



HAL
open science

“ Ça n’a pas de prix ”

Flora Bajard, Marc Perrenoud

► **To cite this version:**

Flora Bajard, Marc Perrenoud. “ Ça n’a pas de prix ”: Diversité des modes de rétribution du travail des artisans d’art. Sociétés contemporaines, 2013, Rétributions, 3 (91), pp.93-116. 10.3917/soco.091.0093 . halshs-01377048

HAL Id: halshs-01377048

<https://shs.hal.science/halshs-01377048>

Submitted on 7 Oct 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

« ÇA N'A PAS DE PRIX »

Diversité des modes de rétribution du travail des artisans d'art

Flora Bajard et Marc Perrenoud

Presses de Sciences Po | Sociétés contemporaines

2013/3 - n° 91
pages 93 à 116

ISSN 1150-1944

Article disponible en ligne à l'adresse:

<http://www.cairn.info/revue-societes-contemporaines-2013-3-page-93.htm>

Pour citer cet article :

Bajard Flora et Perrenoud Marc, « « Ça n'a pas de prix » » Diversité des modes de rétribution du travail des artisans d'art,
Sociétés contemporaines, 2013/3 n° 91, p. 93-116. DOI : 10.3917/soco.091.0093

Distribution électronique Cairn.info pour Presses de Sciences Po.

© Presses de Sciences Po. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Flora BAJARD, Marc PERRENOUD

DOSSIER

« Ça n'a pas de prix »

Diversité des modes de rétribution du travail des artisans d'art

Cet article expose les formes de rétributions non monétaires observées chez des céramistes et autres artisans d'art, dans des espaces du travail indépendant, en marge des mondes de l'art les plus légitimes. La relative précarité économique de ces professionnels s'accompagne d'une quête de bonheur dans le travail qui semble évacuer, du moins en partie, la question du profit marchand. Réduire cette situation à une dénégation de l'économie et à une forme d'*illusio* vocationnelle paraît impropre à restituer la « double vérité », objective et subjective, du rapport au travail de ces indépendants. En prenant au sérieux le sens que ces enquêtés donnent à leur activité, on montre qu'ils pensent les rétributions du travail dans toute la diversité de leurs formes. Cet article expose ainsi à quelles conditions le revenu pécuniaire s'articule alors avec d'autres types de bénéfices, qu'il s'agisse de la valeur axiologique du travail (travail de belle facture, artificiel) ou d'une « qualité de vie » liée aux espaces et aux temps du travail.

"Priceless..."

"Creative Craftsmen" and the Diversity of Work Rewards

This article shows the diversity of non-monetary rewards among various self-employed occupations within the art worlds' boundaries: Art ceramists, but also creative craftsmen. The relative economic insecurity they are faced with goes along with a search for happiness at work that partly ignores monetary profits. Interpreting such a phenomenon barely through the denial of economic matters and a vocational *illusio* seems inappropriate to explain the "twofold truth" – objective and subjective – of work for these self-employed workers. In this paper, we take into account the meaning of work among these workers to show that they actually conceive work rewards in every sense of the term. We therefore show under what conditions the monetary income may go along with other kinds of benefits: the axiological values of work (finely crafted, artified work); a quality of life connected to the spaces and temporalities of work.

Les espaces à la frontière des mondes de l'art et du travail indépendant donnent à voir des combinaisons originales entre des formes de rétributions *a priori* peu compatibles, liées aux logiques marchandes et en même temps tributaires de leur dépassement. Les travailleurs indépendants auprès de qui nous avons enquêté (voir encadré) combinent en effet dans leurs activités les registres de la création, de la production mais aussi de la distribution ; autrement dit, de l'art, du métier, et du commerce. Ils se consacrent donc professionnellement à un travail ancré dans un régime d'esthétisation et de singularisation qui, à bien des égards, n'a « pas de prix ».

L'enquête ethnographique auprès de ces artisans d'art a révélé une qualité de l'emploi généralement médiocre au regard des critères objectifs habituels¹ : trajectoires professionnelles chaotiques, avenir incertain, mauvaise protection sociale, faible reconnaissance professionnelle et artistique, et bien sûr revenus modestes et irréguliers. Cependant, la précarité économique s'accompagne ici d'une quête de félicité dans l'activité elle-même et dans le style de vie auquel elle renvoie, et l'enquête montre qu'ils affichent une satisfaction générale au travail. Sans rêver ni à la fortune ni à la gloire, ces professionnels envisagent la rétribution de leur travail dans toute la diversité de ses formes, le revenu pécuniaire s'articulant en permanence avec d'autres types de bénéfices. « Réalisation de soi », « satisfaction », « avantage », « plaisir », « joie », « bonheur », « épanouissement », « gratifications », constituent autant de traductions de ce que l'engagement dans leur travail procure aux enquêtés. L'ouvrage dirigé par C. Baudelot et M. Gollac, *Travailler pour être heureux ?* (Baudelot et Gollac, 2003) traite très justement de cette diversité des formes de satisfaction au travail dans les situations de salariat (chap. 3 et 8 en particulier). De même, c'est ce qu'ont permis de porter au jour les débats sur l'économie du bonheur, en enrichissant la vision utilitariste du travail et en mettant en évidence l'hétérogénéité des préférences et des formes d'accomplissement (Davoine, 2012, chap. 3). Partant également de l'idée que « la valeur marchande n'est qu'un des registres de la valeur sociale » (Vatin, 2009), nous proposons de nous inscrire dans cette ligne de questionnements, tout en prenant ici appui sur les spécificités du travail indépendant.

Cette situation de distorsion entre une qualité de l'emploi médiocre et un bonheur au travail est classique dans les mondes de l'art et de façon plus générale dans les activités mues par un « intérêt au désintéressement » (Bourdieu, 1994). Elle s'explique en partie par le caractère vocationnel de l'activité, qui engage l'individu dans « l'exercice même de l'activité pour elle-même, par passion plutôt que par intérêt matériel » (Freidson, 1986, 441). De plus, le bonheur au travail dans sa dimension déclarative constitue un aspect classique des mondes professionnels contemporains, qu'il faut nuancer dans la mesure où il prend parfois presque la forme d'une injonction², *a fortiori* dans les espaces professionnels à forte dimension

1/ On se base ici sur les indicateurs de Laeken, ainsi que ceux, plus affinés, du Centre de l'Étude et de l'Emploi, qui permettent de sonder la qualité de nombreux métiers et de prendre en compte leurs dimensions les plus diverses (travail/hors travail, etc.) (Ralle 2006). On notera toutefois que ceux-ci sont d'abord construits pour l'analyse du travail salarié.

2/ Baudelot, Gollac et alii parlent de « manifestation de conformité à la norme du bonheur professionnel », (p. 43).

vocationnelle. De ce point de vue, réduire l'explication à une forme d'*illusio* vocationnelle – tout comme ne pas prendre celle-ci au sérieux – nous paraît impropre à restituer la « double vérité », objective et subjective (Bourdieu, 1997), du rapport au travail de ces indépendants. Cette dernière permet en effet d'interroger ce que « vaut » le travail, à la fois envisagé comme processus et comme résultat : qu'est-ce qui compte pour ces acteurs dans leurs pratiques quotidiennes, dans leur rapport au travail et à l'emploi ? En outre, à quelles conditions ces rétributions non monétaires sont-elles bel et bien vécues comme des rétributions ? C'est par ces questions que l'on souhaite ici comprendre quelles formes prennent les rétributions non monétaires dans des pratiques professionnelles peu légitimes artistiquement, octroyant peu des rétributions habituellement distribuées dans les espaces artistiques consacrés.

Cet article montre que pour établir ce rapport plutôt heureux au travail, il faut mobiliser des dispositions sociales à « entrer dans le jeu » et à y rester, dispositions retrouvées chez pratiquement tous les enquêtés. En l'occurrence, ces artisans d'art aux trajectoires composites héritent souvent d'un capital culturel (et parfois économique) significatif, ils sont dotés de certaines dispositions ascétiques (goût de l'effort et de l'auto-discipline) et/ou entrepreneuriales, et d'une inclination à des modes de vie atypiques, voire au cosmopolitisme. Les individus trop dépourvus de ce type de propriétés ont d'ailleurs échappé à l'enquête puisqu'ils n'entrent pas dans ces mondes professionnels « créatifs », ou en disparaissent très vite.

Ces dispositions favorisent en effet la mise en valeur de l'activité, permettant à ceux qui y parviennent le mieux de se satisfaire d'une importante « plus-value symbolique » du travail, envisagé tout à la fois comme processus et résultat, et objet fini. C'est ainsi que l'on a pu identifier un premier type de rétribution reposant sur un jeu de valorisation du travail et de son résultat : créations ou fabrications de qualité, authentiques, artificées (Heinich et Shapiro, 2012). Ces dispositions participent également d'un sentiment d'ajustement à ces conditions d'emploi peu gratifiantes en termes de prestige et de revenus, et à ces déclinaisons du style de vie artiste à une échelle modeste et rurale. On verra ainsi que le second grand type de rétribution résulte d'une « qualité de vie », un style de vie lié au travail tel qu'on le fait, à l'activité elle-même construite autour d'un rapport à l'espace et au temps du travail.

Pour établir ce rapport plutôt heureux au travail, il faut mobiliser des dispositions sociales à « entrer dans le jeu » et à y rester.

TERRAINS ET MÉTHODE

Un premier terrain porte sur le groupe professionnel des céramistes d'art en France. Flora Bajard a réalisé 48 entretiens, de nombreuses observations directes et participatives sur les lieux de travail, de vie et de socialisation professionnelle (fêtes, cuissons collectives, marchés, expositions...) et une enquête par questionnaire ($N = 218$, soit un peu plus de 10 % de la population totale)³ pour accumuler une connaissance approfondie de cette population, de ses pratiques et de sa structure.

Les artisans d'art du village de N. dans les Corbières (Aude) constituent le second terrain. Ils étaient au départ inclus dans un groupe plus large d'indépendants « créateurs », repérés comme centraux dans le processus de mutation du contexte local dont Marc Perrenoud a montré dans quelle mesure il pouvait être assimilé à une forme de gentrification rurale (Perrenoud 2008 ; Perrenoud 2012). Il s'agissait d'un ensemble hétéroclite de métiers (apiculteur, ferronnier, potier, tapissier, restaurateur, oléiculteur, maraîcher, éditeur, meunier-boulangier, vigneron ou styliste) ayant pour point commun un statut d'emploi indépendant (artisan, artiste, libéral etc.) et une dimension créative (singularisation, esthétisation des modes de production et de commercialisation). En 2010 nous avons mené conjointement une quinzaine de nouveaux entretiens auprès de cette population dans le cadre d'un contrat de recherche pour le DEPS sur la « qualité de l'emploi dans les professions artistiques et culturelles » (Bajard, Doga, Perrenoud, 2011). À partir de ces différents terrains, nous nous concentrerons dans le présent article sur le cas des métiers d'art : artisans d'art de ce village des Corbières et céramistes d'art rencontrés à travers la France.

Si l'on s'intéresse à quelques indicateurs élémentaires pour caractériser les propriétés sociales de ces artisans d'art (profession des parents, niveau de diplôme, reconversion professionnelle, mobilité géographique), on constate que ces enquêtés présentent au moins une – et en général associent plusieurs – des caractéristiques suivantes⁴ : à l'exception de trois d'entre eux, on observe chez eux au moins un parent cadre, intellectuel ou artiste⁵ (un tiers des enquêtés), un niveau de diplôme équivalent ou supérieur à Bac+3 (près de la moitié)⁶, une reconversion après un passage dans un poste hautement qualifié ou à forte responsabilité (près de la moitié), un séjour de longue durée à l'étranger⁷. Dans un souci d'unité de la démonstration, et afin de mettre en évidence les effets de ces trajectoires et dispositions sur la satisfaction au travail, les données empiriques restituées ici sont celles que nous avons recueillies auprès de quatre enquêtés : deux céramistes, une tapissière d'ameublement et une styliste.

3/ Selon l'estimation établie à partir du *Guide des céramistes* qui constitue « l'annuaire » des professionnels, et à partir de notre connaissance du terrain : il n'existe pas de recensement émanant d'administrations publiques, puisque les professionnels exercent sous des statuts variés (artisan, artiste, profession libérale, auto-entrepreneur...) et sont affiliés à des organismes de sécurité sociale divers (RSI, maison des artistes, etc.).

4/ On le constate à la fois par l'enquête quantitative effectuée sur la population de céramistes, mais aussi sur l'ensemble des enquêtés rencontrés en entretien semi-directif.

5/ L'enquête quantitative parmi les céramistes montre une nette surreprésentation des enfants de cadre et profession intellectuelle supérieure ou artistique (35 %), contre 9,4 % dans l'ensemble de la population française (source : INSEE Enquête Emploi 2011).

6/ C'est le cas pour plus de la moitié de ces enquêtés ; en comparaison, 12,5 % de la population française possède un diplôme de niveaux II et I (à partir de Bac+3). Source : INSEE Enquête Emploi 2011.

7/ Un quart des céramistes enquêtés par questionnaire (25 %) se sont formés à la céramique à l'étranger.

LA VALEUR AXIOLOGIQUE DU « BON TRAVAIL »

Outre la rétribution monétaire⁸, la valeur axiologique – artistique, éthique – du travail constitue un paramètre essentiel dans la compréhension du sens du travail : c'est en termes de « fierté », de « reconnaissance », de « satisfaction » liées à la réalisation et à la vente d'un beau travail, que se traduit le lien entre le *bon* ou le *beau* travail et la satisfaction *au* travail. Saisir le processus de valorisation du travail implique en fait l'analyse du travail bien en amont de la vente : « penser la valorisation, c'est penser l'acte créateur du travail en deçà de la sphère marchande ; sur le marché, ne se "réalisent" que des valeurs déjà là, qui sont le produit du travail » (Vatin, 2009, 14-15). L'acte de travail hérite d'abord des valeurs du métier dont il est issu : un métier de savoirs et de savoir-faire appris au cours de formations exigeantes et parfois prestigieuses comme les Beaux-arts ou les Arts appliqués, l'apprentissage auprès d'un maître ou encore un « métier passion » exercé en vertu d'une vocation (élément commun à tous les métiers enquêtés). C'est ensuite dans son accomplissement qu'il est doté de propriétés valorisantes : travail de belle facture, territorialisé, fait main, traditionnel, et/ou artificiel. Enfin, dans la consécration de celui-ci par les acteurs : il s'agit alors de savoir parler de soi et mettre en scène son travail (activité et produit) et donc de le qualifier au sens propre du terme : de lui conférer des qualités et ainsi de le valoriser, y compris sur le plan économique (pour une analyse plus détaillée, voir Perrenoud, 2012). Cela est d'autant plus vrai que les indépendants enquêtés n'ont que très peu recours aux intermédiaires. Ainsi, tout au long de ces étapes, à la fois l'ennoblissement sur l'échelle de la grandeur artistique, mais aussi la valorisation du travail artisanal et du « bon boulot » constituent deux formes essentielles de rétributions non monétaires.

QUELQUES FIGURES D'ARTISANS D'ART

Sylvie, 57 ans, céramiste

Après une enfance en milieu rural (Ain) – son père fait des « petits boulots » et sa mère tient l'épicerie du village – Sylvie découvre la céramique à 22 ans, à Paris au début des années 1970, alors qu'elle travaille dans une industrie pharmaceutique. Elle se forme durant une vingtaine d'années dans des cours du soir et auprès de céramistes, dont des « créateurs de renom » de la céramique contemporaine, tout en travaillant pendant longtemps comme secrétaire d'édition au CNRS. Si son « tempérament artistique » l'a poussée à d'autres « expressions »,

8/ La plus-value symbolique dont se charge le travail est souvent intégrée dans le prix, bien que les entretiens montrent de grandes divergences quant aux façons d'effectuer ce calcul.

c'est *in fine* la terre « son » matériau. En 1995, à presque 50 ans, elle s'installe dans un petit village du Sud-Ouest et y établit son atelier. Elle exerce aujourd'hui sous le statut d'artiste, réalise essentiellement des pièces uniques et sculpturales en grès, et expose dans des galeries d'art ainsi que dans les réseaux locaux (marchés, lieux de patrimoine). Sylvie renvoie à la figure idéaltypique de la *créatrice reconvertie* décrite par A. Jourdain (Jourdain, 2012)⁹ dont la démarche repose sur l'originalité individuelle.

Régis, 53 ans, céramiste

À la fin des années 1970, Régis, dont les parents sont « fonctionnaires », se dit traversé par un « esprit soixante-huitard » : après son Bac, il ne s'inscrit pas à l'université et décide de faire un apprentissage de poterie en Suisse, durant quatre années. Tourneur employé dans divers ateliers, il s'installe dans un village de tradition potière en France au début des années 1980 : il y travaille depuis comme artisan à son compte avec sa compagne, avec laquelle il a formé de nombreux stagiaires et apprentis. Comme Sylvie, Régis travaille le grès, mais un grès utilitaire en série (bols, vases, vinaigriers...) qu'il tourne, décore et cuit dans un grand four à bois. Son lieu de travail est organisé pour permettre une bonne productivité de l'entreprise, car il conçoit l'artisanat comme une fonction sociale détachée de tout folklore, un « métier comme un autre » : il s'emploie ainsi à fabriquer de beaux objets usuels « qui ont une âme », mais au « prix juste ».

Martina, 47 ans, tapissière d'ameublement

Après de nombreux diplômes dans les métiers d'art (Brevet de technicien d'architecture d'intérieure, et deux CAP) un emploi dans l'ébénisterie, un diplôme d'éducateur sportif et quelques années en free-lance en tant que styliste, Martina devient costumière à l'Opéra Garnier pendant dix sept ans. Elle et son mari (ancien danseur à Garnier) sont installés à N. depuis 2005 et elle exerce depuis un an et demi dans une maison ancienne du village qu'elle rénove. Grâce à ses formations, elle y « fait tout » : habitation, « show rooms » dans lesquels elle expose aussi les créations d'autres artisans locaux, et atelier. C'est ici qu'elle travaille sur ses fauteuils, « à l'ancienne » selon une méthode traditionnelle (c'est ce qui rend son travail « intéressant »). Ses « prestations » (commandes) ou ses « créations », la plupart du temps pour des clients « du coin » qui ont « une maison de campagne pas loin », se vendent autour de 600 €. Patricia ne se déclare pas « artiste », et attache beaucoup d'importance à la technique, plus qu'à la création. Pourtant, elle aime « sortir du droit chemin », souligne son goût pour la peinture ou la mosaïque, et mentionne « l'héritage artistique » de son père, « très manuel », à qui « rien ne faisait peur ».

Barbara, 45 ans, styliste

Ancienne responsable import-export dans une entreprise de textile à Londres, Barbara a appris la couture enfant auprès de sa mère, dont c'était le métier. Irrésistiblement attirée par l'« énergie » du lieu, elle s'installe à N. à vingt-sept ans en 1990. Depuis, elle fabrique et vend des vêtements originaux, et commercialise de l'artisanat exotique et « équitable » qu'elle ramène de ses voyages,

9/ Les artisans d'art rencontrés travaillent tous seuls ou avec leurs conjoints(es), se rapprochant d'un exercice en régime vocationnel, alors que la population d'artisans d'art étudiée par A. Jourdain comporte des clivages bien plus marqués : par exemple, l'*artisan d'élite* se consacre essentiellement à la commercialisation et aux relations avec les clients, laissant aux salariés certaines tâches de fabrication-conception.

principalement en Afrique du Sud. Elle possède un site web et un blog dont l'esthétique sophistiquée est à l'image de son atelier-boutique dans le cœur médiéval du village. Depuis 2007, certaines de ses créations sont aussi distribuées dans une boutique de la cinquième avenue à New York et une autre à Paris (5^e). Elle se définit comme « assez autodidacte », mais affirme avoir « beaucoup de volonté » et « d'énergie » mises au service de ses créations « simples » mais de grande qualité (« ce que je fais, je le fais très bien »), dans lesquelles « on sent [s]a personnalité ».

■ L'ennoblissement artistique

Les métiers étudiés sont des espaces régis à des degrés divers par une économie des biens symboliques (Bourdieu, 1994), où sont invoquées des logiques contribuant à la grandeur de celui qui se justifie dans un monde « inspiré » (Boltanski et Thévenot, 1991) : désintéressement, tabou du calcul, don et don de soi, travail envisagé comme produit de soi-même, soi-même étant également produit par l'activité, originalité, subjectivité, etc. L'éthique de la vocation, très présente, explique l'investissement existentiel dans le métier et sa potentielle dimension ascétique (Sapiro, 2007, 7) : « vécue comme un mouvement purement intérieur, comme un acte absolu de liberté » (Suaud, 1975, 2) elle s'inscrit ici dans les mécanismes de constitution d'une identité et d'un « style de vie artiste » (Bourdieu, 1979).

Ainsi, nombre de ces professionnels puisent – de façon plus ou moins ponctuelle, à des degrés divers, et de façon plus ou moins marquée et explicite – dans les registres artistiques de l'inspiration et de la vocation. Les règles présidant à la professionnalité de cette activité reposent parfois explicitement sur ce registre, comme pour le groupe professionnel des céramistes d'art où la singularisation constitue l'une des « conventions de production » admises par les membres du groupe professionnel (Becker, 1988), et l'un des critères de professionnalité les distinguant des fabricants semi-industriels ou des reproducteurs de « pseudo-traditionnel » en grande série. Ainsi, ces manières ennoblies de « faire le métier » confèrent une identité singularisée au créateur-travailleur ainsi qu'une plus-value symbolique aux objet-réalisations : certains d'entre eux acquièrent le statut d'œuvres (plus ou moins rares, éventuellement cotées, chargées affectivement...) ou, quoi qu'il en soit, d'objets singuliers. Par exemple, les bols et les sculptures de Sylvie sont uniques par les expérimentations esthétiques et techniques – les recherches sur les matières et les émaux – qu'elle met en œuvre, ainsi que par l'investissement

existentiel et intellectuel dont elle affirme qu'ils font l'objet : elle travaille le grès parce que c'est une matière qui l'« inspire », qui autorise une « expression ». Sylvie, qui a parfois du mal à « voir partir » l'une de ses pièces chez un client, expose ainsi sa conception d'un travail toujours lié à l'intimité de son auteur :

« Chacun, finalement, manie la terre selon ses propres possibilités. Enfin ses possibilités et puis en fonction de ce qu'il est. Le travail de la terre, c'est extrêmement personnel. [...] On peut vous enseigner une technique, mais elle est tout de suite dépassée. Et elle est dépassée par celui ensuite qui fait le travail. Parce qu'automatiquement ensuite, il imprime ce qu'il est. » (Sylvie, céramiste)

Il en va de même pour Martina (la tapissière d'ameublement), qui contrairement à Sylvie, n'évoque pourtant jamais le terme d'« artiste » ou le qualificatif d'« artistique » : elle décrit sa trajectoire dont le fil conducteur est la singularité à la fois créative mais aussi biographique, voire une « marginalité » qu'elle dit apprécier :

« J'ai un parcours où j'ai fait beaucoup de choses donc... Bon j'ai fait du costume de scène alors que j'ai une formation de costume de ville, puis j'ai aussi une formation de stylisme justement. Mais j'aime bien tout ce qui est... pas excentrique, mais pas ordinaire. Et sinon je peins, je fais de la mosaïque. » (Martina, tapissière)

Elle emploie également très souvent le terme de « création », alors que l'essentiel de son travail consiste en de la restauration ou du travail sur commande puisqu'elle se doit de respecter un cahier des charges en fonction des styles et de l'époque ou des exigences des commanditaires. Pourtant, elle singularise à la fois son existence (cf. p. 105) et son activité professionnelle par le regard original et unique qu'elle dit mettre en œuvre dans le procès de travail, phénomène que l'on retrouve probablement bien au-delà des espaces du travail artistique :

« Quelquefois t'as des vieux fauteuils pourris, puis une fois qu'ils sont passés dans tes mains ils repartent pour cent ans. Donc c'est ce côté-là qui est sympa. Je te montrerai, j'ai des fauteuils Napoléon III, c'était des "crapauds" que j'avais achetés chez un broc [...] Je les ai pris et c'est reparti ! Tu vois, y'a un côté magique, quelque part. Même là, la création elle est là. Parce que déjà au niveau création, moi j'arrive à imaginer comment ils seront plus tard. Toi tu vas regarder le fauteuil et tu vas dire "ah non, on le jette". » (Martina, tapissière)

L'artification du travail et son inscription dans une économie des biens symboliques constituent ainsi une ressource pour la valorisation marchande, mais participent aussi et peut-être d'abord de la

L'artification
du travail et son
inscription dans une
économie des biens
symboliques
constituent ainsi une
ressource
pour la valorisation
marchande.

transaction identitaire et de la qualification des objets, qui sont en jeu dans la création, la vente, et dans la reconnaissance auprès des pairs et du public, donc dans le renforcement d'une identité professionnelle. Il en va de même avec le phénomène de mise en valeur de « l'éthique » du travail évoquée ci-après.

■ La valorisation par l'éthique du travail

« Tu as vu, tout à l'heure, y'a des gens [dans la boutique] qui prennent l'objet, etc. et je dis : "c'est un entonnoir à confiture". Mais excuse-moi, tu prends une bouteille de Contrex que tu coupes, tu peux aussi passer ta confiture dedans, quoi ! Seulement les gens ils viennent, puis ils se rattachent à quelque chose. Ils se rattachent à quelque chose que t'as fait, qui va vivre avec eux. Et que peut-être, ils sentiront. » (Régis, céramiste)

Dans ces espaces de travail ambigus, aux frontières de la création et de la production, articulant fabrication et commercialisation, inspiration et techniques de métier, les manières d'être « grand » sont multiples (talentueux, « pro », doué, compétent, honnête, etc.) et les modalités de rétributions le sont dès lors tout autant. Si le registre artistique oriente de façon centrale les discours et les pratiques observables dans ces activités, il serait cependant illusoire de concevoir ces mondes comme homogènes et ces espaces comme intégralement régis par la vocation artistique. Les aspérités, les contradictions et la pluralité des justifications engagées par les acteurs dans des mondes où ils ne sont qu'une infime minorité à pouvoir se prévaloir d'un important succès économique ou d'une renommée artistique implique plutôt de considérer ceux-ci « non comme des entités unifiées caractérisées par référence à des sphères d'activité, des systèmes d'acteurs ou des champs, mais comme des montages composites comportant des dispositifs relevant de différents mondes » (Boltanski et Thévenot, 1991, 32). C'est ainsi que l'ennoblissement lié au statut de « créateur », et donc au monde de l'inspiration, s'articule en permanence avec une valorisation axiologique qui combine des types de « grandeur » industriels, domestiques, voire civiques.

Bon nombre de ces professionnels mettent donc en œuvre une éthique, où l'activité n'est pas conçue comme un simple accomplissement individuel, mais où elle (ainsi que la corporation ou le groupe professionnel dans lesquels elle s'inscrit) remplit une fonction sociale pour le bien collectif : Régis se compare par exemple à un « très bon plombier », un artisan qui « connaît son métier, [qui] le fait d'une manière agréable, et... et qui le fait bien quoi ! ». Il en va ainsi de tous ces professionnels qui envisagent leur production en évoquant

Ces professionnels mettent en œuvre une éthique, où l'activité n'est pas conçue comme un simple accomplissement individuel, mais où elle remplit une fonction sociale.

par exemple la fierté avec laquelle ils rendent abordables une « esthétique pour le quotidien », « un bel environnement, pas un environnement de plastique », et la possibilité pour tout un chacun d'évoluer avec de « beaux objets » :

« On a toujours fait une démarche qu'on... qu'on fasse un prix juste des choses, quoi. Tu regardes le prix de nos pots, on essaie d'être... de faire qu'on puisse nous-mêmes se les payer, quoi. » (Régis, céramiste)

« [J'ai] une démarche de qualité... Même si je fais attention à pas faire trop cher. [...] Je fais des compromis parce que j'ai appris la capacité de la bourse de ma clientèle. » (Barbara, styliste)

La plupart des artisans d'art enquêtés retirent en outre une satisfaction liée à l'efficacité, la justesse, l'exactitude des techniques et des savoir-faire ainsi que des outils qui sont les supports de leur mise en application. Être un « bon » voire être un « grand » chez ces professionnels, c'est témoigner de sa maîtrise voire de son excellence dans le travail d'un matériau. La démonstration du céramiste qui, devant son tour, donne naissance avec brio et aisance à un pot, vise précisément à faire état de la valeur de cet investissement corporel, acquis au cours d'une formation longue, méthodique, assidue et codifiée : Régis dit par exemple que c'est chez untel qu'il a appris à être « rapide » au tournage, compétence essentielle pour garantir une productivité et antagonisme du dilettantisme et de l'amateurisme. Mais au-delà de la productivité, la maîtrise des techniques constitue aussi une démarche professionnelle à part entière : les commentaires de certains céramistes évaluant le travail de leurs collègues sur un lieu d'exposition, et estimant (ou non) que c'est « un beau boulot », s'appuient par exemple de façon significative sur ces critères de justesse et d'efficacité. De même, pour Régis, réputé tout comme sa compagne, être « un très bon tourneur » et « faire un joli grès », le tournage ainsi que le travail de la matière et de la lumière constituent une quête. Il raconte ainsi s'être retrouvé « abasourdi » devant des pièces, « ému » par des « effets, » des « matières », par la « douceur » d'une « lumière », et cherche depuis lors, avec le travail du grès et les cuissons au bois, à « pousser le plus loin possible la matière », à se rapprocher d'un point de cuisson qui donne à la terre cuite une « maturité ». Il dit « qu'[il] se noie, un petit peu, dans... dans la technique du feu », et c'est peut-être cette imprégnation et cette fusion dans le savoir-faire du métier qui donne à la fois le sens et le caractère distinctif à son travail artisanal de série. De même, la maîtrise des techniques de restauration est l'une des fiertés de Martina :

« Le crin dure plus longtemps que la mousse [...] Tu vois quand tu fais du crin tu fais des piquages, c'est toi qui mets en forme... Une mousse

que t'achètes profilée, tu mets de la colle et c'est fini. C'est pas intéressant. Le travail il est pas intéressant du tout. [...] Le sanglage c'est pas évident, faut que tu descendes les ressorts, que tu tires très fort, donc là aussi, quand j'ai fait mon stage y'a des personnes qui n'y arrivaient pas du tout. Bon après c'est vraiment de la technique : c'est l'œil, c'est... Tu vois y'a plein de choses qui rentrent en compte : faut que ce soit beau à l'œil, faut que ce soit régulier, des points réguliers... » (Martina, tapissière)

C'est ainsi que les valeurs du travail liées à la réalisation de l'intégralité des opérations de conception et de fabrication, le plus souvent à la main (*versus* un travail parcellisé et mécanisé), le temps nécessaire à la maîtrise et à l'exercice du métier, comme l'excellence dans certaines techniques confèrent non seulement une qualité spécifique aux réalisations, mais aussi une satisfaction procurée par « l'amour du travail bien fait », par l'exercice du « vrai artisanat » (Zarca, 1986).

Enfin, cette dimension va parfois de pair avec un bien commun renvoyant à « des formes d'apprentissage et de transmission des savoirs qui s'apparentent aux dispositifs domestiques des métiers » (Boltanski et Thévenot, 1991, 168). La grandeur s'établit alors dans la fierté, la satisfaction et la reconnaissance d'avoir acquis le « coup d'œil » au contact des plus anciens, d'être détenteurs de ces « savoirs tacites et informels » qui sont pourtant de l'ordre de l'ineffable (Stroobants, 2009, 168) :

« Mais moi ce que je dis toujours c'est que c'est important de faire des apprentissages dans des ateliers où au... au niveau des formes, les formes ont été décidées par les artisans, ou ont été décidées par une tradition, parce que tu te formes ton œil, tu te formes des proportions, etc. [...] puis petit à petit ça avance et tu transformes, tu ajoutes des objets, tu retranches des objets, tu... tu regardes leur efficacité, leur forme. » (Régis, céramiste)

Régis accorde en effet une importance au temps de la transmission auprès des pairs d'avantage que dans les écoles, pour tous les « coups de main qui te restent ». Il a lui-même formé « entre vingt et trente personnes », dont certaines sont restées plusieurs années à l'atelier. Dans les métiers appris par compagnonnage ou apprentissage auprès d'un maître ou d'un pair, mais aussi dans les activités caractérisées par un ancrage – parfois réinventé – territorial, patrimonial, traditionnel, ce que certains professionnels valorisent, ce sont donc aussi les valeurs du « local » dont ils ont hérité (corporation, famille, région), en même temps que les « tours de main » et les « secrets de fabrication ».

De la même façon que l'ennoblissement artistique confère une valeur supplémentaire à la production (et par là même au

producteur), ce sont là différentes formes d'éthique du travail (« local », « militant », « traditionnel », « efficace »...) qui sous-tendent l'existence de rétributions non monétaires : celles-ci se déploient dans le lien entre la satisfaction de faire du « bon boulot », du « beau travail » et le renforcement de l'identité professionnelle.

■ Les conditions sociales de la valorisation : du savoir-faire au savoir-être

Comment expliquer l'efficacité de ces transactions identitaires et symboliques qui donnent corps aux valeurs du travail, et aux formes de rétributions non monétaires qu'elles génèrent ? Comment expliquer cette « objectivité du subjectif » (Bourdieu, 1997) ? Chez ces artisans d'art apparaissent plusieurs configurations dans lesquelles les valorisations *du* travail se transforment en rétributions *au* travail. La première est celle de l'auto-estime qui se déploie dans le quotidien de l'activité, lorsque se vit par exemple cette expérience subjective du travail qu'est la « bonne conscience professionnelle » (Bourdieu, 1997, 292). Mais l'une des sources de bonheur dans le travail tient aussi à la reconnaissance et à la validation de cette valeur par autrui, tant dans le regard des pairs que dans le jugement du public ou des clients. C'est dans l'échange que se détermine et s'accepte la valeur du travail, a priori inexistante en soi : c'est là qu'est par exemple reconnue la singularité d'un « bol à histoire » :

« Sur les marchés, les gens peuvent pas comprendre pourquoi ce bol, il est à 30 euros, et ce bol il est à 780 euros. Donc en apparence pour eux y'a pas de différence, parce qu'en plus quelques fois les bols se ressemblent (rires). En apparence. [...] Alors pour expliquer qu'un bol vaut 780 euros, le bol doit avoir une sacré histoire. [...] La plupart des bols à 780 euros sont des bols à histoire¹⁰. » (Sylvie, céramiste)

« On croit que les gens qui vont venir de l'extérieur, ils vont trouver super une coulée de cendres, une accumulation de matières, et tout... Pas du tout, quoi ! Donc après, c'est que **toi**, tu dois faire passer ça, quoi. [...] c'est-à-dire que tu ne peux plus passer par des intermédiaires, tu es obligé de faire de la vente directe. » (Régis, céramiste)

« Quand j'avais commencé, j'avais mis "couturière" [...]. En fait ici dans le Sud, couturière c'est presque une insulte [...] donc on m'a dit de mettre styliste parce que ici c'est ça. [...] Les gens lisent le petit blabla que j'ai mis sur la vitrine et depuis que j'ai mis que je vends à New York, il y a plus de gens qui rentrent. C'est un peu idiot parce que personne, à ma connaissance, n'est allé vérifier que je vends bien à New York, mais c'est du... c'est du marketing... » (Barbara, styliste)

10/ Un « bol à histoire » (plusieurs enquêtés utilisent cette expression) est fabriqué au terme de nombreuses étapes chargées en difficultés technique et/ou en investissement personnel et émotionnel, et mises en récit par son créateur.

C'est ainsi que les échanges langagiers, les objets, les dispositifs marchands tiennent une part du rôle de certification de la qualité, en tant que preuve et justification du prix demandé, mais aussi en tant que transmission d'un ennoblissement ou énonciation de principes généraux renvoyant à ces différentes grandeurs et éthiques du travail. La « mise en scène » de l'activité (incluant le procès de fabrication, mais aussi le récit de soi et de son parcours), en particulier *via* les dispositifs marchands (expositions et salons, sites web et prospectus, boutique à domicile), participe de cette « qualification des produits d'artisanat » : « la qualité ne préexiste pas aux dispositifs marchands » (Jourdain 2010, 22). Sylvie, Barbara et Martina sont à ce titre des actrices essentielles de l'ennoblissement de leur travail, lorsqu'elles mettent en place un ensemble d'opérateurs discursifs, esthétiques, sémantiques et marchands d'artification (Heinich et Shapiro, 2012) : sur leur site web personnel, elles présentent par exemple leur trajectoire (« biographie ») voire pour Martina leur reconversion, leur cadre de vie (« l'atelier » pour Sylvie, le village où elle a trouvé « une belle qualité de vie » et « de bons produits du terroir » pour Martina) et leur travail (« créations céramique », « collection » ou « réalisations »). Sylvie agrmente ce dernier de citations d'artistes et d'écrivains, ainsi que de textes livrant la genèse de ses créations et ses sources d'inspiration (« l'infinitude de la géologie », un « voyage au Sahara », le minéral comme « quête », la dimension anthropologique du bol comme « objet primitif » etc.). Il en va de même pour Barbara qui livre le récit de ses voyages sur son blog, une annexe de son site au design travaillé, où elle s'exprime sous forme de journal : sous la forme d'un carnet de voyage, elle commente par exemple les paniers traditionnels et les bijoux d'Afrique du Sud d'inspiration traditionnelle, ou les tissus imprimés indiens qu'elle a dénichés à New Delhi, témoignant ainsi d'un regard professionnel appliqué en tous temps et en tous lieux. Martina laisse elle aussi entrevoir les coulisses de son travail créatif, en présentant sur internet ses fauteuils en cours de rénovation, mais aussi des aspects de sa vie intime à travers des albums photos (animaux domestiques, jardin, travaux entrepris dans son habitation). Autant d'aspects qu'elle rend par ailleurs accessibles par l'ouverture physique du lieu : elle fait entrer les clients dans son atelier et leur fait toucher différents échantillons de tissu qu'elle utilise pour recouvrir ses fauteuils (« de tout : lin, mohair, satin, soie, synthétique »), mais elle accueille aussi des visiteurs dans sa maison qu'elle fait « visiter aux clients les plus sympathiques », écrit-elle sur son site web. De manière générale, la visite de clients à l'atelier est une situation typique illustrant ce phénomène de certification : elle amène la preuve que l'on travaille ici, que le produit/l'œuvre est « local », élaboré/conçu/fabriqué le plus souvent dans un environnement

personnalisé – jardin, maison, atelier – offert au regard et décoré avec des objets d'art ou personnels (objets exotiques ou ramenés de voyage, affiches et reproductions graphiques que l'on affectionne, photographies, « beaux livres »...). On retrouve cette porosité entre espace professionnel et espace privé qui participe du rapprochement de leur activité avec les mondes de l'art, qui contribue à la valorisation axiologique voire à l'artification de celle-ci. Or cette indistinction compte parmi les caractéristiques du « style de vie artiste », la création en régime vocationnel de singularité étant supposée constituer une activité « naturelle » du créateur essentialisé dont « la muse accouche sans désespérer » (Barthes, 1957).

Outre ces conditions matérielles, ces mises en actes et en récit de la valeur du travail supposent la mobilisation de ressources nécessaires au déploiement de la compétence relationnelle qui permettent de faire fructifier cette plus-value symbolique que renferme le travail¹¹. Il s'agit précisément des propriétés sociales identifiées – séparément ou cumulées – chez les enquêtés (origine sociale favorisée, haut niveau de diplôme, responsabilités professionnelles passées, cosmopolitisme). L'enquête auprès des artisans du canton des Corbières montre à ce titre l'apparition d'une « nouvelle aristocratie du travail indépendant » où l'habitus et la détention d'un important capital social de certains artisans « post-néoruraux » (Perrenoud, 2012) leur confère un sens du placement particulièrement efficace dans le champ/marché du travail. De la capacité (compétence relationnelle, capital symbolique) des acteurs à mettre en récit cette accumulation de valeur dépendent en effet en grande partie la réussite et la reconnaissance habituellement naturalisées sous les atours du « talent ». Il faut donc aussi reconnaître le caractère variable, relatif et contingent des rétributions dans ces métiers indépendants : un ensemble de dispositions sociales est nécessaire pour s'épanouir comme artisan d'art, même si cette vérité s'exprime sur un mode naturalisé.

Un ensemble de dispositions sociales est nécessaire pour s'épanouir comme artisan d'art, même si cette vérité s'exprime sur un mode naturalisé.

même si cette vérité s'exprime sur un mode naturalisé.

même si cette vérité s'exprime presque toujours sur un mode naturalisé (« personnalité », « goût », illusion biographique, etc.). Si certains aspects de la réalisation de soi (statut d'indépendant, vie en milieu rural, activité de création...) sont recherchés délibérément et attendus lors de l'entrée dans le métier, d'autres formes de rétributions se dessinent au gré de l'exercice et de l'intégration professionnels et sont tributaires d'une compétence relationnelle vécue comme une qualité personnelle et naturelle. Cette capacité à valoriser son travail et donc *in fine* à (bien) le vendre est donc exprimée sur un

11/ À plus forte raison pour des artisans d'art dont l'implantation géographique – comme dans le canton de N. dans les Corbières – favorise l'accès à une clientèle aisée et bien « disposée » (gentrifieurs) : « c'est une clientèle quand même d'arrière-pays, donc assez sophistiquée, c'est une autre clientèle que la côte... [...] Ma clientèle régulière surtout c'est des femmes professionnelles, c'est des médecins, des profs, des avocats. » (Barbara, styliste.)

mode euphémisé : « aimer le contact », « le dialogue », « raconter », « expliquer » etc. Mais elle mérite d'être prise au sérieux car loin d'être le fruit d'un calcul intéressé, cette euphémisation de la vérité objective relève d'une croyance partagée dans le jeu social qui motive l'engagement dans (et l'attachement à) l'activité.

Enfin, on notera que les rétributions n'existent qu'aux yeux des acteurs, en fonction de leurs attentes et de leurs valeurs, en fonction de ce qui compte pour eux. Ces rétributions dépendent notamment d'un ajustement entre un habitus – une disposition à la vocation, par exemple – et ce que peut offrir l'espace en question, qui autorise à percevoir ces rétributions comme *étant précisément des rétributions*. Ainsi Régis justifie son attirance pour la fabrication de poterie « utilitaire » par le fait de « ne pas avoir la capacité de faire une démarche artistique », mais surtout par le fait de « se sentir bien » dans ce type de travail, qui le « rapproche de quelque chose [...] de la manière dont il voulait vivre ». Il existe donc un véritable travail d'inculcation de ce que peut offrir cet espace d'investissement, et c'est en ce sens que les acteurs accordent aussi leurs dispositions et ce que peut offrir l'activité.

LES TEMPS ET LES LIEUX DU TRAVAIL : STYLE DE VIE, ACTIVITÉ ET COLLECTIF PROFESSIONNEL

Alors que les rétributions du travail présentées jusqu'alors étaient intimement liées au résultat (construction, objet, produit fini, etc.), on propose ici d'examiner ce que la satisfaction doit au procès de travail et à l'activité eux-mêmes, mais aussi à leur cadre spatial et temporel, engageant tout un mode de vie. Celui-ci permet ainsi aux enquêtés de résoudre la tension entre certains éléments peu satisfaisants (revenus, protection sociale notamment) et un bonheur à exercer leur métier, et c'est là un aspect particulièrement marqué du travail indépendant¹².

■ Le métier comme style de vie

En tant que manière de vivre¹³, et principe unificateur de pratiques (Bourdieu, 1979, 195), le style de vie adopté par les artisans

12/ Sur ce point-là, cet aspect viendrait compléter les analyses de Baudelot, Gollac *et al.*, essentiellement centrées sur le salariat, et abordant moins les porosités entre sphère domestique et sphère professionnelle.

13/ Sur la dimension polysémique et large de la notion anthropologique de « style », cf. : « Du style », *Critiques*, Paris, Éditions de minuit, 2010. L'idée de « manières de vivre » renvoie à l'article de M. Macé de ce même numéro (Macé, 2010).

est le produit d'un goût. « Propension et aptitude à l'appropriation (matérielle et/ou symbolique) d'une classe déterminée d'objets ou de pratiques classés et classants » (Bourdieu, 1979, 193), il fait que « l'on a ce que l'on aime et on aime ce que l'on a ». Il s'agit en l'occurrence d'une vie à la campagne¹⁴, le plus souvent dans une maison construite, réparée et aménagée par les professionnels eux-mêmes ; à quelques pas de l'habitation ou dans le village voisin se trouvent l'atelier et souvent une boutique, dont l'acquisition est elle aussi conditionnée par un ajustement préalable à la communauté professionnelle et/ou locale ; ces indépendants ont pour la plupart un train de vie modeste que compensent d'autres ressources matérielles (potager, environnement « sain »...) et bien sûr, professionnelles (temps de travail choisi et non contraint, absence de subordination hiérarchique, commodités offertes par la porosité spatiale et temporelle entre espace domestique et professionnel). Le style de vie est vécu comme une rétribution chez les professionnels que nous avons pu rencontrer, et il s'agit d'un élément qui ne dépend ni de la rétribution financière (revenu pécuniaire, prix du travail etc.), ni de l'*illusio* vocationnelle et artistique, ni de la rétribution symbolique liée à la valeur des productions-créations et aux consécrationes identitaires qu'elles génèrent (reconnaissance, légitimité, estime de soi). S'il est une source de bonheur récurrente et importante que nous avons pu relever parmi les métiers enquêtés, c'est en effet cette forme d'accord entre travail et emploi qui se déploie dans leur style de vie, qui comprend le rapport au temps et à l'espace développé par ces professionnels, et notamment tous les éléments relevant du domestique, du cadre de vie, du local : il renvoie à une stabilité et une recherche de quiétude très différentes de ce que l'on trouve chez la plupart des artistes consacrés ou recherchant la consécration. Parvenir à l'obtention de cette qualité de vie requiert cependant une disposition ascétique soulignée par les enquêtés eux-mêmes, à l'opposé du « bricolage » déjà dénoncé par ces artisans néoruraux des années 1970 qui « réussissent », évoqués par D. Hervieu-Léger et B. Hervieu (Hervieu et Hervieu-Léger, 2005, 117) :

« Je ne fais pas peut-être beaucoup d'argent, mais c'est la liberté, [...] et ça, ça vaut de l'or... Mais ça marche parce que je suis très disciplinée, ça c'est pas tout le monde qui peut le faire. » (Barbara, styliste)

Ainsi, s'il est un dénominateur commun parmi les styles de vie observés chez les différents enquêtés, c'est bien celui de « qualité de

14/ Par exemple, les céramistes vivent en grande majorité en milieu rural (77 % des répondants), mais plus encore : 45 % vivent dans une commune de moins de 1000 habitants comme c'est le cas de tous les artisans d'art du canton de N.

vie », qui confère des propriétés récurrentes à ces indépendants en dépit d'un ancrage identitaire, territorial et professionnel différent.

Ce style de vie, qui trouve donc comme principe équivalent la qualité de vie, est vécu comme une véritable rétribution, un « luxe » dont les éléments sus-cités forment un ensemble de pratiques et de façons de faire, non pas distinctives ici, mais valorisées et dignes d'intérêt aux yeux de ceux qui les adoptent. La précarité financière est par exemple regrettée et déplorée, mais ce à quoi aspirent les enquêtés lorsqu'ils évoquent leurs désirs, leurs rêves et leur souhaits ne renvoie pourtant pas à une consommation massive, et les discours sont exempts des objets qui cristallisent ostensiblement les valeurs de la société de consommation (voitures, vêtements, bijoux). C'est « autre chose » qu'ils recherchent :

- « C'est sûr qu'on a quitté Paris, de bons salaires, pour venir ici, puis là, tout notre fric passe dans la baraque.
- *Donc vous changez aussi de niveau de vie ?*
- Complètement. Mais à la fois, le niveau de vie qu'on a ici il est cent fois meilleur que celui qu'on avait à Paris. On a une qualité de vie, une qualité de produits alimentaires, de produits locaux, et puis bon on a pas les prix de Paris quand même... Tout est quand même moins cher. » (Martina, tapissière)

Pour un certain nombre d'enquêtés, le fait de vivre sur un territoire et d'en profiter va d'ailleurs souvent de pair avec le fait d'y travailler et donc de contribuer à le faire vivre : exprimée de façon plus ou moins explicite par nos enquêtés, cette relation rejoint ainsi la valeur et le sens « civique » du travail évoqué plus tôt dans cet article. Nécessité faite vertu, principe même du goût, le style de vie de ces indépendants, parce qu'il est au principe d'une qualité de vie, serait finalement justement ce que l'on peut opposer à celui qui « perd sa vie à la gagner ». Même si cette évaluation peut être assez éloignée des critères objectifs de mesure de la qualité de l'emploi, on trouve dans ce sentiment de maîtrise générale d'un environnement de multiples sources de satisfaction – depuis le temps bref du geste dans un lieu adéquat et intime (on travaille « chez soi ») jusqu'à l'inscription du temps biographique dans un espace choisi (région, village).

■ Une satisfaction au cœur de l'activité « indépendante »

Si le métier renvoie au temps et à l'espace d'un style de vie, c'est aussi l'expérience même de son exercice qui participe de cette félicité dans le travail, de cette rétribution essentielle : la réalisation de soi *dans et par* le travail.

Celle-ci est largement tributaire du cadre organisationnel du travail indépendant et des façons de faire qu'il autorise : en rapport direct avec le travail indépendant qui est au cœur de notre objet, le contrôle du geste artisanal/artistique procure une importante satisfaction dans le rapport à l'emploi, largement justiciable de la notion d'autonomie. C'est le choix des gestes, de leur adaptation et de leur libre modification : autodéfinition des cadences, horaires, techniques, outils ; changements et modifications des rythmes et des contenus face aux difficultés physiques et à la douleur tout d'abord (qui sont régulièrement évoquées par tous les enquêtés), mais également face aux possibles moments de « routine »¹⁵ dans le rapport au travail. « D'avoir cet espèce de... de maîtrise, un peu de tout. C'est-à-dire de faire que entre l'outil, la connaissance de la matière... d'être... si je décide de faire quelque chose je peux le faire. » (Régis.) C'est aussi pour cela que Martina choisit ses tissus (épais, comme le velours, avec « du volume »), ou qu'elle choisit de faire des petits fauteuils parce que « c'est plus varié en termes de matériaux et plus créatif ».

Plus généralement, la capacité à « chercher son geste » soi-même, pour soi-même, est un des éléments centraux dans le rapport entre qualité du travail, qualité de l'emploi et style de vie (indépendant rural, mais « créateur »). On est à l'opposé du travailleur aliéné, dépossédé même de sa capacité à définir ses gestes : c'est dans l'accomplissement des gestes à la fois professionnels et personnels, dans l'élaboration – tant individuelle que collective – des manières de faire que l'on retrouve le sens du « travail social » marxien, et sa dimension potentiellement émancipatoire. À une possible abstraction du travail faisant de lui une activité aliénante¹⁶, de nombreux travaux ont opposé le travail artisanal comme utopie de forme de travail, où les contraintes sont acceptées sur le mode du « cela va de soi » (Zarca, 1988, 251).

Le plaisir au travail réside aussi dans les interstices des différentes phases et facettes du métier, dans les rythmes et les temporalités courtes liées à l'exécution du geste. C'est par exemple avec la notion de « vrai boulot », c'est-à-dire ce qui fait réellement sens pour les acteurs, ce qui compte pour eux dans leur activité, que se mesure

15/ Les nécessités de diversification de l'activité conduisent bien souvent à développer – même partiellement – une certaine « routine », par exemple chez les céramistes qui mettent au point deux types de production différents : l'un permet la libre expansion de la créativité et la prise de risque, l'autre « assure les arrières » avec des pièces de petites séries facilement vendables, mais dont la fabrication s'avère plus répétitive.

16/ Chez G. Friedmann avec le « métier global » fondé « sur une culture technique et la fierté de l'achèvement d'un produit » (Friedmann, 1956) mais aussi avec les concepts d'« œuvre » et de « travail » chez H. Arendt, ou encore dans les théories critiques avec la réification.

cette dimension expérientielle et bien souvent difficilement tangible : « Dans ces moments de félicité, les travailleurs inventent, ou réinventent, un accord avec leur activité de travail. [...] Cette valorisation [...] ne requiert ni audience ni public – tiers, collègue, hiérarchie, client, etc. Elle concerne un équilibre goûté pour lui-même, plutôt que des capacités données en spectacle. [...] Le vrai boulot ne relève pas principalement d'une validation externe du travail, mais d'un rapport personnel entretenu avec les éléments du "faisceau de tâches" » (Bidet, 2011, 9)

Chez Sylvie, le vrai boulot est par exemple ce moment dans lequel elle parvient à contourner, dit-elle, l'angoisse de la page blanche en réussissant « l'expression d'un email », et en parvenant à trouver « l'accord » entre celui-ci et la surface en grès. Chez Régis, ce sont les instants passés devant son four à guetter ce point de température d'avant-fusion pour mener une pièce à maturité, qui, s'il est dépassé, donnera une pièce « ratée » : ce sont en fait tous ces instants et phases du travail dans lesquels les acteurs voient des raisons de s'engager, et qui lui donnent son sens. De ce point de vue, au-delà de la « rétribution » entendue comme une récompense obtenue à la suite d'un travail accompli, on a ici affaire à une satisfaction résultant d'une implication heureuse et savoureuse de ce qui est effectué dans le cours de l'activité : c'est ce que Baudelot, Gollac (dir.) ont relevé à travers une catégorie d'accomplissement dans le travail désignée par le « faire ». Dans une perspective plus large, ce sont toutes ces rétributions vécues pour elles-mêmes et sans autre forme de contre-don : « cette satisfaction n'est pas reçue "en échange" de leurs activités [...] ; elle réside dans l'accomplissement même des activités, comme il en va, par exemple, dans le plaisir que trouvent des joueurs à pratiquer leur sport favori. » (Lagroye et Siméant, 2003, 54)

■ L'espace collectif de l'activité : ses ressources identitaires, matérielles et affectives

Enfin, il ne faut pas non plus négliger les gratifications liées à l'inscription dans des collectifs de vie et de travail, comme autant de communautés professionnelles et/ou locales : la dimension collective de l'activité, en incluant les pairs et le public qui sont les instances à même d'attester de l'appartenance de l'acteur au groupe professionnel ainsi que de la qualité de son travail, est particulièrement importante. C'est aussi ce à quoi renvoie le registre du « contact » comme première source de bonheur dans le travail, répertoriée dans l'ouvrage dirigé par C. Baudelot et M. Gollac. Chez les céramistes d'art, les rétributions liées à la dimension collective de l'activité

renvoient surtout au contact avec les pairs, à la forte structuration collective (associations et chambre syndicale)¹⁷. Mais pour être plus informels pour la plupart des autres enquêtés, ils n'en sont pas moins importants, tant le fait de partager un style de vie et des aspirations avec d'autres artisans d'art et « créateurs » locaux est un aspect primordial pour la construction de soi et pour la construction collective de ces espaces peuplés de créateurs singularisés, mais toujours au sein d'un espace collectif. Sans assigner une identité homogène et commune à tous les membres d'un groupe professionnel ou aux indépendants vivant et travaillant sur un même territoire, ces artisans d'art partagent le socle commun de ces conditions de vie, de travail et de valeurs. Cela est à la fois une condition et une conséquence de l'intégration à la communauté professionnelle, constituant la part sociale du capital spécifique.

« Donc du coup on a acheté ici parce que aussi t'as plein de gens... T'as le directeur de FR3 Montpellier, t'as plein de littéraires, t'as des gens qui viennent de partout. Y'a une culture qui est hyper présente, c'est marrant. C'est vrai que c'est tout un petit noyau, une fourmilière qui est pleine de... on va pas dire d'intellos, mais soit artistique, soit intellos, soit ci, soit ça. Et en fait tout ça, ça se mélange et c'est assez sympa. » (Martina, tapissière)

« J'ai acheté une maison à l'extérieur mais très vite je suis revenue à N., c'est comme si quelque chose m'appelait... [...] C'est vrai qu'ici, bon beaucoup de gens vont dire la même choses, je sais pas si vous le sentez, mais y a quelque chose que... moi je suis pas New age et tout ça, mais il y a quelque chose ici ! Y a une... une énergie, une force qui attire un certain type de personne, ça va pas à tout le monde, mais c'est vrai qu'il y a beaucoup d'artistes, (...) C'est sûr que un peu d'argent c'est toujours le bienvenu, mais bon c'est pas une priorité... moi je m'éclate, je travaille dans un lieu super, je rencontre des gens génial aussi donc c'est une ensemble... » (Barbara, styliste)

Sans occulter ni évacuer le vécu des difficultés physiques et de la précarité économique, deux aspects du métier parfois vécus douloureusement, la validation de la professionnalité et l'intégration au collectif est une source de bonheur très importante évoquée par les enquêtés. Cette prise en compte du paradigme de « l'homo sociologique » et de la qualité des relations sociales renvoie d'ailleurs aux conceptions contemporaines de l'intégration professionnelle (Paugam, 2007) et de la « mesure du bonheur ». Chez les artisans d'art, cette intégration constitue une forme de compensation et de rétribution à la fois sociale, symbolique et matérielle :

17/ Les céramistes d'art sont l'un des groupes professionnels de métiers d'art les plus structurés en France : en plus de la Chambre syndicale des céramistes et ateliers d'art de France (AAF), il existe plusieurs dizaines d'associations de professionnels locales et régionales, dont 19 sont regroupées dans le Collectif national des Céramistes (CNC). Cette fédération d'associations revendique regrouper 750 ateliers (sur une population estimée entre 1 650 et 2 000 professionnels).

– de façon subjective, avec un sentiment d'appartenance et de reconnaissance à la fois rassurant (les collègues sont aussi souvent des « copains ») et gratifiant, qui pallie la solitude, la routine et l'incertitude des carrières ;

– de façon objective, en termes de qualité de vie, d'opportunités et d'apports matériels : entrées sur des marchés avec sélection des œuvres présentées, accès à des commandes, valorisation collective du travail/œuvres, solidarité en cas d'accident et formes de mutualisation des risques¹⁸, échange de « trucs », de recettes d'émaux et de plans de fours chez les céramistes, prêt de matériel, achats collectifs de matières premières et autres « coups de main » de façon plus générale.

Tous les individus rencontrés partageaient cette forme de socialisation communautaire et professionnelle, condition *sine qua non* à une intégration réussie (installation de l'activité et maintien)¹⁹. Très rares en effet sont ceux qui se lancent dans la carrière sans avoir les dispositions pour le faire. Il s'agit d'une part d'un capital social spécifique et de dispositions ascétiques, dont on a ici montré l'importance dans l'ajustement préalable et nécessaire à l'intégration à une « communauté » professionnelle mais aussi locale, sur le plan géographique et/ou politique. D'autre part, il ne faut pas oublier d'autres propriétés sociales héritées des instances de socialisation primaire et secondaire (famille, études, voyages), autorisant le déploiement de cette version modeste et souvent rurale du « style de vie artiste » et du travail créatif indépendant.

Tous les individus rencontrés partageaient cette forme de socialisation communautaire et professionnelle, condition *sine qua non* à une intégration réussie.

CONCLUSION

Les dimensions objective et subjective du travail sont intimement imbriquées dans la construction et la perception de la satisfaction au travail, *l'illusio* n'occultant pas des éléments matériels tels que le temps et l'organisation du travail. « L'enchantement », jeu social qui méconnaît en même temps qu'il reconnaît le tabou du calcul et de l'intérêt et auquel participent les acteurs avec plus ou moins d'habileté sociale spontanée, a par exemple des conséquences

18/ Il existe, chez les céramistes, certains systèmes tels que « Terre de solidarités » à l'échelle nationale, un fonds géré par AAF et le CNC, qui attribue chaque année des sommes destinées à venir en aide à certains céramistes rencontrant des difficultés d'ordre professionnel (incendie d'un four, inondation, production détruite...) ou personnel (décès du conjoint, maladie grave...).

19/ Nous avons quelques très rares exemples d'« échecs », professionnels installés ayant contourné la socialisation au groupe professionnel et aspirant souvent à des consécration artistiques plus importantes : ceux-ci souffrent d'un sentiment de désajustement avec « les autres », et d'exclusion professionnelle voire de marginalisation de la vie locale.

réelles : non seulement sur la valeur marchande et axiologique du travail, mais aussi sur la construction d'une identité professionnelle de créateur. Par ailleurs, tenir compte du rapport anthropologique aux temps et aux espaces du travail permet de mettre en évidence l'idée que les acteurs, loin d'être aveuglés par leur croyance, ne sont pas pour autant de simples *homo economicus*, et que l'engagement dans l'activité et ses rétributions ne se fait pas seulement en termes de ce calcul coûts/bénéfices. Ces rétributions résultent aussi de la capacité à éprouver du plaisir et de la satisfaction dans le quotidien du travail, félicité à laquelle participe aussi l'environnement et la possibilité qu'il offre de donner une valeur à son travail, en puisant parfois dans des principes généraux (plaisirs « moyens » d'une vie simple à la campagne notamment) parfois bien étrangers aux espaces artistiques consacrés.

Mais à l'inverse, en prenant note de l'inégale répartition des dispositions nécessaires à l'épanouissement dans ces espaces-là, on comprend combien la frontière est tenue entre l'émancipation et l'aliénation, entre la rétribution et le déclassement ou la marginalisation pour les « perdants » de ce jeu social ; combien également sont ambivalentes les notions d'autonomie, d'indépendance, de réalisation de soi. On notera enfin que les compétences relationnelles de ces professionnels jouent un rôle d'autant plus crucial du fait de la relative absence d'« intermédiaires du travail artistique » (Lizé, Naudier et Roueff, 2011), habituellement chargés de la transmutation des qualités (en particulier esthétiques) des productions-créations en valeur commerciale : la vente directe est un atout dans des territoires peuplés de clients gentrificateurs bien dotés en capital culturel et économique, comme à N., où les effets de communauté favorisent une inscription durable dans ce marché local, si et seulement si les professionnels installés sont suffisamment bien ajustés aux caractéristiques sociales du lieu et de ses habitants.

Flora Bajard
Institut des Sciences Sociales,
Université de Lausanne
LaSSP, IEP de Toulouse
flora.bajard@gmail.com

Marc Perrenoud
Institut des sciences sociales,
Université de Lausanne
marc.perrenoud@unil.ch

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- BAJARD F., DOGA M., PERRENOUD M., 2011 *La qualité de l'emploi artistique ; Rapport sur « le travail indépendant à dimension artistique »*, Rapport pour le Ministère de la Culture (Département des Études de la Prospective et des Statistiques).
- BARTHES R., 1957 *Mythologies*, Paris : Seuil.
- BAUDELOT C., GOLLAC M. (dir.), 2003 *Travailler pour être heureux ? Le bonheur et le travail en France*, Paris : Fayard.
- BECKER H. S., 1988 *Les mondes de l'art*, Paris : Flammarion.
- BIDET A., 2011 *L'engagement dans le travail : qu'est-ce que le vrai boulot ?*, Paris : Presses universitaires de France.
- BOLTANSKI L., THÉVENOT L., 1991 *De la justification : les économies de la grandeur*, Paris : Gallimard.
- BOURDIEU P., 1979 *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris : Minuit.
- BOURDIEU P., 1994 *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris : Seuil.
- BOURDIEU P., 1997 *Méditations pascaliennes*, Paris : Seuil.
- DAVOINE L., 2012 *Économie du bonheur*, Paris : La Découverte.
- FREIDSON E., 1986 Les professions artistiques comme défi à l'analyse sociologique, *Revue française de sociologie*, vol. 27, n° 3, p. 431-443.
- FRIEDMANN G., 1956 *Le travail en miettes : spécialisation et loisirs*, Paris : Gallimard.
- HEINICH N., SHAPIRO R., 2012 *De l'artification enquêtes sur le passage à l'art*, Paris : Éditions EHESS.
- HERVIEU B., HERVIEU-LÉGER D., 2005 *Le retour à la nature, au fond de la forêt... l'État*, La Tour-d'Aigues : Éditions de l'Aube.
- JOURDAIN A., 2010 La construction sociale de la singularité. Une stratégie entrepreneuriale des artisans d'art, *Revue française de socio-économie*, vol. 6, n° 2, p. 13-30.
- JOURDAIN A., 2012 Réconcilier l'art et l'artisanat ? Une étude de l'artisanat d'art, *Sociologie de l'art*, n° 21, p. 19-42.
- LAGROYE J., SIMÉANT J., 2003 Gouvernement des humains et légitimation des institutions, in : *Être gouverné, Études en l'honneur de Jean Leca*, dans Favre P. et al., Paris : Presses de Sciences Po, p. 53-71.
- LIZE, W., NAUDIER D., ROUEFF O., 2011 *Intermédiaires du travail artistique : à la frontière de l'art et du commerce*, Paris : La Documentation française.
- MACÉ M., 2010 Extension du domaine du style, *Critique* n° 752-753 (1), p. 3-5.
- PAUGAM S., 2007 La solidarité organique à l'épreuve de l'intensification du travail et de l'instabilité de l'emploi, dans Paugam S., *Repenser la solidarité*, Paris : PUF, p. 379-395.
- PERRENOUD M., 2008 Les artisans de la « gentrification rurale » : trois manières d'être maçon dans les Hautes-Corbières, *Sociétés contemporaines*, n° 3, p. 95-115.
- PERRENOUD M., 2012 Artisanat et gentrification rurale en France méridionale, *SociologieS*.

- RALLE P., 2006 Mesurer et analyser la qualité de l'emploi, *Connaissance de l'emploi, Le 4 pages du Centre d'études de l'emploi* (32).
- SAPIRO G., 2007 La vocation artistique entre don et don de soi, *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 168, n° 3, p. 12-33.
- STROOBANTS M., 2009 Dénouer les ficelles du métier, *Techniques & Culture. Revue semestrielle d'anthropologie des techniques*, vol. 51, n° 2, p. 164-179.
- SUAUD C., 1975 L'imposition de la vocation sacerdotale, *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 1, n° 3, p. 2-17.
- VATIN F., 2009 *Évaluer et valoriser : Une sociologie économique de la mesure*, Toulouse : Presses Universitaires du Mirail.
- ZARCA B., 1986 La vie militante d'un peintre en lettres, *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 62, n° 1, p. 83-92.
- ZARCA B., 1988 Identité de métier et identité artisanale, *Revue française de sociologie*, vol. 29, n° 2, p. 247-273.