plus locales, mieux sourcées. C'est un levier culturel, économique et agricole assez puissant. Faire à la main, à petite échelle, crée un cercle vertueux qui s'auto-alimente et facilite la transmission.

Mon livre a justement pour vocation de rendre accessibles ces techniques et d'encourager la pratique d'ateliers - moins axés sur le textile et davantage sur des savoirs domestiques.

Je constate qu'il y a beaucoup de personnes qui veulent faire les choses de leurs mains. C'est un besoin qui manque à certains d'entre nous aujourd'hui.

**Vous avez récemment collaboré Charlotte Chesnais et Amélie Pichard : comment s'orchestre une collaboration entre deux univers artistiques comme les vôtres ?**

En général, on partage une même valeur ou une même sensibilité, même si nos univers visuels diffèrent. C'est enrichissant de confronter nos approches pour obtenir un mélange où chacun met l'autre en valeur.

Pour Amélie Pichard, j'ai créé des broderies et des sacs. Pour Charlotte Chesnais, il s'agissait de la scénographie pour un showroom. Ces collaborations me permettent de confronter différents rythmes, différentes contraintes. J'apprends toujours énormément de choses. La collaboration avec Amélie Pichard était particulièrement formatrice car c'était la première fois que je produisais un objet destiné



# Les nouveaux



# ARBITRES

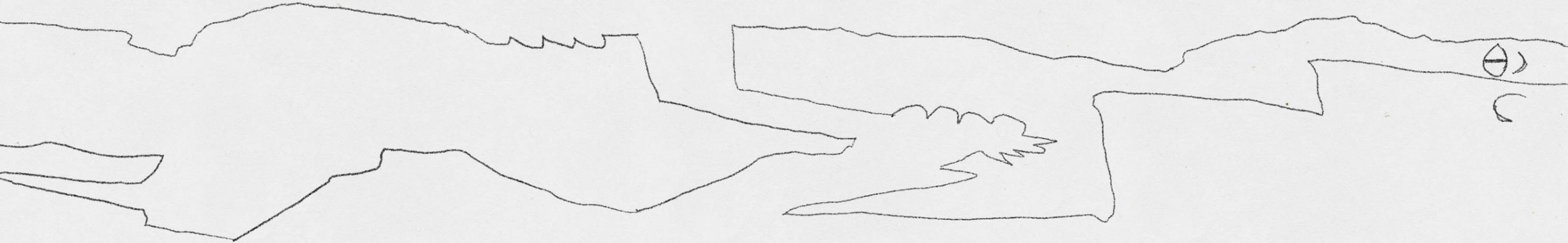
*En contrepoint des artisans-influenceurs, un autre profil a fait son apparition. Armés de cutters et de loupes, les « critiques de savoir-faire » dissèquent sans pitié les créations les plus prestigieuses. Ces chirurgiens du luxe opèrent principalement sur TikTok, transformant l'analyse technique en spectacle viral.*

Sur ce réseau, un influenceur est devenu maître en la matière : **Tanner Leatherstein**. Son rituel : déballer un sac à plusieurs milliers d'euros, l'examiner sous toutes les coutures, puis le démembrer méthodiquement. Chaque point de couture approximatif, chaque coin mal fini, chaque doublure économique est pointé du doigt. Ces autopsies publiques accumulent les vues par dizaines de millions, créant un tribunal numérique où le luxe doit désormais rendre des comptes.

Ce phénomène transforme silencieusement notre rapport au luxe. D'un côté, il démocratise un savoir autrefois réservé aux initiés. Les consommateurs apprennent à distinguer une couture sellier d'une couture mécanique, à reconnaître un cuir pleine fleur d'un cuir corrigé. De simples acheteurs, ils deviennent connaisseurs. De l'autre côté, ces vidéos placent les marques sous surveillance. Un défaut de fabrication devient potentiellement viral, une baisse de qualité impossible à dissimuler. Le paraître ne suffit plus quand l'œil du public s'est ainsi aiguisé.

L'ère de l'opacité luxueuse s'achève sous nos yeux. Ces nouveaux critiques, sans légitimité académique mais forts de millions d'abonnés, réinventent l'autorité dans un monde jadis verrouillé par quelques experts. Ils inaugurent une forme de contre-pouvoir consumériste où le savoir-faire redevient l'étalon-or du luxe véritable.

# FÉCONDES RENCONTRES



*Une nouvelle équation rabat les cartes du luxe. D'un côté, les grandes maisons avec leur puissance de feu médiatique et leurs capacités de distribution mondiale. De l'autre, des artisans d'exception avec leurs gestes et leur créativité sans contrainte. Une influence mutuelle qui redéfinit les contours du désirable.*

En avril 2025 à Milan, Christoffe et Charlotte Chesnais marient leurs univers pour créer «**CARROUSEL**», collection où la table s'étoffe de bijoux. L'orfèvre centenaire et la créatrice aux courbes graphiques réinventent les couverts en objets de désir. Les lignes pures de Charlotte Chesnais épousent l'argenterie d'exception, transformant le repas en rituel esthétique. Une rencontre qui prouve que la tradition peut flirter avec l'audace. Christoffe se dépoussière en restant fidèle à son histoire, Charlotte Chesnais sculpte désormais nos tables après nos corps.

Dernièrement, Perrier-Jouët s'est tourné vers Atelier Montex, temple de la broderie haute couture et filiale de Chanel, pour sublimer sa cuvée Belle Époque. Ainsi est née «**Volutes**»,

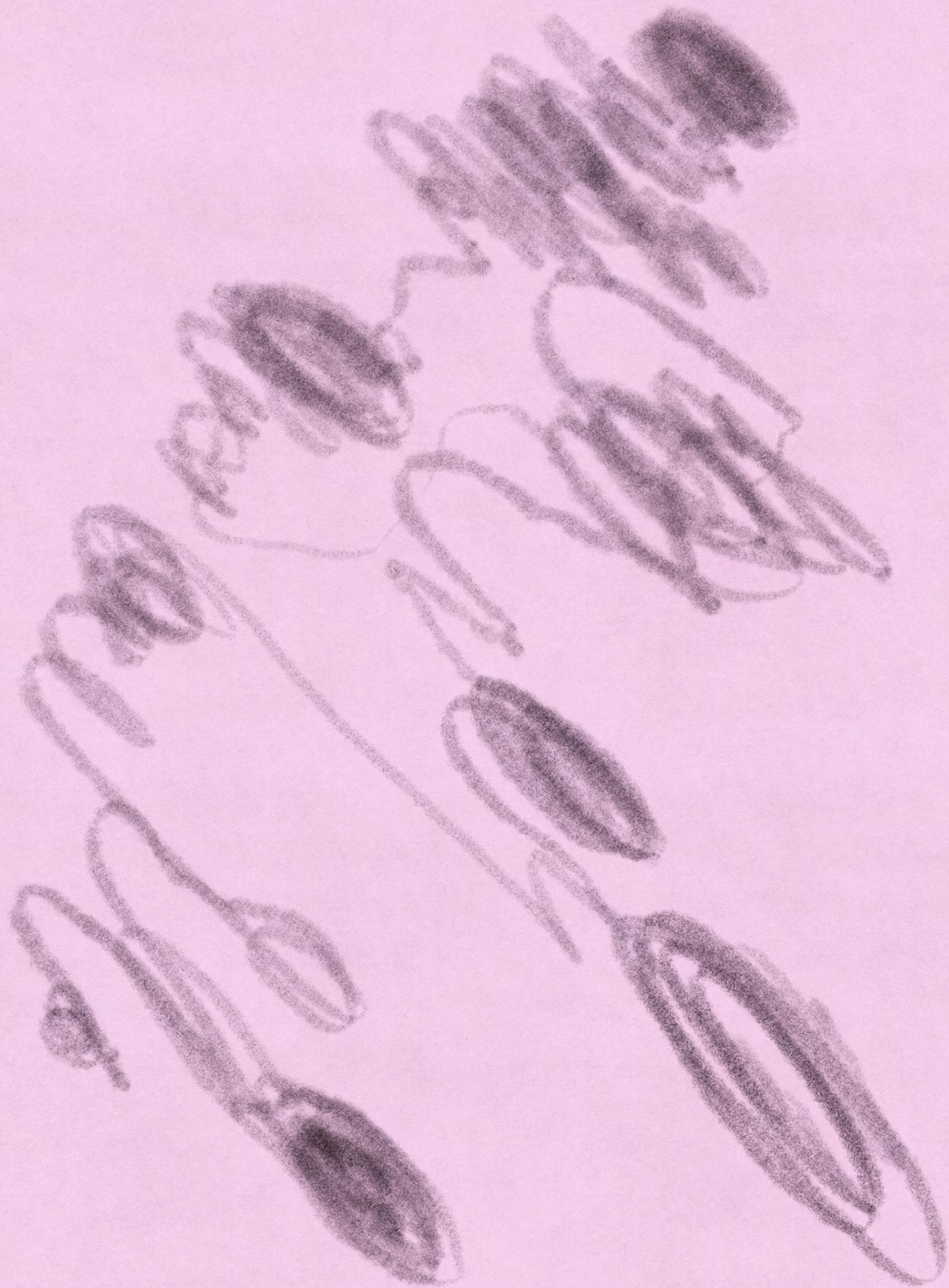
une édition où chaque flacon porte une broderie d'or conçue à la main. Le champagne s'est fait écrin pour l'art, tandis que l'aiguille a trouvé une nouvelle toile dans le verre. Cette rencontre a propulsé Perrier-Jouët vers les sommets de l'ultra-luxe, tout en permettant à Atelier Montex de prouver que son savoir-faire pouvait transcender les étoffes.

Toujours dans l'art de vivre, Arket et Bordallo Pinheiro signent une rencontre inattendue entre minimalisme scandinave et fantaisie portugaise. Leur collaboration donne naissance à une collection joyeuse d'art de la table où les codes nordiques épurés se parent de la poésie céramique lusitanienne. Le céramiste portugais, qui façonne poissons et feuillages depuis 1884, insuffle son caractère vitaminé dans l'univers

épuré de la marque nordique. Chaque assiette, modelée à la main dans les ateliers portugais selon des techniques ancestrales, raconte une histoire de maîtrise. Les glaçures appliquées au pinceau révèlent des nuances impossibles à reproduire industriellement. Une collection surprenante qui prouve qu'authenticité et modernité peuvent dialoguer sans compromis.

L'impact de ces collaborations modifie profondément l'écosystème de la création haut de gamme. Ces unions stratégiques entre grandes maisons et talents artisanaux opèrent une transformation multidimensionnelle : elles rajeunissent l'image des marques historiques tout en attirant une clientèle plus jeune, assurent la transmission et la valorisation de savoir-faire ancestraux menacés, et catalysent l'innovation

en fusionnant traditions séculaires et vision contemporaine. Ces partenariats répondent également aux nouvelles exigences éthiques et environnementales en intégrant une dimension de durabilité qui résonne avec les préoccupations actuelles des consommateurs. Plus subtilement, certaines collaborations, notamment avec des enseignes accessibles, redessinent la géographie du luxe en le démocratisant partiellement. Elles créent une nouvelle strate intermédiaire entre masse et exclusivité qui réinvente les codes d'un secteur longtemps figé dans ses certitudes élitistes.



# LA BRODERIE COMME LANGAGE CRÉATIF



*Credit Maxime Verret*

## ENTRETIEN AVEC SARAH ESPEUTE

*Designer et artiste, Sarah Espeute fait du point arrière sa signature. Entre création textile, transmission et vision durable de l'artisanat, elle nous dévoile sa démarche singulière, particulièrement sensible.*

### Comment vous êtes-vous formée à l'art de la broderie ?

On m'a appris la broderie quand j'étais enfant, lors d'ateliers à l'école primaire. J'ai tout de suite aimé et j'ai continué à en faire pendant un moment. Puis ça m'est passé, et ce n'est revenu que bien plus tard, une fois adulte, quand j'ai voulu créer des objets textiles de mes propres mains. Naturellement, j'ai commencé à les illustrer avec mes dessins en broderie.

Je n'ai appris que deux points : le point de croix et le point arrière. C'est ce dernier que j'ai choisi et que j'utilise toujours pour retranscrire mes dessins. Pourtant, je ne me considère pas vraiment comme une brodeuse. Je n'ai pas fait d'études dans ce domaine, et surtout, je ne le pratique pas quotidiennement. Aujourd'hui, ce sont des personnes que j'ai formées qui brodent à l'atelier. Elles sont, comme moi, autodidactes et ont affiné leur technique avec le temps.

Pour moi, la broderie est avant tout un moyen d'expression, une façon de donner vie à mes idées de design. Je me la suis appropriée de manière assez libre, sans vraiment suivre les règles de l'art. D'ailleurs, le point arrière est normalement plus utilisé en couture qu'en broderie, mais c'est justement ça qui me plaît.

### Comment s'orchestre votre processus créatif ?

J'ai des idées qui surgissent spontanément, très clairement, et d'autres qui mettent plus de temps à se préciser. En général, je ne les force pas, elles finissent par prendre forme d'elles-mêmes. Quand une idée devient plus concrète, je la dessine, et souvent, je garde cette première version telle quelle, car c'est l'idée à l'état pur.

Ensuite, avec les personnes de mon atelier, je la développe, on fait des prototypes jusqu'à ce que le résultat me plaise. Pouvoir créer de cette manière, c'est exactement ce dont j'ai

toujours rêvé : concevoir à plusieurs mains, enrichir l'idée de départ et aller encore plus loin dans la création.

### Faites-vous appel à une technique particulière ou en avez-vous développé une ?

Je n'ai pas de technique fixe, chaque projet est justement l'occasion d'en explorer de nouvelles. La broderie est devenue une signature, certes, mais je ne veux pas être définie uniquement par cela.

En tant que designer et artiste, j'aime que ma sensibilité s'exprime de différentes manières, tout en gardant une identité cohérente, un univers qui m'est propre.

### Votre savoir-faire se croise-t-il avec d'autres ?

Nous mélangeons plusieurs techniques pour sublimer nos tissus anciens, comme le tissage, le patchwork avec les chutes, ou encore la teinture naturelle, réalisée par l'atelier Couleur Garance dans le Luberon.

Mais j'aime aussi imaginer des objets qui intègrent d'autres matériaux, comme le bois, le métal, la céramique ou le verre.

### Comment transmettez-vous votre savoir-faire ?

Il m'arrive de donner des ateliers de broderie quand j'en ai le temps, et ce sont toujours de beaux moments de partage. Les participants sont heureux de créer quelque chose de leurs propres mains et repartent avec un vrai sentiment d'accomplissement.

### Selon vous, qui sont les publics sensibles à cette thématique ?

J'imagine que ce sont des personnes ayant déjà une éthique de consommation, qui privilégient une production locale et raisonnée. Elles apprécient la qualité, les objets bien faits, et ont une sensibilité pour l'art, le design, le savoir-faire et l'humain derrière chaque création.



**Confirmez-vous un retour en force du savoir-faire aujourd'hui ?**

Il y a un retour au geste, à la lenteur et à la durabilité, mais paradoxalement, une course à l'innovation et à la technologie continue de s'accélérer. Quoi qu'il en soit, j'ai le sentiment que de nombreux jeunes entrepreneurs et designers cherchent à bien faire les choses, en repensant leur manière de produire pour minimiser leur impact sur l'environnement. Et ça, c'est une vraie bonne nouvelle.

**En quoi l'artisanat et ses valeurs s'inscrivent-ils dans l'air du temps ?**

Produire à une échelle humaine est devenu essentiel, car on prend conscience des dégâts que les grandes industries causent sur l'environnement. L'artisanat permet de produire de manière plus raisonnée, certes à un coût plus élevé, mais il redonne la vraie valeur des choses.

Il est un véritable levier d'avenir, et j'espère sincèrement que les consommateurs y accorderont plus d'importance, afin de soutenir et faire vivre ceux qui le pratiquent.



# SAVOIR-FAIRE EN LUMIÈRE *LES NOUVEAUX CANAUX*

## TIKTOK, INSTAGRAM ET LA FASCINATION DU GESTE

*L'artisanat fait sa mue digitale. Les réseaux sociaux, TikTok et Instagram en particulier, replacent le geste sur le devant de la scène, à travers des formats visuels courts et bien pensés.*

Cette démarche, Valentino la retranscrit dans sa capsule **Mastery Tales**, tandis qu'Alaïa présente **The Hands of Alaïa**. Filmées à la manière d'un documentaire, ces séries célèbrent le travail manuel et le processus créatif derrière leurs pièces. Côté joaillerie, la Maison Chopard propose, quant à elle, une rencontre directe et authentique avec ceux qui façonnent les bijoux et montres dans la série **Meet our artisans**. Ces vidéos plongent dans le monde exclusif de l'atelier, renforçant l'authenticité et les valeurs des marques tout en engageant une audience plus jeune grâce à des formats nouveaux et interactifs.

Avec sa série **Haut la Main**, le média MAD, illustre également cette tendance en mettant en scène le savoir-faire artisanal à travers des portraits de créateurs traités de manière immersive. A sa manière, la série **Good Job** de Konbini décortique à travers des interviews rythmées des métiers méconnus avec quelques focus spéciaux sur l'artisanat.

La récente collaboration entre Brut et Louis Vuitton prend la même vague. «24h au sein d'un atelier» plonge le spectateur dans une immersion totale, où chaque geste, chaque hésitation d'un artisan raconte une histoire plus authentique que n'importe quelle campagne.

De plus en plus nombreuses, ces initiatives prouvent que les réseaux sociaux sont des outils narratifs puissants pour mettre un visage sur une création, transmettre l'histoire, et la maîtrise technique.

### PLAYLIST LES MEILLEURES SÉRIES VIDÉOS

#### À (re)garder

##### **We are all artisans d'Hermès:**

des portraits courts et humains des hommes et femmes derrière les objets de la Maison.

##### **Mastery tales de Valentino:**

la création d'une pièce en accéléré.

##### **The hands of Alaïa d'Alaïa:**

un mouvement de main rapide et précis, juste pour la beauté du geste.

##### **The Story behind Me de LVMH:**

différents talents témoignent de leurs expertises autour de la création d'une pièce.

##### **Plongée dans les ateliers de Marine Serre**

un traitement brut, façon caméra embarquée.

##### **Haut la main du média MAD**

un rendez-vous régulier avec créateurs et artisans qui se livrent sur leurs parcours et inspirations.

##### **Made in England de John Lobb:**

des pastilles façon collage pensées comme des court-métrages.

# AU PLUS PRÈS

## EN IMMERSION

Au-delà des réseaux sociaux, certaines maisons poussent la valorisation un cran plus loin, en créant des plateformes numériques dédiées. Van Cleef & Arpels, par exemple, a créé une expérience immersive autour de sa collection **L'Île au Trésor**. Inspirée du roman de Stevenson, cette initiative mixe habilement storytelling littéraire et savoir-faire joaillier. Un espace interactif qui transforme chaque pièce en une œuvre d'art narrative. Mise en scène à travers trois chapitres, cette collection sublime les éléments marins, naturels et culturels à travers des designs sophistiqués et des techniques artisanales comme le serti mystérieux.

Plus anecdotique mais tout aussi remarquable, la matière authentique de Marine Serre révèle toute l'histoire des matières utilisées à l'atelier d'Aubervilliers. Du jacquard au mesh en passant par le denim, chacune de leurs techniques et leurs origines y est exposée en toute transparence.

# *du savoir-faire*

## LE CONCEPT DE LA BOUTIQUE- ATELIER

L'atelier s'invite en boutique. Certaines marques y intègrent un espace dédié dans la scénographie ou dans l'offre proposée. Paraboot illustre cette approche avec ses démonstrations artisanales. Accrochées mur, ses fresques maquettées retracent les différentes étapes de fabrication de la fameuse chaussure Mickaël et mettent en lumière son savoir-faire centenaire. Cette stratégie immersive permet aux visiteurs d'observer le processus de fabrication tout en renforçant leur connexion avec la marque.

Dans cette même veine, Sessùn dédie un lieu à l'artisanat. En parallèle de ses boutiques de prêt-à-porter, **Sessùn Alma** est un espace de culture et d'art, de floraison créative, d'ode à l'artisanat et aux savoir-faire. Au fil de l'année, un cycle d'ateliers créatifs y est proposé avec un rendez-vous hebdomadaire autour d'une thématique pour échanger et créer autour de l'artisanat.

Dernièrement, Rouje rassemblait un collectif d'artistes et artisanes à venir s'exposer dans les boutiques de la marque : **les créatrices en Rouje**. Une exposition mêlant céramiques, broderies et toiles, autour de la couleur rouge. Encore une preuve du pouvoir fédérateur du savoir-faire.

## RENCONTRE AVEC LES ARTISANS

Évènement éphémère, les journées portes ouvertes, à l'image des **Journées Particulières** du groupe LVMH, invitent le grand public à pénétrer dans les ateliers. Ces temps forts incluent souvent des visites guidées, des démonstrations artisanales ou même des ateliers participatifs où les visiteurs peuvent mettre la main à la pâte. Une interaction directe entre artisans et consommateurs qui crée un lien authentique tout en mettant en valeur l'expertise technique de ces maisons.

Côté Suisse, la Maison Audemars-Piguet convie les visiteurs à parcourir son **Musée Atelier**. Installé sur le site fondateur, dans la Vallée de Jou, cet espace, mélange d'architecture contemporaine, de savoir-faire traditionnel et de scénographie visionnaire incarne l'esprit de sa manufacture.

Chez Chanel, le défilé croisière 2025-2026 au bord du lac de Côme a permis à la Maison de réaffirmer son attachement à la qualité. La veille du show, elle a fait visiter deux manufactures de la région, avec qui elle collabore étroitement. Au mois de mars, la Maison avait déjà entrepris de montrer les coulisses de sa production en ouvrant les portes de ses ateliers de Verneuil-en-Halatte (Oise) où sont fabriqués les modèles cultes 2.55 et 11.12.

Début avril, pendant les Journées Européennes du Savoir-Faire se déroulait l'évènement **Entrez en matières**. Organisé au musée d'Orsay, porté par les écoles du Campus Mode et le Comité Colbert, il a proposé une immersion unique dans l'univers des métiers d'art. Son parcours a rassemblé le meilleur de l'artisanat français autour de démonstrations en temps réel. Parmi les maisons invitées, Baccarat, Christofle, Hermès ou encore Chanel Le 19 M, avec chacune un savoir-faire à défendre. Les visiteurs ont pu observer le travail minutieux des artisans du bois, de la céramique, du textile et du cuir. Cette manifestation a été l'occasion de célébrer la transmission des traditions tout en répondant aux défis contemporains de renouvellement des générations. Du 2 au 5 octobre au Grand Palais, **Les De(ux) mains du luxe**, évènement organisé par le Comité Colbert, rassemble 30 maisons, avec comme ambition ultime : faire découvrir les métiers de la main et du geste aux plus jeunes.

## DÉLICATES EXPOSITIONS

P.25

Organisées dans des lieux culturels, les expositions immersives sont un moyen puissant de faire rayonner le savoir-faire. Ainsi, nombreuses sont les Maisons à faire vivre leur expertise de cette manière.

Régulière dans l'exercice, l'École des Arts Joailliers de Van Cleef & Arpels a dévoilé ce printemps l'exposition **"Paris, capitale de la perle"** : un parcours historique et artistique au cœur de ce trésor de la nature. En 2025, Dolce & Gabbana a poursuivi cette tradition avec son exposition **"Du cœur à la main"** au Grand Palais. À travers dix salles immersives présentant 220 créations haute couture, la Maison italienne a mis en lumière son processus créatif et son héritage artisanal. La présence de couturières sur place a renforcé l'expérience immersive tout en célébrant le concept du « fait à la main ».

Ce printemps, à Tokyo, l'exposition **"Crafted World"** de Loewe a transcendé le simple évènement culturel pour devenir une véritable ode de l'artisanat. Dans les 1 300 m<sup>2</sup> au cœur du quartier Harajuku, le parcours sensoriel a invité les visiteurs à voyager à travers près de deux siècles d'histoire tactile. Entre «The Studio» où s'exposent les secrets de création et «The Garden» où la nature dialogue avec la main de l'homme, l'exposition a dévoilé comment Loewe s'est métamorphosée, passant de simple maroquinier madrilène à maison mondiale. Les collaborations avec Studio Ghibli et Suna Fujita ont insufflé une dimension contemporaine à cet héritage, tandis que les installations sensorielles ont rendu palpable l'invisible. Le Japon, terre d'accueil de cette exposition, n'a pas été choisi au hasard. En effet, Loewe y cultive depuis longtemps des liens profonds, notamment à travers sa Fondation qui soutient activement les artisans locaux. Entre transmission, innovation et hybridation, Crafted World a illustré comment le savoir-faire pouvait devenir un terrain d'exploration infinie.

Dans la même veine, Gucci a dévoilé en avril, à Shanghai, son exposition **"Gucci Bamboo : Decoding an Icon"**. Un évènement, hommage au savoir-faire et à la création de son bambou signature.

Ces formats immersifs démontrent que les Maisons de luxe ne se contentent plus de vendre des produits ; elles créent des expériences mémorables qui célèbrent leur savoir-faire tout en engageant leurs audiences sur différents canaux.



# OBJETS ÉDITORIAUX

À LA PAGE DU SAVOIR-FAIRE

*Quand tout se digitalise, l'édition promet une place toute spéciale au savoir-faire. Ainsi, les maisons les plus prestigieuses redécouvrent l'intemporalité et la matérialité du papier. Cette contre-révolution du tangible témoigne d'une intuition juste : certaines histoires méritent d'être racontées avec la patience et la profondeur que seule l'édition traditionnelle peut offrir.*

La récente publication «René Lalique, inventeur de la joaillerie» reflète cette tendance. Loin d'être un simple catalogue, cet ouvrage qui accompagne l'exposition au Musée Lalique plonge le lecteur dans la révolution silencieuse opérée par ce visionnaire pendant la période de l'Art Nouveau. On y découvre comment Lalique a bouleversé les codes de la joaillerie, privilégiant l'inventivité et la technicité à la valeur marchande des matériaux. Entre ses pages, le savoir-faire devient récit, patrimoine et héritage culturel.

Nouvelle figure de l'artisanat, Emma Bruschi poursuit une démarche similaire, avec une touche contemporaine. La lauréate du Prix 19M des Métiers d'art de Chanel utilise le livre comme laboratoire d'idées. Son livre «Savoir & Faire : Objets et gestes d'autrefois» explore les frontières poreuses entre mode, design, artisanat et agriculture. À travers ces pages, on comprend comment des techniques ancestrales peuvent dialoguer avec notre époque sans s'y dissoudre. Le papier devient ici le témoin privilégié d'une exploration créative qui transcende les catégories.

Ces ouvrages d'exception trouvent leur écho dans des revues spécialisées. Des titres comme «**Beau**», «**Geste/s**» ou le tout nouveau «**Savoir-faire**» offrent une chronique vivante de l'artisanat. Loin des magazines de mode traditionnels, ces publications cultivent la lenteur et la profondeur. Elles documentent minutieusement les innovations techniques, les défis matériels et les questionnements philosophiques qui animent les artisans d'aujourd'hui. Leur périodicité crée un rendez-vous régulier avec un public de connaisseurs, qui nourrit un dialogue continu autour du savoir-faire.

Cette renaissance éditoriale révèle une stratégie subtile. Dans un monde saturé d'images éphémères, le livre ou le magazine devient un signal de distinction. Sa matérialité même suggère une valeur durable, un investissement dans le temps long – précisément ce que les marques de luxe cherchent à incarner. Ces objets éditoriaux créent autour des savoir-faire un écosystème narratif qui nourrit l'imaginaire bien au-delà de l'objet lui-même.



## LISTE DE LECTURE LES INDISPENSABLES DE LA BIBLIOTHÈQUE DU SAVOIR-FAIRE.

### N°5: Anatomie d'un mythe

Pauline Dreyfus. Editions La Martinière.

### Alaïa/ Grès, Beyond Fashion,

Carla Sozanni et Olivier Saillard. Editions Rizzoli.

### Dolce Gabana : du Coeur à la main,

Franco Cologni, Florence Müller, Alberto Rocca. Editions Rizzoli.

### Roger Vivier,

Elizabeth Semmelhack, Editions Rizzoli.

### Cartier, la montre Tank,

Franco Cologni, Editions Flammarion.

### L'Esprit Chaumet

Gabrielle de Montmorin, Editions Thames & Hudson.

# VOIR ET ÉCOUTER

## *Nouveaux récits d'artisanat*

*Dans l'intimité des podcasts et l'immersivité des documentaires, l'artisanat trouve une nouvelle voix, plus profonde, plus personnelle. Ces formats numériques deviennent les nouveaux confidents d'histoires parfois ancestrales.*

C'est précisément ce qui a poussé Chanel à lancer **«Le 19M»**, son podcast qui donne la parole aux multiples acteurs de son écosystème créatif. Designers, artistes, couturiers, historiens et artisans s'y succèdent, guidant l'auditeur dans les coulisses de la Galerie du 19M. On y découvre les secrets de fabrication, la philosophie derrière le geste, la poésie cachée dans la technique. La voix brute, dépouillée de l'image, crée une proximité unique.

Écho à son magazine, le podcast **le Monde d'Hermès** convie différentes personnalités de la Maison. Leurs récits profondément personnels et humains dévoilent chacun des savoir-faire portés par la Maison.

D'autres maisons et créateurs indépendants suivent cette même voie. **«De l'or dans les mains»**, **«Histoires d'artisans»**, **«Luxe et artisanat»**, autant de séries qui explorent les méandres de la création manuelle. Le temps long du podcast permet de déplier chaque étape d'un savoir-faire, d'en explorer

les subtilités techniques, mais aussi d'entendre la respiration de l'artisan, son rire, ses hésitations. L'auditeur y gagne une compréhension intime impossible à transmettre dans une simple image.

Pour ceux qui préfèrent contempler plutôt qu'écouter, les documentaires offrent une immersion visuelle tout aussi riche. **«Les Mains d'Hermès»** nous fait franchir le seuil habituellement interdit des ateliers de la maison. La caméra s'attarde sur des gestes d'une précision millimétrique, révèle l'absolue concentration des artisans et capte le frémissement du cuir sous l'aiguille. Même démarche chez Petit Bateau, dont le documentaire éclaire l'ancrage historique à Troyes et célèbre l'excellence textile française.

Ces nouvelles narrations audiovisuelles créent un cercle vertueux. Elles préservent la mémoire de techniques menacées tout en les rendant désirables aux yeux d'un public toujours plus large.

# DE LA MAIN A L'OBJET

ENTRETIEN AVEC  
STEFANIA DI PETRILLO



Crédit Christophe Urbain

*Designer, créatrice et chroniqueuse pour le M, le magazine du Monde, Stefania di Petrillo est tout cela à la fois. Dans cette interview, elle nous confie comment l'observation des savoir-faire traditionnels nourrit sa démarche créative et pourquoi l'artisanat connaît aujourd'hui un renouveau majeur.*

## Quelle est la place du savoir-faire dans votre travail ?

Il est absolument central. Aujourd'hui, mon travail s'ancre profondément dans le savoir-faire, qu'il soit purement artisanal ou semi-industriel. Je fais très attention à la façon dont les objets sont fabriqués et mis en forme. Souvent, c'est même l'observation des savoir-faire qui déclenche mes idées. J'aime détourner légèrement un geste ancestral pour faire apparaître une nouvelle dimension dans un artisanat qui perdure parfois depuis des siècles.

## Le savoir-faire peut donc être le point de départ d'une création ?

Je dirais même que c'est presque souvent le point de départ. La collection Torsade que j'ai créée pour Saint-Louis en est un exemple parfait. Pendant des siècles, la cristallerie a fabriqué des branches de lustres transparentes et torsadées qui reliaient le corps central aux bougies. Plus tard, ces branches ont été rendues creuses pour faire passer le fil électrique. Il fallait peut-être un regard neuf sur ce savoir-faire pour réaliser que, la lumière étant aujourd'hui filaire et composée d'un rebond de LED, on pouvait enfilement directement la lumière dans ces tubes de cristal. Par ailleurs, les artisans se sont défiés eux-mêmes en torsadant ces tubes encore malléables pour créer une boucle – ce qu'ils n'avaient jamais fait auparavant !

Ce projet ne serait jamais né d'une feuille blanche. Il n'aurait jamais existé si quelqu'un m'avait simplement demandé de dessiner une collection de lustres. Il est vraiment venu de ma visite à la manufacture, de l'observation d'un morceau de lustre récupéré dans les rebuts, de la découverte qu'il était creux et que la lumière s'y diffractait admirablement. L'observation est fondamentale dans ma vision créative.

## Comment se passe la collaboration avec les artisans ?

C'est un véritable dialogue. Je les observe travailler, je leur demande s'ils peuvent faire ceci plutôt que cela, ou modifier leur geste pendant qu'ils sont en train de le réaliser. Je ne pense pas que tous les créateurs fonctionnent ainsi, mais pour moi, c'est essentiel. Un léger changement dans le geste peut ouvrir de nouvelles pistes créatives inattendues.

## Chez Petit H d'Hermès, vous travaillez à partir de chutes de matières. Comment cela influence-t-il votre approche ?

Chez Petit H, c'est effectivement la matière qui impulse le processus, mais le dialogue avec les artisans reste crucial. Ce sont des personnes qui possèdent vraiment cette intelligence de la main qui peuvent rendre réalisables nos idées les plus folles.

La contrainte technique devient alors un stimulant, tant pour le designer que pour l'artisan. On tient à une idée, on sait que c'est la bonne, et ensemble on trouve une solution pour la concrétiser. C'est souvent par des astuces artisanales que la création prend forme – l'artisan crée véritablement avec le designer.

Prenez l'exemple des sacs fabriqués à partir de cravates. On voit immédiatement ce qu'on a récupéré et comment on l'a détourné sans trop le transformer. Pourtant, une transformation a bien eu lieu : on a légèrement décousu la cravate pour y insérer une sangle qui la rend solide. C'est un bon exemple de cette collaboration entre designer et artisan pour la mise au point d'un projet.

## Y a-t-il un savoir-faire qui vous émeut particulièrement ?

La richesse de mon métier, c'est justement de pouvoir côtoyer différents univers : les métaux, la soie, le cristal... Cette diversité m'amène vers des artisans, des matières et des personnes

très variés. Parfois, j'éprouve une petite frustration de ne pas maîtriser suffisamment une technique précise. Il m'arrive de regretter de ne pas avoir une matière de prédilection que je travaillerais mieux que les autres. Mes idées restent beaucoup dans ma tête. Sans les artisans, il ne se passerait pas grand-chose.

**Observez-vous un retour du savoir-faire aujourd'hui ?**

Oui, de manière évidente. Je suis italienne, arrivée à Paris comme étudiante il y a environ 25 ans. J'ai pu observer cette transformation sur toute cette période là. Un exemple simple mais révélateur : la qualité du pain. Quand je suis arrivée, j'achetais une baguette le matin qui devenait caoutchouteuse le soir. Aujourd'hui, la qualité s'est considérablement améliorée.

Ce phénomène correspond à l'émergence de petits artisans travaillant avec des farines locales, remplaçant les boulangeries qui s'approvisionnaient auprès de grands moulins

industriels. On observe une correspondance entre cela et tous ces petits artisans qui, depuis deux décennies, créent des produits plus locaux, plus éthiques et plus visibles.

**Qu'est-ce qui peut expliquer ce retour au savoir-faire manuel ?**

Probablement une réaction face à la dématérialisation. On pensait qu'à un moment, un iPhone suffirait à tout. Mais on assiste au retour du stylo-plume, de l'agenda papier...

Je crois qu'il y a aussi une prise de conscience éthique chez les individus. On voit bien que la richesse mondiale est de plus en plus concentrée entre les mains de quelques géants du numérique. Et ces empires contemporains sont bâtis sur des choses éphémères, contrairement aux empires d'autrefois comme Hermès ou Ferrari qui produisaient des objets tangibles : des sacs, des voitures, des montres.

Il y a une contrepartie à cela : les gens reviennent au concret, aux choses bien faites.

Ils prennent le temps de faire et d'observer la beauté inhérente à un objet simple mais bien conçu, qui dure. À l'inverse, les photos numériques, les emails ne sont pas faits pour durer. Tout support numérique a une forme d'obsolescence programmée.

**Pensez-vous à un exemple qui vous a particulièrement marquée ?**

Récemment, j'ai assisté à Naples à la restauration de fresques du XVe siècle dans un couvent bénédictin, un projet soutenu par Hermès. Les restaurateurs expliquaient qu'ils étaient simplement là pour faire perdurer un peu plus longtemps quelque chose vieux de mille ans. Ces fresques ne seront pas éternelles – tout est destiné à disparaître.

Leur travail consiste à prolonger, par leur savoir-faire, la beauté que quelqu'un a voulu nous transmettre au XVe siècle. Cela passe par des gestes très minutieux, précis et modestes : boucher des trous, remettre des pigments là où

il en manque... Je crois qu'il y a quelque chose qui nous émeut profondément aujourd'hui dans l'acte de faire avec les mains.

**Sentez-vous un intérêt des jeunes pour ces métiers ?**

Oui, je vois des gens qui ont fait des études de commerce ou de sciences politiques se reconverter pour devenir boulangers ou vignerons. Un restaurateur me racontait récemment à quel point le travail manuel lui manquait. Après avoir développé son entreprise, il se retrouve à gérer des équipes plutôt que d'être lui-même sur le terrain. Il évoquait avec nostalgie cette satisfaction profonde de savoir qu'une partie de fresque, qu'il avait lui-même restaurée et mise en valeur, le rendait heureux en rentrant chez lui le soir. Il y a dans le geste artisanal une forme d'accomplissement personnel irremplaçable.



# LE SAVOIR-FAIRE, ARGUMENT DE RECRUTEMENT

## SOUTENIR PAR DES CAMPAGNES

Constat alarmant : le secteur du luxe fait face à un manque cruel de talents. En France, un quart des artisans ont plus de 55 ans, ce qui signifie que 25 % de la main-d'œuvre devra être remplacée dans les dix prochaines années. Une situation exacerbée par le temps nécessaire à la formation : certains métiers exigent jusqu'à sept ans d'apprentissage avant que les profils soient pleinement opérationnels.

## LA TOURNÉE LVMH "YOU & ME": UNE VITRINE DES MÉTIERS D'EXCELLENCE

En réponse à cette pénurie, LVMH a lancé la tournée «**You & ME**», une initiative de recrutement itinérante qui met en lumière ses métiers d'excellence. En 2025, cette campagne a proposé 4 500 opportunités d'emploi en France, dont 1 000 en alternance et stages, et 2 500 en contrats fixes ou à durée déterminée. À travers des ateliers interactifs, les visiteurs découvrent les gestes précis des artisans, comme le patinage des chaussures chez Berluti ou la décoration des flacons chez Guerlain.

Lors de son édition 2023 entre la France et l'Italie, le groupe avait réussi à attirer près de 7 000 visiteurs et avait permis de pourvoir plus de 3 500 postes dans divers domaines comme le design, l'artisanat et le service client. Un succès qui repose sur une approche immersive combinant démonstrations pratiques et technologies innovantes comme la réalité virtuelle pour simuler le quotidien des artisans.



Cheik, Modeliste  
chez Dior

MAROQUINIER, SOMMELIER, CUISINIER, STYLISTE, MALLETIER, CONSEILLER DE VENTE

TOURNÉE YOU&ME - FÉVRIER MARS 2023

# RENCONTRE TON MÉTIER D'EXCELLENCE

À PARIS, REIMS, ORLÉANS, CLICHY-SOUS-BOIS ET LYON  
+ 280 métiers à découvrir  
+ 3500 postes et formations à pourvoir

Inscris-toi



MÉTIER  
D'EXCELLENCE



75070417 R.C.S Paris - 22 Avenue Montaigne - 75008 Paris

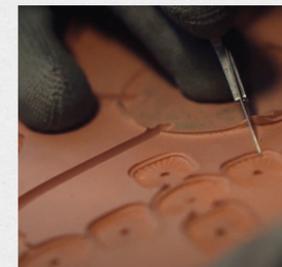


## LA CAMPAGNE "SAVOIR POUR FAIRE" : PROMOUVOIR LES MÉTIERS ARTISANAUX

Depuis 2019, la campagne «**Savoir pour Faire**» vise à sensibiliser le grand public aux métiers artisanaux et à attirer de nouveaux talents. Portée par le Comité Stratégique de Filière Mode & Luxe et soutenue par OPCO 2, cette initiative sensibilise à l'importance économique et culturelle du secteur. Avec plus de 234 000 entreprises représentant 500 000 professionnels en France, le savoir-faire artisanal représente un pilier clé de l'économie nationale.

## LES ARTISANS COMME AMBASSADEURS INTERNES

De leur côté, les **Journées Particulières** de LVMH illustrent une autre stratégie efficace : mobiliser les artisans comme ambassadeurs. Depuis leur lancement en 2011, ces journées permettent au public de visiter les ateliers historiques des maisons du groupe et d'interagir directement avec les artisans. Ce format renforce non seulement l'image des Maisons mais inspire également une nouvelle génération à rejoindre ces métiers.



## **7 CHIFFRES QUI RÉSONNENT**

**1 million d'emplois directs et indirects** dans le secteur du luxe en France.

**20 000 postes manuels** à pourvoir dans les ateliers du luxe.

**85% des articles Hermès** fabriqués sur le territoire français.

**154 milliards d'euros de chiffre d'affaires** pour la filière mode et luxe française.

**25% des ventes mondiales du luxe** réalisées par des entreprises françaises.

**270 000 personnes nécessaires** dans l'industrie du luxe d'ici 2028.

**71% des Français** ont fait leurs derniers achats de luxe sans en avoir réellement besoin.

# A l'école DES SAVOIR-FAIRE

*Face à la nécessité de préserver leur savoir-faire, plusieurs maisons ont créé leurs propres écoles. Un cursus dédié pour transmettre des gestes et des connaissances uniques.*

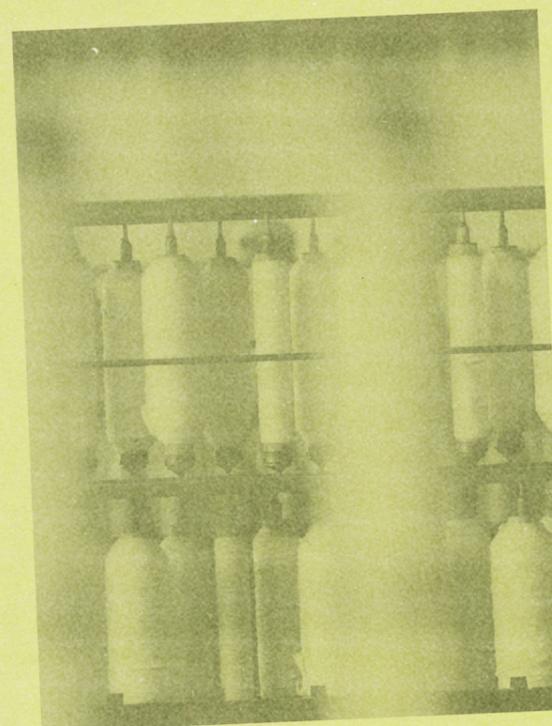
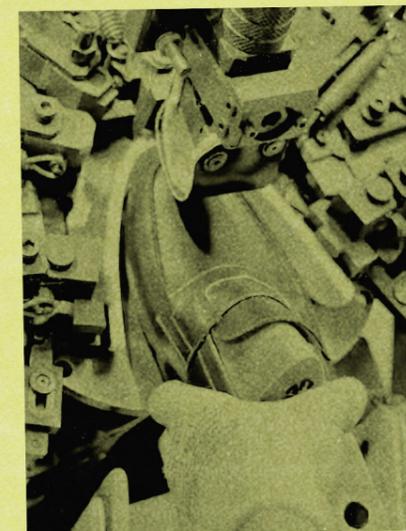
Pionnier en la matière, Van Cleef & Arpels a fondé en 2012 **L'École des Arts Joailliers** pour partager l'art de la joaillerie avec le grand public via des cours pratiques et théoriques. L'équipe enseignante est composée de 60 professeurs : joailliers, historiens du bijou, lapidaires, gemmologues, experts en laque japonaise ou en émail grand feu. Si chacun intervient dans son domaine d'expertise, tous veillent à transmettre leurs connaissances par l'expérimentation et le dialogue.

Créé en 2014, **l'Institut des Métiers d'Excellence** de LVMH est le premier programme de formation en alternance dans le luxe qui propose des formations dans les métiers de la création, l'artisanat et l'expérience client.. Hermès, quant à lui, a établi son **Centre de Formation des Apprentis (CFA)** pour former une nouvelle génération d'artisans tout en favorisant l'inclusion et la diversité. Enfin,

Bottega Veneta a lancé **l'Accademia Labor et Ingenium** en Italie en 2023 pour transmettre ses techniques emblématiques aux futurs artisans.

À Bordeaux, **la Philomatique**, institution datant du XIX<sup>ème</sup> siècle, propose des programmes axés sur l'apprentissage manuel et le mentorat. Au-delà de la formation technique, ses initiatives cultivent aussi un esprit communautaire qui attire les jeunes talents vers ces métiers souvent méconnus.

De son côté, **le Bureau Design Mode Métiers d'Art (BDMMA)** joue un rôle fondamental dans la promotion des métiers artisanaux grâce à ses partenariats éducatifs. Ses programmes multisectoriels couvrent divers domaines tels que la maroquinerie, la joaillerie ou encore l'horlogerie, et offrent une immersion complète dans les meilleures pratiques entrepreneuriales du secteur.



# Revue **PRISE!**

Au fil de nos pages, l'évidence se manifeste : l'artisanat a bien le vent en poupe. Des artisans sous les projecteurs, des ateliers vivants, un grand public de plus en plus sensibilisé à ces sujets : les signaux sont au vert.

En parallèle, les métiers d'art apprennent chaque jour à côtoyer les grands enjeux de notre époque - la technologie et l'IA. Cette dernière réinvente les codes du luxe, notamment dans la mise en valeur du savoir-faire. Selon une étude du Comité Colbert et de Bain & Company, l'IA est désormais intégrée à de nombreuses étapes, allant de la personnalisation des expériences client à l'optimisation des processus créatifs. Elle ouvre également de nouvelles perspectives pour raconter l'histoire des artisans et permet d'automatiser certaines tâches répétitives, libérant ainsi du temps pour que ces derniers se concentrent sur leur art.

Cependant, l'intégration de l'IA dans les fonctions créatives reste un sujet sensible. Si 70 % des Maisons interrogées sont encore réticentes à l'utiliser pour le développement produit, certaines explorent son potentiel pour accélérer les itérations de prototypes ou générer des idées innovantes. Même si les avancées technologiques à tout va ne peuvent rien contre des milliers d'années de travail à la main, cette tension entre innovation technologique et préservation de l'héritage artisanal pose un défi majeur. Un challenge rejoint par les difficultés de recrutement rencontrées par ce secteur et les nombreux efforts à faire sur le plan des parcours de l'éducation et de la formation. Néanmoins, rassurons-nous, ces contingents sont rejoints par de nombreuses reconversion de profils col blanc et des jeunes générations qui font aussi leur retour à l'atelier. Et, en sur-couche, comptons aussi sur les nombreux apôtres du savoir-faire, média, artisans, organisations, associations qui continuent à relayer la bonne parole. Alors, longue vie aux savoir-faire !



# CONTACT

**Pauline Ferrero**

*pauline@pourparlers.studio / 06 30 17 42 60*

**Martin Samson**

*martin@pourparlers.studio / 06 71 30 45 08*