



## 11 millions de Français sont des makers qui souvent s'ignorent...

A l'occasion de Maker Faire Paris, Leroy Merlin dresse, avec l'ObSoCo, le portrait de ces makers qui conçoivent, fabriquent, transforment ou customisent des objets.

23

NOV

11:00

**Philippe MOATI,**

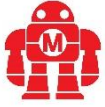
cofondateur de l'ObSoCo dévoile les enseignements de l'**Observatoire du faire**, pour aller à la découverte des makers français.

Maker Faire Paris  
Cite des sciences et de l'industrie  
30, avenue Corentin-Cariou  
75019 Paris

# PREMIERS ENSEIGNEMENTS

- > **26 % des Français interrogés déclarent avoir, au cours des 12 derniers mois, conçu, fabriqué, transformé ou customisé** des objets (meubles, objets décoratifs, encadrement, accessoires, pièces détachées...). Cela correspond à environ **11 millions de personnes**. Ces personnes sont désignées dans l'étude par le terme de « makers », même si la plupart ignore la signification de ce mot et seulement 14 % se revendiquent comme des « makers ».
- > Les makers sont surreprésentés chez les jeunes (les **moins de 35 ans** ne représentent que **38 %** de l'ensemble) et, dans une moindre mesure parmi les CSP+ (et notamment de « créatifs culturels »), cette pratique traverse les différentes composantes de la population.
- > **62 % des makers s'inscrivent dans une pratique occasionnelle**, inférieure à 1 fois par mois. Mais un sur deux dit avoir une passion pour l'activité. Les pratiquants du travail sur les objets sont ainsi très inégalement engagés dans l'activité : celui qui pratique occasionnellement, en dilettante, côtoie le quasi-professionnel qui pratique régulièrement et qui fait de cette activité un centre d'intérêt important dans sa vie.
- > La pratique du travail sur les objets obéit une variété de motivations qui est dominée par un **désir d'expression de soi** (retenu comme une de leur principale motivation par **43 %** des makers interrogés), le souhait de disposer de quelque chose d'unique qui corresponde vraiment à ses goûts, ainsi que le motif de détente et de distraction.

- > Durant la pratique de leur activité, les makers disent ressentir du plaisir, mais aussi d'être dans un état de concentration qui fait tout oublier. **A 90 %, ils se disent fiers d'avoir réalisé quelque chose par eux-mêmes.**
- > Le travail sur les objets est donc source de bien-être hédonique, mais aussi de **bien-être « eudémonique »** (épanouissement personnel, sens donné à la vie), et ce de manière croissante avec le degré d'engagement dans la pratique. Dès lors, on ne s'étonne pas d'observer, au niveau plus général, que les makers, dès lors qu'ils ont atteint un certain niveau d'engagement dans la pratique, se révèlent en moyenne plus satisfaits de leur existence et affichent un bilan de bien-être psychologique plus favorable que l'ensemble de la population.
- > Les lieux dédiés à la pratique - de type fablabs, hackerspaces ou Techshop - se révèlent à la fois peu pratiqués et peu connus par les makers interrogés (par exemple, **les fablabs ne sont connus que par 10 % des makers**). Pourtant, une fois que le principe de ces lieux leur est présenté, ils manifestent un très fort intérêt : ils sont 95 % à déclarer qu'ils seraient « certainement » ou « probablement » amenés à les fréquenter si de telles structures venaient à ouvrir à proximité de chez eux. Plus étonnant, cette déclaration d'intérêt dépasse de beaucoup les seuls makers ! En brassant des populations appartenant à tous les milieux, à toutes les tranches d'âge... ces lieux auraient la faculté de nourrir le fameux « vivre ensemble ».



11 millions de Français  
sont des makers



38%  
ont moins de 35 ans.



62%  
s'inscrivent dans une pratique  
occasionnelle



43% des makers  
expriment un désir d'expression  
de soi,



90%  
se disent fiers d'avoir réalisé quelque  
chose par eux-mêmes.



Philippe MOATI est professeur agrégé d'économie à l'Université Paris-Diderot. Ses axes de recherche privilégiés sont les transformations du système productif et, plus généralement, les mutations du capitalisme (en prenant en compte les dimensions sociétales). Au cours des 23 ans passés au Crédoc, il a développé une expertise reconnue sur le secteur du commerce ainsi que sur les comportements de consommation. Il assure la co-présidence de l'Association L'Observatoire Société et Consommation

Merci de confirmer votre présence à

Presse & Cie | Marine Merveillie | [mmerveillie@presse-cie.com](mailto:mmerveillie@presse-cie.com) | 06 75 39 59 12