



2. Au cours de la réunion d'accueil des conscrits, Alfred Kastler disait que l'*Homo sapiens* que nous étions tous censés représenter ne devait pas oublier d'être aussi un *Homo faber*.
3. Voir E. Siéfert, E. Reyssat, J. Bico et B. Roman, « Bio-inspired pneumatic shape-morphing elastomers », *Nature Materials*, 18, 2019, p. 24-28.
4. Le musée du Compagnonnage de Tours présente de nombreux « chefs-d'œuvre » des métiers de l'artisanat.

## LES PETITES MAINS DANS L'INDUSTRIE DE LA MODE ET DU LUXE

*Lucas Delattre (1985 l)*

Journaliste au *Monde* (1994-2001) et responsable du bureau de Paris du Conseil de l'Europe (2002-2005), il a été directeur de la communication et, depuis 2006, professeur permanent à l'Institut français de la mode.



© Kegham Djeghalian

« **A**voir de la main a toujours été la qualité première d'un tissu, qu'il ait la main légère comme la mousseline, ferme tel le piqué ou douce comme le velours... Impossible de penser tissu sans penser main », écrit Claude Fauque, historienne du textile<sup>1</sup>. Depuis au moins dix ans, les métiers de la main et du savoir-faire sont des valeurs devenues dominantes dans le discours des marques de mode et de luxe. La haute couture, une spécialité française qui se définit par des vêtements faits à la main et sur mesure, est un secteur toujours bien vivant, dont l'image est au cœur de la communication du prêt-à-porter de luxe, même s'il n'y a dans le monde que quelques centaines de clientes capables d'acheter des robes qui nécessitent entre 150 et 6 000 heures de travail, vendues entre 10 000 euros et 1 million d'euros l'unité.

Or la couture et une bonne partie du prêt-à-porter de luxe n'existeraient pas sans les « petites mains » que sont les coupeurs, les piqueurs, les prototypistes, les modélistes, les mécaniciens textile, les chefs d'atelier... sans oublier les « arpettes » (apprenties couturières), les chauffeurs, les manutentionnaires, les livreurs...

Depuis les années 1990, les maisons de luxe ont progressivement voulu se présenter comme des entreprises de création nourries de savoir-faire artisanal français ou italien. La maison Chanel a racheté des ateliers menacés de disparition comme Lesage (brodeur), Desrues (parures de haute couture), Lemarié (plumassier), Maison Michel (chapeaux), Massaro (chausseau), Goossens (bijoux) ou Guillet (fleurs artificielles), et les a réunis dans une structure qui se veut « un des centres névralgiques de la création parisienne » qui devrait prochainement s'installer dans un quartier général à la porte d'Aubervilliers. Un défilé dit « des métiers d'art » a lieu chaque année en décembre.



Hermès a installé ses ateliers de métiers d'art à Pantin et a produit un film en 2011 (réalisé par Frédéric Laffont et Isabelle Dupuy-Chavanat) mettant en avant toutes les petites mains qui collaborent au succès international de la marque, qui se présente comme « artisan contemporain depuis 1837 ». Sur le web, Hermès avait créé un site spécialement dédié à ses « mains ». Et il n'est pas rare que les dirigeants du secteur ou que les directeurs artistiques des grandes maisons rendent hommage à ces collaborateurs ou collaboratrices anonymes qui « ont un grand cœur, qui ne mangent pas de sushis et qui viennent en métro » (Alber Elbaz, au festival Vogue Paris, en novembre 2017) et sans lesquels rien ne pourrait se faire.

Un métier comme celui de « mécanicien(ne) » consiste à construire le vêtement en binôme avec les modélistes et à assembler le vêtement dessiné par le styliste, à monter le prototype à la machine, à effectuer les finitions à la main... Ces métiers sont de plus en plus importants, d'autant plus que les directeurs artistiques des grandes maisons ne sont plus aujourd'hui des « artisans » comme ont pu l'être les « grands anciens » tels Yves Saint Laurent, Cristobal Balenciaga, Azzedine Alaïa ou encore Karl Lagerfeld. Des personnalités comme Virgil Abloh (directeur artistique pour l'homme chez Louis Vuitton) ou Maria Grazia Chiuri (directrice artistique pour la femme chez Dior) sont des agenceurs d'images et de symboles, des communicants avant tout, qui n'ont pas été recrutés pour leur expertise technique du vêtement, mais pour leur capacité à comprendre l'évolution du marché et à créer des « codes » d'identification susceptibles d'entraîner des mouvements de mode massifs. Ce sont des créateurs d'images qui s'appuient sur des centaines de « petites mains » actives dans les studios, par exemple celui de Dior avenue Montaigne, celui de Chanel rue Cambon ou celui de Vuitton au Pont-Neuf.

Plus largement, les grandes marques et groupes de luxe disposent encore en France d'un tissu d'ateliers en propre ou de PME en sous-traitance, ces dernières portant le nom de « façonniers » (notamment en Normandie ou dans le Maine-et-Loire). Ce sont des ateliers qui se distinguent par des capacités exceptionnelles dans l'élaboration du vêtement, qu'il s'agisse de la technique dite du « tailleur » ou de celle du « flou ». Le secteur de la maroquinerie, qui représente souvent plus de la moitié du chiffre d'affaires des grandes marques de luxe, connaît un développement très fort, avec des ouvertures d'ateliers un peu partout en France chaque année, notamment chez Hermès (une quarantaine d'ateliers) ou LVMH (une vingtaine d'ateliers, essentiellement pour la marque Louis Vuitton). Quant au groupe Kering, il maintient par exemple une usine Yves Saint Laurent à Angers... Le mot « usine » est trompeur, car si cette production demeure en France, ce n'est pas pour la qualité des machines, mais pour la qualification des ouvriers.

C'est une évolution récente, qui fait suite à des années de déclin de l'artisanat de luxe en France : à Saint-Junien (Haute-Vienne/Limousin), on comptait encore, il y



a quelques dizaines d'années, plus de cent ateliers gantiers. Ils ne se comptent plus désormais que sur les doigts d'une main.

Mais la force du luxe, tel qu'il n'existe qu'en France ou en Italie, s'appuie sur une consommation mondiale qui ne tarit pas (notamment grâce aux consommateurs chinois). Et ces maisons peuvent recourir à un savoir-faire manuel d'exception toujours présent dans notre pays, et que la montée en puissance des technologies numériques ne vient pas contrarier, bien au contraire. Selon Bruno Barbier (qui a effectué une carrière de directeur technique et de responsable des ateliers dans les plus grandes maisons, dont Christian Lacroix, Yves Saint Laurent Rive Gauche, Agnès B, Sonia Rykiel, Balenciaga...) : « Le métier de mécanicien modèle (première main, mécanicien-tailleur) est un métier manuel en tension, les journées sont longues, il y a les défilés, mais sans ce poste l'atelier n'est rien. » Et pour Lyne Cohen-Solal (ancienne présidente de l'Institut national des métiers d'art) : « Les métiers de la main incarnent la force et la durée du temps, ce sont des atouts incomparables, non délocalisables, non périssables dans cette époque d'instantanéité et de mobilité constante. »

En 2021, un atelier de couture repose tout à la fois sur la maîtrise technique d'ouvriers très qualifiés et sur l'utilisation de logiciels sophistiqués, permettant de mieux piloter la production (prototypage, gestion des stocks, personnalisation de l'offre...). Pour Damien Bertrand (directeur général de la femme chez Christian Dior Couture), « La main et la machine peuvent très bien travailler ensemble, l'héritage, le savoir-faire et le digital sont complémentaires chez Dior. » (Institut français de la mode, 8 novembre 2018)

Une notion résume le rapprochement des deux approches : celle d'« artisanat du logiciel » (*software craftsmanship*), qui désigne la façon dont le codage informatique peut désormais être considéré, lui aussi, comme un métier de la main. « Les logiciels sont de l'artisanat. De plus en plus, qu'on le veuille ou non, le logiciel se place entre nous et nos clients. Il faut le construire avec le même soin que celui apporté à un sac en cuir », expliquait récemment Ian Rogers, ancien directeur des activités numériques chez LVMH, interviewé dans *Business of Fashion* au printemps 2018.

La progression constante de la demande mondiale pour les produits de luxe, à peine interrompue par la pandémie de Covid, entraîne un besoin de main-d'œuvre important : 10 000 postes de métiers manuels sont à pourvoir chaque année en France dans le secteur mode/luxe. Ces besoins font l'objet d'une campagne de sensibilisation : les entreprises françaises de l'habillement, de la haute couture, des arts de la table, de la maroquinerie, de la chaussure et de l'horlogerie ont lancé en 2019 un site d'information consacré aux formations aux métiers techniques et aux offres d'emploi à pourvoir ([www.savoirpourfaire.fr](http://www.savoirpourfaire.fr)). Les maisons de luxe françaises (Hermès,



Chanel, LVMH) ouvrent de nouvelles usines et de nouveaux ateliers chaque année en France. Mais il faut du temps pour former des personnels qualifiés : cinq à sept ans sont nécessaires pour devenir une « première main » dans un studio de couture.

Ce retour en grâce des métiers manuels est très notable, mais les choses se font lentement. Il est vrai que notre héritage est très ancien : depuis des siècles, les « arts libéraux » (pensée, discours, mathématiques) se sont distingués en Occident des « arts mécaniques » (artisanat, travail de la main...), et l'artiste a progressivement conquis ses lettres de noblesse aux dépens de l'artisan<sup>2</sup>.

« Sachant que l'image de la création (œuvre de l'esprit) est beaucoup plus valorisée que les métiers du savoir-faire (ou métiers de la main), on a beaucoup de mal à recruter », expliquait en 2018 Flory Brisset, qui dirige l'atelier de broderie Invenio Flory (Pré-Saint-Gervais), spécialisé dans un large éventail de spécialités : la broderie, l'ennoblissement textile, le plissage, l'impression numérique sur tissu, la teinture, la découpe, la gravure laser, l'impression 3D, la sérigraphie, la plumasserie, le design textile... En raison de salaires trop peu élevés, ce sont des métiers qui continuent à être dévalorisés, même si « on voit de plus en plus de candidatures spontanées de qualité, qui font le choix délibéré des métiers de la main, avec le désir de se rapprocher de la matière », comme l'expliquait Gilles Lapierre, directeur industriel de J. M. Weston, au Forum de la mode à Bercy, en novembre 2018.

### Notes

1. *Source* : revue *Mode de recherche*, Institut français de la mode, juin 2012.
2. Voir à ce propos l'ouvrage de S. Laurent, *Le Geste et la pensée. Artistes contre artisans, de l'Antiquité à nos jours* (CNRS Éditions, 2019).