

Métiers d'art et savoir-faire à la rencontre de l'hôtellerie

L'ennui naquit un jour de la standardisation... Tel pourrait être un résumé, un peu lapidaire, des évolutions qui ont agité et transformé les produits hôteliers depuis une dizaine d'années. Aujourd'hui, haro sur le hall d'accueil neutre et la chambre interchangeable : le client veut être surpris et séduit, il souhaite que chaque séjour soit une nouvelle expérience, et une rencontre avec une ville, un territoire.

Par **Jean-Michel Kozianski**, Dexteris et **Thierry Mailliez**, Manager, In Extenso Tourisme, Culture & Hôtellerie

Le secteur des métiers d'art en France, c'est plus de 200 métiers, dont l'exercice requiert l'acquisition d'un savoir-faire manuel hautement qualifié, le plus souvent séculaire. Certains de ces métiers sont connus de tous, puisque présents dans beaucoup de territoires ; d'autres sont au contraire exercés au sein de rares ateliers. Leur finalité est la production d'objets beaux, bien faits et porteurs de sens (ou leur restauration). Il existe trois grands ensembles de métiers d'art : les métiers de la création, qui permettent la conception et la réalisation d'objets originaux ; les métiers de la tradition, qui visent la réalisation, à partir de modèles et techniques hérités du passé, d'objets traditionnels ; les métiers de la restauration, qui s'appliquent au patrimoine immobilier ou mobilier.

Une liste officielle des métiers d'art¹ permet de circonscrire le secteur à 16 domaines : le métal, la céramique, le verre et le cristal, le textile, le cuir, l'architecture et les jardins, l'ameublement et la

décoration, le luminaire, la bijouterie-joaillerie-orfèvrerie-horlogerie, la tabletterie, la mode et les accessoires, le spectacle, le papier-graphisme-impression, les jeux-jouets-ouvrages mécaniques, la facture instrumentale, la restauration.

Selon une récente étude de l'Institut Supérieur des Métiers², il existe environ 70 000 entreprises métiers d'art en France, qui emploient 157 383 salariés. Il s'agit à 95% de TPE, présentes sur tout le territoire français, aussi bien en milieu urbain (à l'instar du Faubourg Saint-Antoine et du Viaduc des Arts à Paris) qu'en milieu rural, comme l'atteste la liste des communes labellisées Ville et Métiers d'Art³, où Brévilles (Charente, 466 habitants) et Pont-de-Montvers (Lozère, 613 habitants) côtoient des métropoles comme Montpellier et Strasbourg.

Depuis quelques années, on peut observer un fort intérêt des médias pour les métiers d'art et, plus

¹ <https://www.institut-metiersdart.org/metiers-art/ressources/la-liste>

² Métiers d'art – Chiffres clés, Institut Supérieurs des Métiers, mars 2019

³ <https://www.vma.asso.fr/>



La Maison sur la Sorgue (Esprit de France), L'Île-sur-la-Sorgue - Le concept store

encore, une évolution favorable des comportements des consommateurs, attirés par un secteur qui porte en lui des valeurs et des caractéristiques en totale adéquation avec le « consommer moins mais mieux ».

Diverses tendances sociétales sont indubitablement favorables aux métiers d'art : l'ancrage territorial, le bien-être, la co-conception, l'éco-conception, le do-it-yourself, l'événementiel, l'expérientiel, la personnalisation... En particulier, la génération Y - motrice de la profonde transformation des habitudes d'achat - est sensible à l'expérience client, à la personnalisation et elle est en quête de lieux de vente où elle peut faire autre chose qu'acheter. Les métiers d'art sont, par nature, aptes à répondre à l'ensemble de ces aspirations. Idem pour les attentes d'écologie, de bien-être (plus de qualité et de proximité, circuits

courts...), de « made in France » et bien sûr de « made in local ». Mais alors qu'évolutions sociétales et nouveaux comportements d'achat paraissent favorables aux métiers d'art, beaucoup d'ateliers réalisent un faible - voire très faible - chiffre d'affaires. L'explication est structurelle et liée aux caractéristiques même du secteur : atomisation, insuffisante visibilité, absence de réseaux de commercialisation structurés. Mais aussi : difficulté des professionnels/TPE à concilier toutes les dimensions de leur activité (conception, production, promotion, commercialisation et administration) et insuffisante demande (due à une méconnaissance des métiers d'art par les consommateurs et à une incompréhension du prix élevé de leurs productions).

Mais les lignes bougent et le milieu des métiers d'art est en pleine mutation.

On assiste en particulier à un profond renouvellement des profils (la grande majorité des professionnels les plus récemment installés est venue aux métiers d'art dans le cadre d'un projet de reconversion) ; ce qui se traduit par une ouverture à l'égard de l'innovation, la coopération, la mutualisation et par la recherche de nouveaux positionnements, marchés, opportunités et modèles économiques, dans une certaine proximité territoriale le plus souvent.

Il convient donc d'en finir une bonne fois pour toutes avec l'image poussiéreuse et réductrice que l'on a encore trop souvent du secteur. Non,

les métiers d'art, ce ne sont pas que ces petits objets déco et ces bijoux fantaisie achetés sur un coup de cœur, l'été, à l'occasion d'un « marché d'artisanat d'art » ou de la découverte d'une « échoppe » dans les ruelles de Pézenas



Château de Saulon (Côte d'Or) - © Gaspard Hermach / Rinck

ou de La Gacilly ! Oui, les métiers d'art s'adressent à une multiplicité d'univers de marchés, de clientèles et acteurs : particuliers, monuments historiques, musées, espace public, architecture, décoration, design, mode, luxe, art contemporain et industrie. Et parmi ceux-ci, **le secteur de l'hôtellerie (et de la restauration) présente un potentiel élevé de commandes, partenariats et innovations.**

En premier lieu, les métiers d'art peuvent être associés à la décoration et à l'équipement d'un hôtel. La diversité des métiers permet de répondre à l'ensemble des besoins,

depuis la création d'assiettes et autres articles des arts de la table personnalisés (verres, couteaux...), jusqu'à l'entière décoration et/ou rénovation d'un hôtel (a fortiori s'il s'inscrit dans un bâtiment prestigieux ou classé). Ainsi, depuis longtemps, des artisans d'art (céramistes et maîtres-verriers notamment) participent à EquipHôtel (et à d'autres salons professionnels, dont bien sûr Maison & Objet) dans le but de faire connaître leurs savoir-faire et process auprès des professionnels de l'hôtellerie-restauration et de leurs maîtres d'œuvre. D'autres ateliers sont démarchés directement par des architectes auxquels des hôtels ont confié leur décoration

intérieure. Qu'il s'agisse de projets arty ou au contraire de redonner à un établissement son lustre d'antan, menuisiers d'art, ébénistes ou tapissiers vont se voir confier la création (ou la rénovation) de mobiliers sur-mesure et personnalisés, tandis que fresquistes, peintres décorateurs, fabricants de luminaire, ferronniers, vitraillistes ou encore mosaïstes se verront confier les autres lots d'un chantier global de décoration (ou de restauration).

L'hôtellerie de luxe est naturellement consommatrice de ces expertises de métiers d'art, par l'exigence de qualité et de personnalisation qu'elle porte. Serge

Nicole, ancien président d'Ateliers d'Art de France, et membre de la commission d'attribution de la distinction « Palace », le confirme : « Des centaines d'artisans d'art travaillent pour l'hôtellerie de luxe. Depuis 2011, le recours aux métiers d'art est devenu un critère indispensable pour obtenir la distinction de « Palace », au même titre que la clientèle, l'ancienneté ou les matériaux. Nous y sommes très attentifs et les hôtels sont devenus eux aussi très sensibles à la présence de cet artisanat d'art, à ces objets de qualité qui représentent l'art de vivre à la française »⁴.

Ainsi par exemple, pour la rénovation il y a quelques années de l'hôtel de Crillon, un des Palaces parisiens implanté dans des bâtiments historiques sur la place de la Concorde, sur les 4 000 ouvriers mobilisés par le chantier, environ 500 étaient des compagnons, artisans et artistes. Selon Alain Tayar, directeur de production chez Bouygues Bâtiment Ile-de-France Rénovation Privée, « quelque 600 matériaux ont été utilisés, dont 53 marbres différents, mais aussi de l'or, de l'argent, du laiton, du bronze, du mica, du cuir craquelé, du palladium perforé pour l'acoustique, du papyrus pour absorber les odeurs... ». Des compétences similaires ont été mobilisées également à Paris pour la rénovation de l'hôtel Ritz et du Plaza Athénée, ou pour la « réinvention » par le décorateur Jacques Garcia du décor Second Empire de l'hôtel La Réserve, avec ses moulures, ses dorures, sa marqueterie, ...

Parfois, l'hôtel devient le réceptacle et la vitrine même d'un ou plusieurs métiers d'art, généralement par un lien de propriété, ou par déclinaison de marque. Ainsi le Château de Saulon, établissement 4 étoiles localisé près de Dijon en Bourgogne, a été racheté fin 2017 par Rinck Heritage, ensemblier décorateur qui y a déployé son savoir-faire en termes de mobilier (pièces originales ouvragées, en copie d'ancien ou création moderne), de boiseries, de tissus d'ameublement. En Alsace, la Villa

René Lalique, Relais & Châteaux 5 étoiles doté d'un restaurant doublement étoilé au Michelin, a été développée dans l'ancienne résidence du célèbre maître verrier par son propriétaire Silvio Denz, PDG de Lalique. Les créations du groupe y sont particulièrement mises en valeur, tant dans les chambres qu'au restaurant et dans les autres parties communes. On peut citer également Baccarat Hotels, dont le premier établissement a ouvert à New York, et qui intègre les créations renommées de la cristallerie dans la décoration élaborée par les architectes d'intérieur Gilles & Boissier.

En deuxième lieu, les métiers d'art peuvent être associés à « ces hôtels où l'art a élu domicile », pour paraphraser un article récent de Beaux-Arts Magazine⁵. En effet, on ne le sait pas assez, mais les métiers d'art, c'est aussi la pièce unique, l'œuvre d'art. Il existe ainsi en France, parmi les professionnels des métiers d'art vivants, plusieurs centaines de créateurs reconnus de par le monde. Ils travaillent la terre, le verre, le bois, le métal ou le textile, souvent ils mélangent les matières. Ils exposent dans des galeries d'art, voient leurs créations rejoindre des collections publiques et privées et des commandes parfois techniquement ou visuellement spectaculaires leur sont confiées. Mais ils sont les grands oubliés de ce mouvement qui voit des hôtels de luxe faire appel à des artistes contemporains pour créer des œuvres permanentes ou temporaires destinées à donner un caractère remarquable et unique à leur établissement. Toutefois, il arrive que l'artisanat d'art s'intègre dans la démarche d'un artiste. L'hôtel Baccarat à New York, déjà cité, a ainsi confié un lot de 10 verres Baccarat Harcourt à 11 artistes différents, qui les ont chacun incorporés dans une œuvre d'art originale. Ces œuvres sont exposées au sein de l'hôtel, dans les Harcourt Vitrites.

Enfin, les métiers d'art sont des acteurs de l'attractivité, de l'identité et de l'animation d'un site ou d'un territoire.

Les métiers d'art font rêver et attirent. Ils sont dans la tendance. Portés par le tourisme créatif et le tourisme de savoir-faire, et répondant à une demande croissante des particuliers, les professionnels des métiers d'art ouvrent davantage aujourd'hui les portes de leurs ateliers. Visites, démonstrations et – surtout – initiations et transmissions de leurs savoir-faire à des publics curieux ou passionnés, constituent pour eux des sources nouvelles de revenus. La plateforme Wecandoo valorise et donne de la visibilité – avec succès – à l'offre de découverte proposée par des artisans des principales villes de France (Paris, Lyon, Bordeaux, Nantes, Lille, Aix-Marseille...). Airbnb, qui a saisi le potentiel de business lié aux pratiques artisanales et artistiques, propose une rubrique « Activités » permettant de coupler réservation d'un hébergement et réservation d'un cours dans un atelier.

Mais - presque - tout reste à faire entre professionnels de l'hôtellerie et professionnels des métiers d'art.

Ces derniers, comme dit plus haut, ont du mal à gérer toutes les dimensions de leur activité et aimeraient pouvoir déléguer la commercialisation de leurs créations. Ils ont en outre beaucoup à espérer d'une valorisation de leurs ateliers et de leurs savoir-faire auprès des touristes et des visiteurs de leur territoire, en quête d'authenticité, d'humanité, d'expérience, de made in France et de made in local. Les hôtels peuvent donc constituer pour eux des partenaires de proximité, en vue de stratégies « gagnant-gagnant ».

Pour les hôtels, mettre en avant - sous des formes diverses - les créations de professionnels des métiers d'art, valoriser la présence d'ateliers dans l'environnement proche, peut aider à différencier l'offre, à renforcer l'enracinement de l'établissement ainsi que son positionnement qualitatif et à cibler de nouvelles clientèles très certainement (susceptibles de séjourner à l'occasion d'un stage chez un artisan par exemple).

⁴ « Les rénovations de palaces font les affaires des PME », Les Echos, 20/03/2017

⁵ <https://www.beauxarts.com/lifestyle/8-hotels-ou-lart-a-elu-domicile/>



Château de Saulon (Côte d'Or) - © Lionel Dupouy

Déjà des hôtels se sont lancés avec enthousiasme dans la valorisation d'artisans créateurs auxquels ils dédient une salle d'exposition, une galerie d'art ou un concept store. Ainsi, l'hôtel Littéraire Alexandre Vialatte à Clermont-Ferrand, établissement 4 étoiles affilié à la chaîne Best Western Plus, a puisé dans les métiers d'art locaux pour élaborer sa décoration intérieure (portraits de l'écrivain sur les vitrines de l'hôtel et dans le salon d'accueil, peintures murales, sculptures, ouvrages reliés artisanalement dans la bibliothèque, ...), et met en valeur les artisans dans l'établissement et sur son site internet.

A Saint-Malo, l'hôtel Les Charmettes a créé une boutique physique et en ligne (Boutique by The Charmettes) proposant des objets du quotidien (sets de table, t-shirts, coussins...) et des petits cadeaux-souvenirs (bols bretons, boules à neige, boîtes à bijoux, ...). Particularité : tous ces objets sont dessinés et conçus par des artisans et créateurs locaux. Autre exemple : la Maison sur la Sorgue (Esprit de France), petit établissement d'atmosphère à l'Île-sur-la-Sorgue (Vaucluse) qui, outre une galerie d'art, intègre un « concept store » (physique et en ligne) proposant des objets de créateurs ramenés du

monde entier (masques du Mozambique, horloge japonaise, vaisselle du Portugal, bougies du Danemark, ...).

Les potentiels d'exploration et de déclinaison sont donc vastes ! Par leur capacité à faire du sur-mesure et à répondre à des commandes, les métiers d'art peuvent être force de proposition (en termes de conception) et d'exécution (création/ fabrication/ restauration), ou mettre leurs savoir-faire et leur expertise de la matière au service de la réalisation de mobiliers, objets ou décors uniques conçus par un maître d'œuvre (architecte, architecte d'intérieur, designer...). Un des enjeux toutefois sera probablement, à l'instar d'un établissement comme Les Charmettes, de ne pas cantonner les métiers d'art aux seules commandes de l'hôtellerie de luxe, pour leur permettre d'irradier beaucoup plus largement les autres gammes d'hébergement (en particulier les établissements situés dans leur environnement local ou régional), en capitalisant sur la richesse et la diversité des formes qu'ils peuvent prendre, pour tous les publics et (presque) tous les budgets. ■

Aujourd'hui, la demande de découverte et d'expérience de la part des consommateurs comme touristes, l'intérêt pour le «made in France» et le «made in local», le fait main, l'artisanat... offrent une vraie opportunité de développement économique et de valorisation pour les entreprises détentrices d'un savoir-faire ancien, remarquable et enraciné dans l'identité du territoire ou encore d'un savoir-faire reconnu et valorisé par le label Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV).

In Extenso TCH et Jean-Michel Kosianski ont développé une vraie expertise des métiers d'arts : conseil des entreprises à la mise en tourisme de leur savoir-faire (visite d'atelier, boutique d'usine, musée d'entreprise...) et accompagnement des territoires dans leur attractivité par cette filière (cluster, pépinière, pôle métiers d'art...). ■



Hilton Garden Inn Massy (Essonne), le restaurant Babette