

Mémoire pour l'obtention du diplôme ES de MSP

Dans les pas de l'artisanat

Ou la perception du concept de la Valorisation des rôles sociaux à travers la pratique artisanale aux ateliers Saint-Hubert



Gabbud Bertrand

Référent thématique : Volluz Régis

Ecole supérieure – Domaine Social Valais

Filière ASP – Promotion 2015

Sion, octobre 2017

Résumé

Le concept institutionnel de Saint-Hubert s'inspire de la valorisation des rôles sociaux. Mon intention dans ce travail est d'analyser comment les collaborateurs perçoivent sa mise en application par les maîtres socioprofessionnels.

L'analyse des réponses obtenues à travers les entretiens démontre que les collaborateurs ont une perception généralement positive grâce à la qualité des objets qu'ils réalisent et par le fait qu'ils se sentent utiles à la société, parce que le produit de leur travail a une finalité commerciale. Toutefois, certains aspects traités nuancent les résultats. C'est notamment le cas lorsque des questions, comme la réalisation professionnelle ou la question de la rémunération, sont abordées. Il apparaît un sentiment d'inégalité entre le travail fourni et le salaire perçu en contrepartie.

Une attention de tous les instants est nécessaire pour veiller à l'application de la VRS dans tous les aspects qui sont perçus différemment d'un individu à l'autre selon leur parcours personnel et professionnel. L'échange entre les différents intervenants est primordial pour faire coïncider la pratique sur le terrain avec la théorie.

Mots clés

Mission Institutionnelle – Valorisation des rôles sociaux – Artisanat -Perception

Remerciements

J'adresse mes remerciements à toutes les personnes qui m'ont aidé lors de la réalisation de ce travail de mémoire :

À mon épouse Catherine et à mes filles Lou-Anne et Mahé, leur aide précieuse dans les tâches quotidiennes et scolaires, leur compréhension lors de mes absences m'ont permis de dégager suffisamment de temps pour l'élaboration de ce document ;

À mon référent thématique, Régis Volluz, il m'a guidé dans mon travail, me rassurant lors de moments de doute grâce à ses apports avisés ;

Aux personnes qui m'ont accordé leur confiance lors des entretiens, ces échanges constituent l'âme de ce travail de recherche ;

À Rosalie et Vincent Délèze-Schaller, pour leur relecture attentive.

Avertissement

Les opinions émises dans ce mémoire n'engagent que leur auteur, qui atteste que ce document résulte de son propre travail.

Illustration

Photo de couverture : Image personnelle de la production artisanale de l'atelier Saint-Hubert de Monthey

Table des matières

| | |
|---|----|
| 1. Introduction | 1 |
| 1.1 Cadre de recherche..... | 1 |
| 1.1.1 Illustration | 1 |
| 1.1.2 Thématique traitée | 1 |
| 1.1.3 Intérêt présenté par la recherche | 2 |
| 1.2 Problématique | 2 |
| 1.2.1 Question de départ | 2 |
| 1.2.2 Précisions, limites posées à la recherche..... | 3 |
| 1.2.3 Objectifs de la recherche | 4 |
| 1.3 Cadre théorique et/ou contexte professionnel | 4 |
| 1.3.1 La mission de la Fondation Saint-Hubert | 4 |
| 1.3.2 Valorisation des rôles sociaux..... | 5 |
| 1.3.3 Equivalent culturel valorisé | 6 |
| 1.3.4 Perception..... | 7 |
| 1.4 Cadre d'analyse | 8 |
| 1.4.1 Terrain de recherche et échantillon retenu | 8 |
| 1.4.2 Méthodes de recherche | 8 |
| 1.4.3 Méthodes de recueil des données et résultats de l'investigation | 9 |
| 2. Développement..... | 10 |
| 2.1 Introduction | 10 |
| 2.2 Equivalent culturel valorisé | 10 |
| 2.3 Compétences et savoir-faire..... | 14 |
| 2.4 L'image sociale..... | 18 |
| 2.5 La reconnaissance | 23 |
| 3. Conclusion | 27 |
| 3.1 Résumé et synthèse de la recherche | 27 |
| 3.1.1 Synthèse..... | 27 |
| 3.1.2 Réponse à ma question de départ | 28 |
| 3.2 Limites du travail | 28 |
| 3.3 Perspectives et pistes d'action professionnelles | 29 |
| 3.3.1 Développement envisageable | 29 |
| 3.3.2 Pistes d'actions professionnelles | 29 |
| 3.4 Remarques finales | 30 |

| | |
|--|----|
| 3.5 Bilan final..... | 31 |
| 4. Bibliographie..... | 32 |
| Liste des Annexes | |
| Annexe A : La pyramide des besoins selon Abraham Maslow..... | A |
| Annexe B : Guide d'entretien..... | B |
| Annexe C : Extrait de la Grille de dépouillement..... | C |

1. Introduction

1.1 Cadre de recherche

1.1.1 Illustration

Une bonne odeur de bois embaume tout l'atelier. Les copeaux jaillissent dans un vrombissement sourd à mesure que les outils du tour à commande numérique taillent dans la masse d'érable. Tout cela me remémore mon métier de base, la menuiserie et l'ébénisterie. Cette activité odorante côtoie une autre que je découvre, la céramique. Là, mon odorat ne reconnaît rien, mais mes yeux perçoivent les gestes qui demandent tout autant d'assurance et de précision de la part des ouvriers affairés à leur tâche, avec de larges sourires qui égaient leurs visages.

Cette découverte date d'il y a trois ans, le jour où j'ai commencé à travailler au sein de la Fondation Foyers-Ateliers Saint-Hubert. Très vite, on m'a présenté le concept pédagogique sur lequel s'appuie notre action socioprofessionnelle, qui est l'application de la Valorisation des rôles sociaux (VRS), telle que définie par Wolf Wolfensberger en 1991 déjà : "Le développement, la mise en valeur, le maintien et/ou la défense de rôles sociaux valorisés pour des personnes - et plus particulièrement pour celles présentant un risque de dévalorisation sociale - en utilisant le plus possible des moyens culturellement valorisés." (Wolfensberger, 1991, p.53) Nous aurons l'occasion d'y revenir plus en détail tout au long de ce travail.

Le concept général de la VRS, tel qu'il est appliqué auprès des personnes en situation de handicap, repose sur un constat universel : les personnes qui sont perçues positivement par leur entourage ou la société ont plus de chance de vivre des situations d'apprentissage et de réalisation de soi, des relations communautaires variées, des possibilités de participer à la vie de la société, de vivre pleinement leur citoyenneté et par là-même de jouir des bonnes choses de la vie.

Lors d'échanges avec mes collègues maîtres socioprofessionnels (MSP), je m'aperçois qu'ils connaissent et suivent cette ligne de conduite de la VRS. Celle-ci accompagne leur mission quotidienne auprès des collaborateurs mais elle est perçue, par ceux-ci, de manière différente selon les sensibilités de chacun. Je me suis rendu compte de ces divers niveaux de perception lors des entretiens de satisfaction que j'ai eu l'occasion de réaliser ces deux dernières années. En ce sens, par ce travail de recherche, je veux connaître plus largement le ressenti des collaborateurs par rapport aux différents aspects découlant du concept de la VRS mis en place au sein de l'institution.

1.1.2 Thématique traitée

Afin de pouvoir analyser l'adéquation entre l'application de la VRS et la perception de celle-ci par les collaborateurs, je propose, dans ce travail, de m'intéresser aux aspects liés aux mots-clés suivants : la mission institutionnelle, la valorisation des rôles sociaux et l'artisanat. A travers le principe fixé par la VRS, je veux savoir si les bénéficiaires de l'action socioprofessionnelle ont le sentiment que notre rôle de MSP répond à leur besoin de valorisation grâce à :

- Une activité stimulante, utile et adaptée à leurs capacités ;
- L'utilisation et le développement de leurs compétences ;
- La création de contact social et d'appartenance à une équipe ;
- De la reconnaissance de la part de leur entourage, des MSP, des clients ;
- Une juste rémunération de leur travail.

1.1.3 Intérêt présenté par la recherche

Je viens d'un milieu où le travail manuel a toujours été valorisé. Le savoir-faire acquis est transmis au fil des générations, autrefois au sein de la famille, des proches parents ou encore au sein de la même communauté. Aujourd'hui, il s'agit d'apprentissages uniformisés au niveau cantonal ou national, avec l'obtention du Certificat fédéral de capacité (CFC) ou d'une Attestation de formation pratique (AFP). Ces diplômes permettent à chacun de se situer dans la société et d'être reconnu et valorisé.

Dans notre institution, nous réalisons des produits artisanaux qui trouvent preneur auprès d'une clientèle hétéroclite. Il s'agit de revendeurs sur les marchés, de restaurants, de collectivités, d'entreprises, etc. Nos collaborateurs n'ont souvent suivi aucun cursus d'apprentissage leur permettant de se prévaloir de connaissances pratiques dans le domaine artisanal, ou en lien avec leurs activités à Saint-Hubert. Et pourtant les produits fabriqués sont de belle facture et répondent avec satisfaction à la demande de nos clients. Certains reviennent même année après année avec des commandes que nous personnalisons selon leurs envies. La valorisation de nos collaborateurs serait donc plus liée aux produits finis qu'à une forme de validation par un quelconque diplôme.

Dans ma vie professionnelle actuelle, j'ai dû ajouter le concept de valorisation des rôles sociaux à la gestion de la production d'un atelier telle que je l'avais précédemment connue. La mission du MSP, au sein des Ateliers de la Fondation Saint-Hubert, comporte une action importante axée sur la production de biens et services. Ces activités permettent aux maîtres socioprofessionnels de valoriser les collaborateurs tout en assurant leur suivi social. Dans la partie artisanat, des compétences spécifiques sont mises en avant. Les ressources manuelles et artistiques de nos collaborateurs sont mises en exergue à travers une large diversité d'articles. La qualité de nos produits est mise en avant lors de notre recherche de clients potentiels. Nous nous efforçons de sensibiliser nos collaborateurs à cette qualité en leur renvoyant l'image positive de celle-ci auprès de notre clientèle. J'ai ainsi pu observer l'importance des retours positifs faits par nos clients lors de discussions avec les collaborateurs. Un sentiment de fierté, d'utilité, de valorisation de leur travail se dégage lors de ces moments d'échange.

C'est pourquoi, d'un point de vue tant personnel que professionnel, je souhaite approfondir cette thématique de la valorisation des rôles sociaux et l'apport concret qu'elle peut représenter dans la vie de nos collaborateurs. Enfin, je veux connaître leurs sentiments et savoir si cela répond à leurs besoins.

1.2 Problématique

1.2.1 Question de départ

La problématique de départ peut se résumer autour de cette question :

"Comment est perçue la valorisation des rôles sociaux par les collaborateurs du secteur artisanat des ateliers Saint-Hubert ? "

Pour répondre à ma question de recherche, je me suis basé sur l'hypothèse générale suivante :

Les activités artisanales, telles que pratiquées aux ateliers Saint-Hubert, permettent une valorisation des personnes en situation de handicap.

Afin de vérifier cette supposition, et pour élaborer mon questionnaire d'entretien, je concentre ma recherche sur quatre axes que je vais cibler par des questions semi-ouvertes :

- **Les activités artisanales permettent d'obtenir un équivalent culturel valorisé¹**

L'équivalent culturel valorisé, et souhaité par nos collaborateurs, devrait se rapprocher du professionnel diplômé (par ex. CFC d'artisan sur bois, CFC de céramiste). Cet ouvrier qualifié est rétribué pour son savoir-faire et par la vente de ses produits qui sont d'une qualité supérieure à celle que l'on peut trouver dans les supermarchés.

Je veux donc vérifier si les activités exercées permettent d'obtenir cet équivalent valorisé ou si au contraire elles stigmatisent davantage nos collaborateurs.

- **Les activités artisanales permettent de développer des compétences et un savoir-faire**

Le développement des compétences est un des piliers principaux de la VRS telle que définie par Wolfensberger.

Je veux donc vérifier si nos collaborateurs pensent que leurs compétences spécifiques sont valorisées au mieux et qu'elles sont en adéquation avec notre mission.

- **Les activités artisanales améliorent l'image sociale du collaborateur**

La VRS implique que l'image sociale des personnes dévalorisées doit être mise en valeur. Elle exige qu'une personne ou un groupe dévalorisé ait l'occasion d'être personnellement intégré dans la vie de la société, le plus possible et dans le plus grand nombre de domaines.

Je veux donc vérifier si les activités participent au renforcement de l'image sociale des collaborateurs.

- **Les activités artisanales apportent de la reconnaissance**

Le besoin de reconnaissance représente le quatrième étage de la pyramide des besoins selon Abraham Maslow (voir Annexe A). Cet étage participe à l'estime de soi et il représente le socle du besoin supérieur qui est la réalisation de soi. Pour pouvoir combler ce besoin, il nous faut recevoir, des personnes de notre entourage, des signes de reconnaissance positifs. Il faut pouvoir exercer un travail utile, visible et apprécié. Il faut être apprécié et se l'entendre dire.

Je veux donc vérifier si ces signes de reconnaissance sont transmis, aussi bien à l'interne qu'à l'externe de l'institution, et qu'ils sont bien perçus par nos collaborateurs.

1.2.2 Précisions, limites posées à la recherche

Je souhaite investiguer au sein du centre Saint-Hubert de Monthey. Comme pour l'ensemble des ateliers de la Fondation, le modèle de la VRS y est utilisé quotidiennement. Mon enquête de terrain est ciblée sur les collaborateurs des trois domaines (céramique, bois et joints de fenêtres) que compte le secteur artisanat. Si je choisis de me concentrer sur le centre de Monthey, c'est uniquement pour des raisons de temps et de ressources à disposition.

¹ Ce concept apparaît chez Vaney, nous en reparlerons au point 1.3.3.

Ensuite, je prends l'option de la pratique artisanale pour ce travail car c'est un domaine qui m'est proche par mon expérience antérieure et que je rattache le plus spontanément à une approche valorisante du rôle social.

Pour l'aspect théorique, j'envisage de prendre comme point de référence le livre de Wolf Wolfensberger qui est central dans la définition de la VRS : *La Valorisation des rôles sociaux. Introduction à un concept de référence pour l'organisation des services*.

1.2.3 Objectifs de la recherche

Objectifs théoriques

- Présenter le concept et la mission de l'institution.
- Présenter le type de population concernée.
- Présenter les activités prises en compte dans la recherche.
- Acquérir un maximum de connaissances dans le domaine par les lectures et par les recherches bibliographiques.

Objectifs pratiques

- Connaître le ressenti et les sentiments des collaborateurs par rapport à leur activité.
- Identifier les bonnes pratiques de valorisation, ou les obstacles à celles-ci, mises en place au sein du secteur artisanat de l'atelier Saint-Hubert de Monthey.
- Acquérir un maximum de connaissances de terrain sur la thématique à travers les entretiens réalisés auprès des collaborateurs.
- Faire le lien entre la théorie de la valorisation des rôles sociaux et la pratique en atelier.

1.3 Cadre théorique et/ou contexte professionnel

1.3.1 La mission de la Fondation Saint-Hubert

Créée en 1974, sous l'impulsion de Marcel Hubert, la Fondation Foyers-Ateliers Saint-Hubert se veut être un véritable entrepreneur social au service du tissu économique.² Selon ses statuts, la Fondation a pour but :

La réinsertion sociale des personnes en situation de handicap au moyen d'un encadrement et d'une activité professionnelle en ateliers, ainsi que par la mise à disposition d'une structure d'accueil et de vie en foyers ou en appartements. La sphère de la Fondation est limitée au Valais romand.

(Selon Manuel Qualité, Fondation St-Hubert)

Cela permet à nos collaborateurs de développer leur propre identité par le biais d'une activité professionnelle pleinement reconnue, de s'intégrer dans la société par participation à la vie associative, de faire des apprentissages au niveau professionnel et/ou social, de compléter leur revenu de rente AI et de disposer d'un large éventail d'activités professionnelles. La réalisation de ce but s'entend également par l'application de la VRS dont la théorie a pour origine le principe de normalisation qu'elle est censée à la fois renforcer et remplacer. Sous cet angle, il s'agit notamment de transmettre des images positives pour valoriser la personne en situation de handicap, de développer au maximum les compétences des personnes, de favoriser les initiatives et les expériences les plus normales possibles et les échanges avec la communauté.

² Selon le site internet de la Fondation Saint-Hubert

Profil du groupe des personnes accueillies

Différents critères sont pris en considération pour bénéficier des prestations de la Fondation. Notre population se compose de personnes souffrant d'un handicap mental léger ou moyen, d'une infirmité physique, d'une maladie psychique ou d'une toxicodépendance à l'alcool.

Nos prestations s'adressent aux hommes et aux femmes dès 18 ans jusqu'à l'âge de la retraite, capables d'exercer une activité professionnelle au minimum à mi-temps. Les personnes admises dans la Fondation bénéficient d'une autonomie dans la vie quotidienne leur permettant de réaliser les actes ordinaires de la vie, du moins en partie. Et enfin, toute personne admise doit être reconnue invalide au sens de l'article 4 de la Loi sur l'Assurance Invalidité (LAI). (« St-Hubert », s. d.)

1.3.2 Valorisation des rôles sociaux

L'idée de la VRS est apparue dans le domaine des services aux personnes en situation de handicap en Europe dans les années 1980. Elle s'inspire de plusieurs courants et connaissances, notamment du principe de normalisation. Celui-ci apparaît comme un des concepts clés, dans le domaine des services aux personnes qui présentent une déficience intellectuelle, au début des années 1960 en Scandinavie et en Amérique du Nord. La VRS fut élaborée et systématisée en Amérique du Nord en tant qu'idéologie humaniste pour réformer les institutions asilaires de l'époque. En Europe, la VRS a servi davantage à conceptualiser des approches éducatives, psychosociales et médico-sociales axées sur la bientraitance, l'inclusion et la participation sociale des personnes en situation de handicap. Les principes de base de la VRS, selon le Comité Européen pour le Développement de l'Intégration Sociale (CEDIS), sont les suivants :

1. *La VRS a pour principe premier de faire en sorte que les personnes accompagnées, et cela quel que soit leur niveau de vulnérabilité, de difficulté, de handicap, de limitation, puissent vivre au plus près des conditions de vie de tout un chacun.*
 1. *La VRS place l'usager au centre des préoccupations d'un dispositif et le reconnaît comme un participant actif dans la conception et la mise en œuvre du projet d'accompagnement qui le concerne, pouvant décider pour lui-même. Cette approche permet de sortir d'une emprise institutionnelle parfois trop forte qui dégage une logique interne faisant passer au second plan l'intérêt bien compris des collaborateurs. Elle permet aussi, et surtout, de se fixer sur l'être humain, la personne, pour l'aider à dégager ses « forces » et ainsi être capable d'affronter un contexte social souvent dur et impitoyable.*
 2. *La VRS vise à développer des rôles sociaux pour et par les personnes accompagnées de façon à limiter les effets du handicap et favoriser l'inclusion. C'est l'écart qui existe entre les rôles sociaux attendus pour une personne dans un système donné et les rôles qu'elle met réellement en acte qui constitue le handicap ou le désavantage.*
 3. *La VRS se situe par rapport à un équivalent culturel valorisé.³*
 4. *La VRS vise à développer la conscientisation et la responsabilisation des personnes accompagnées mais aussi des professionnels. Cela nécessite de mettre en place des programmes de développement des compétences tant pour les personnes que pour les intervenants.*
- (« CEDIS, Formation à la valorisation des rôles sociaux.pdf », p.11-12)

³ Ce concept est repris et développé plus en détail au point suivant

En appliquant ces principes de la VRS auprès de nos collaborateurs, on peut émettre l'hypothèse que, plus une personne risquant d'être exclue et dévalorisée socialement est en mesure de se percevoir et de se faire percevoir positivement par la communauté, moins elle aura de chance d'être exclue ou dévalorisée socialement. En d'autres termes, l'image que j'ai de moi-même et que les autres ont de moi, les rôles que je joue ou ceux que les autres s'attendent à me voir jouer, vont largement contribuer à favoriser, ou au contraire entraver, mon développement personnel. Ils vont aussi faciliter, ou au contraire empêcher, mon intégration sociale. Ceci est d'autant plus vrai si je suis une personne en situation de handicap et donc de vulnérabilité.

Ce qui est mis en œuvre, au sein des ateliers de la Fondation Saint-Hubert, participe au développement des capacités des personnes au travers d'objectifs. Ainsi, nous élaborons, avec nos collaborateurs, des Projets d'Action Personnalisé (PAP), pour les aider à progresser aussi bien socialement que professionnellement. En cela nous appliquons le principe tel qu'évoqué par Wolf Wolfensberger :

Le principe de valorisation des rôles sociaux intègre le "modèle développemental", c'est-à-dire qu'il est résolument optimiste au sujet des possibilités de l'être et qu'il met l'accent sur ses forces plutôt que sur ses lacunes.

Cette option privilégie l'individualisation des programmes et reconnaît une supériorité aux interventions basées sur des objectifs et des moyens clairement identifiés et valorisés. La participation des usagers lors de la définition des besoins, la planification des tâches et l'évaluation sont encouragées dans la mesure du possible.

(Wolfensberger et al., 1998, p. 12)

Et puis les rôles sociaux peuvent être valorisés par l'activité proposée à travers deux principales stratégies qui sont relevées par Wolf Wolfensberger :

a) le développement des compétences, afin de permettre d'être mieux à même de remplir certains rôles valorisés, et afin que des rôles valorisés qui exigent certaines compétences puissent être attribués, et

b) l'amélioration de l'image sociale des personnes afin qu'elles soient perçues de façon plus positive, et que l'entourage soit donc enclin à leur offrir des rôles valorisés, de même que des opportunités positives qui pourront, à leur tour, promouvoir leurs compétences et accroître leur qualité de vie.

(Wolfensberger, 1991, p. 55)

Il est donc intéressant de rattacher cette définition à notre pratique professionnelle et de voir comment cette dernière est perçue par les collaborateurs. Finalement, je pense que de pouvoir répondre à cette interrogation nous permettrait d'être plus efficient dans notre mission de maître socioprofessionnel.

1.3.3 Equivalent culturel valorisé

Voici ce que Louis Vaney nous dit lorsqu'il faut se situer par rapport à un équivalent culturel valorisé :

Pour que la personne ait confiance en elle, pour que ses statuts soient les plus valorisés possibles, pour que nous nous gardions d'entretenir inconsciemment une culture institutionnelle, il est primordial de se référer à un équivalent culturel valorisé (la plupart du temps très large), en se posant les trois questions suivantes :

a. *Est-ce que les statuts et rôles sociaux, leurs attributs (donc les moyens humains et matériels, les droits et devoirs. etc.) proposés à la personne correspondent à ce qui a généralement cours pour une personne de cet âge et du même sexe, dans la culture environnante ? (Droit de ressemblance).*

b. *Est-ce que les faits inhabituels, peu valorisés, observés le cas échéant, sont le résultat d'adaptations dues aux limites de capacités de la personne, à ses souhaits, à ses besoins ou au contraire à des procédures dévalorisantes et restrictives ? (Droit à la différence).*

c. *Est-il possible et souhaitable d'améliorer ces procédures en se référant à un équivalent culturel valorisé et en travaillant au niveau de la personne et de son environnement (adaptation réciproque) ?*

Par ces questions, empreintes de bon sens, il s'agit surtout d'éviter de limiter, inconsciemment ou non, l'accession à des statuts valorisés. Il faut donc, à chaque fois que cela est possible, aider le sujet à comprendre sa position, à saisir quelles pourraient être les conséquences de la situation et lui montrer quels sont ses entraves et les enjeux.

(CEDIS, Vaney, 2004, p. 24-25)

Autrement dit, la pratique artisanale devrait permettre à nos collaborateurs d'accéder à ce droit de ressemblance par différents aspects correspondant à la culture qui nous entoure : articles produits, moyens et conditions de travail, etc. Elle devrait aussi permettre d'accéder au droit à la différence par des adaptations mises en œuvre pour répondre aux besoins et aux aspirations de tous. En ce sens, je vais m'attacher aux sentiments des collaborateurs vis-à-vis de leur accession à ces statuts.

1.3.4 Perception

La manière dont les autres nous perçoivent et nous évaluent a un impact capital sur les rôles sociaux que nous sommes appelés à jouer dans la société. C'est un phénomène que nous connaissons tous dans notre existence. Il est clair que les rôles sociaux que nous jouons influencent la manière dont nous sommes perçus et traités par les autres. Si nous sommes reconnus comme « utiles » à la société, il est plus que probable que nous serons traités avec davantage de considération que si nous sommes perçus comme « inutiles ». Comme Wolf Wolfensberger l'a bien mis en évidence, l'on se trouve face à une juxtaposition d'images :

Une personne est « dévalorisée » quand une caractéristique importante de sa personnalité est dépréciée par une large partie de l'opinion publique... Il a été observé que l'effet cumulatif d'images négatives (nom du service, emplacement mal choisi, regroupement important, etc.) est l'une des façons les plus efficaces de maintenir ou d'aggraver des stéréotypes négatifs de la part du public.

A contrario, les interprétations positives liées à un service pourront rehausser également l'image de ses utilisateurs et diminuer les stéréotypes négatifs de la population à leur égard. (Wolfensberger et al., 1998, p. 53)

Et comme l'a dit Albert Jacquard :

Nous sommes ce que le regard des autres fait de nous ; quand le regard des autres nous méprise, nous devenons méprisables et quand le regard des autres nous rend merveilleux, eh bien nous sommes merveilleux. L'important c'est de se voir merveilleux dans le regard des autres.

(Juhel & Hérault, 2003, p. 231)

Cette perception globale de notre place dans la société, qui rejoint la notion de la VRS évoquée précédemment, doit être examinée ici sous l'angle de ce qui est mis en place au niveau institutionnel et qui est appliqué sur le terrain pratique. Il s'agit de savoir si les collaborateurs ont conscience du rôle de valorisation joué par l'institution à leur égard ou, du moins, s'ils perçoivent cela de manière positive. Ainsi, dans ce travail de recherche, je vais me focaliser sur la perception des collaborateurs vis-à-vis des aspects pratiques du concept de la VRS.

1.4 Cadre d'analyse

1.4.1 Terrain de recherche et échantillon retenu

Le terrain de recherche s'étend sur le secteur artisanat de l'atelier Saint-Hubert de Monthey. Celui-ci regroupe trois activités productives bien distinctes :

- Le tournage sur bois, qui comprend la production d'une large gamme de moulins à épices, gobelets en bois, bouteilles à eau-de-vie, ronds de serviette, etc.
- L'assemblage de joints de fenêtres en sous-traitance pour des entreprises de menuiserie.
- La céramique, par l'élaboration de pièces en faïence et en grès à l'aide de techniques professionnelles (coulage et calibrage), pose des anses, décoration à la main...

Le secteur artisanat compte seize collaborateurs, qui sont présents de 50% à 100%, sous la responsabilité de deux MSP. Pour répondre aux diverses questions, j'ai opéré une sélection en fonction de critères tels que : l'âge, le nombre d'années de service, le genre, afin que le panel soit le plus représentatif de la population de nos ateliers. Ainsi, on retrouve toute la pyramide des âges représentée, avec des personnes de vingt à soixante ans. Les années d'expérience vont de une année à près de trente. Le genre est un critère défavorable à la gent masculine, qui est sous-représentée dans ce panel, mais qui est le reflet de la réalité du terrain au moment de ma recherche. Afin de garantir l'anonymat des collaborateurs, je travaille dans ce document avec des prénoms d'emprunt. Voici les personnes retenues :

| Prénom | Age | Nombre d'années à STH | Secteur |
|-----------|--------|-----------------------|-------------------------------------|
| Raphaël | 42 ans | 2 | Céramique |
| Sylvie | 37 ans | 1 | Céramique |
| Lilou | 60 ans | 9 | Céramique |
| Roma | 52 ans | 28 | Céramique |
| Valentine | 59 ans | 13 | Céramique |
| Anaïssa | 31 ans | 3 | Céramique |
| Emma | 31 ans | 1 | Joints de fenêtres / administration |
| Pascal | 40 ans | 8 | Joints de fenêtres |
| Jean-Yves | 49 ans | 15 | Bois et joints de fenêtres |
| Titouan | 43 ans | 18 | Bois et joints de fenêtres |

1.4.2 Méthodes de recherche

Il s'agit de compléter l'apport bibliographique par des entretiens afin de mettre en lumière les aspects auxquels je n'ai pas spontanément pensé lors de mes lectures préliminaires.

Compte tenu du sujet et des concepts théoriques évoqués, c'est un procédé semi-directif qui est envisagé afin d'aborder la question de recherche du point de vue du ressenti du collaborateur.

Cette méthode offre l'avantage de restreindre ce que la personne peut dire, tout en permettant d'apporter des précisions ou des compléments, car l'objectif ici n'est pas de valider les idées préconçues du chercheur mais d'en imaginer de nouvelles.

Dans leur manuel de recherche en science sociale, Campenhoudt et Quivy, nous décrivent ainsi l'entretien semi-directif :

Il est semi-directif en ce sens qu'il n'est ni entièrement ouvert, ni canalisé par un grand nombre de questions précises. Généralement, le chercheur dispose d'une série de questions-guides, relativement ouvertes, à propos desquelles il est impératif qu'il reçoive une information de la part de l'interviewé. Mais il ne pose pas forcément toutes les questions dans l'ordre où il les a notées et sous la formulation prévue. Autant que possible, il « laissera venir » l'interviewé afin que celui-ci puisse parler ouvertement, dans les mots qu'il souhaite et dans l'ordre qui lui convient. Le chercheur s'efforcera simplement de recentrer l'entretien sur les objectifs chaque fois qu'il s'en écarte et de poser les questions auxquelles l'interviewé ne vient pas par lui-même, au moment le plus approprié et de manière aussi naturelle que possible.

(Campenhoudt & Quivy, 2011, p. 171)

L'échantillon de recherche est essentiellement constitué des collaborateurs des secteurs retenus car ils sont les premiers concernés par la question et les plus à même de dire s'ils se sentent valorisés ou non dans le travail qu'ils effectuent.

1.4.3 Méthodes de recueil des données et résultats de l'investigation

Comme présenté précédemment, j'ai interrogé le personnel du secteur artisanat du centre de Monthey. Je me suis donc servi des possibilités offertes dans le centre pour garantir la bonne tenue des entretiens, notamment en me servant du bureau du responsable de l'atelier bois lorsque je le remplaçais.

Tout d'abord, j'ai présenté aux collaborateurs l'idée de mon travail de mémoire en demandant aux personnes leur accord pour une participation ultérieure à l'entretien proprement dit. Ils se sont montrés unanimement enthousiastes à participer et à m'aider dans mon étude.

Les entretiens effectués avec les collaborateurs, sur la base de mon guide d'entretien (Annexe B), ont été enregistrés, avec leur accord signé. Ceux-ci ont duré entre 15 et 55 minutes. J'ai procédé par atelier en commençant par celui de la céramique, puis celui des joints de fenêtre, pour terminer par l'atelier bois tout cela pour tenir compte des périodes de vacances des collaborateurs.

Ensuite, j'ai retranscrit, au fur et à mesure, dans une grille de dépouillement (Annexe C), les réponses significatives données par les personnes interrogées, pour enfin, les analyser.

2. Développement

2.1 Introduction

Je présente, dans les paragraphes suivants, le résultat du dépouillement des entretiens réalisés selon les indicateurs prédéfinis dans le guide d'entretien (voir Annexe B). Je vais exposer les réponses qui m'ont été rapportées, que je mettrai en lien avec des apports théoriques.

2.2 Equivalent culturel valorisé

Dans un premier temps, je veux vérifier si les activités artisanales, telles que pratiquées dans l'atelier Saint-Hubert de Monthey, permettent aux collaborateurs de se situer par rapport à un équivalent culturel valorisé. Pour cela, sept indicateurs servent de guide lors de mes entretiens.

Tout d'abord, je cherche à savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que les objets produits sont utiles.**

Comme tout professionnel, nous nous devons de fabriquer des articles qui sont jugés utiles par des clients potentiels afin de pouvoir les écouler sur le marché. Le collaborateur se sentira dévalorisé si les articles réalisés dans les ateliers s'entassaient dans un dépôt ou dans le magasin et ne trouvent pas d'acquéreur, faute d'utilité à ses yeux.

Je constate que, pour neuf personnes interrogées sur dix, les objets produits par leurs soins sont jugés utiles. Une seule personne trouve qu'ils ne le sont pas vraiment. De plus, il est relevé par plusieurs personnes travaillant dans le secteur céramique, que le côté utilitaire n'est pas le seul attrait de nos produits. Il y a un aspect décoratif qui est mis en avant et ils sont jugés utiles par le fait qu'ils peuvent aussi servir à faire des cadeaux. Ainsi Anaïssa qui me dit : « Oui, moi j'en ai acheté, ça fait des cadeaux aussi ! » (Communication personnelle [Entretien] 27.06.2017)

La plupart apprécie particulièrement de répondre à la demande des clients par leur travail sur les articles qui font l'objet de commande. J'en déduis qu'ils se sentent valorisés par cet attrait et cette demande.

Je constate que pour une large majorité des collaborateurs des trois ateliers, les objets produits sont jugés utiles.

Ensuite, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que les objets produits répondent à des besoins et à des critères de consommation.**

J'avais choisi de dissocier ces deux aspects avec des indicateurs scindés en deux questions mais devant les réponses qui se rejoignent sur le fond, j'ai choisi de les rassembler dans ce compte-rendu.

Ici aussi, à l'instar d'un professionnel, nous devons répondre avec nos produits aux besoins ainsi qu'aux critères de consommation de nos clients. Que ce soit directement, par la vente dans notre magasin, ou indirectement par l'entremise de revendeurs sur des marchés ou en boutique.

Il est relevé que nos produits ne sont pas assez visibles et de ce fait pas assez mis au-devant des besoins de potentiels acheteurs. Ainsi pour Valentine : « Oui moi je trouve que oui mais le problème c'est que les gens oublient qu'on existe. » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017)

Roma nuance sa réponse ainsi : « Ouais c'est utilitaire mais tu trouves tellement ailleurs aussi...à l'époque c'était très utile maintenant un peu moins. » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017)

Les efforts que l'ensemble de l'équipe met en œuvre afin de correspondre aux critères et aux besoins de nos clients sont relevés. Ainsi Lilou me dit : « Et vous et nous on est tout le temps en train de s'améliorer pour présenter le mieux possible et que les clients soient satisfaits. » (Communication personnelle [Entretien] 16.06.2017) Est relevé aussi l'adaptabilité de notre offre par rapport aux demandes qui nous sont faites. Pour Anaïssa : « Oui et on peut les personnaliser, alors que dans les centres commerciaux c'est pas personnalisé, justement c'est ça qui est cool ! » (Communication personnelle [Entretien] 27.06.2017)

Seulement cinq personnes sur dix répondent à l'indicateur du critère de manière claire et différenciée. Parmi celles-ci, je constate une majorité d'avis positifs (4 sur 5). Pour les cinq autres personnes, cet aspect rejoint celui du besoin et ils ne font pas vraiment de différenciation. Ainsi, pour une large majorité de huit personnes sur dix, les produits répondent aux besoins de consommation.

Je peux donc en conclure que, pour cette question du besoin et des critères de consommation, les collaborateurs ont le sentiment que nos produits y répondent.

Toujours dans l'idée de se situer par rapport à un équivalent culturel valorisé, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que les objets produits sont vendus au juste prix.**

Si les objets, qui sont confectionnés par nos collaborateurs, sont vendus à un prix qu'ils jugent en-dessous de la valeur de leur travail, ou à un prix moindre que ceux fabriqués par un professionnel, nous risquons alors de renforcer un statut dévalorisé auprès de ceux-ci.

Quatre personnes évoquent le travail fourni pour expliquer le prix. Ainsi Titouan exprime ce que pensent ses collègues : « Par rapport au travail qu'on fournit bien sûr, je pense qu'ils sont à un juste prix. » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017)

Le côté artisanal est aussi mis en avant par Anaïssa pour défendre les prix qui sont pratiqués : « Oui parce que c'est fait à la main, ça prend du temps et y'a des choses plus compliquées que d'autres alors oui. C'est fait à la main pas en industriel vite fait oui moi je trouve que les prix sont corrects. » (Communication personnelle [Entretien] 27.06.2017)

L'aspect artisanal ressort dans la réponse de Roma où le prix est jugé un peu trop élevé : « Oui...moi je trouve un peu cher mais c'est artisanal alors voilà. » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017)

Je note une différence de perception entre les ateliers. Les deux seules personnes à trouver les produits un peu chers travaillent dans le secteur céramique. Cela semble dû au fait que l'on trouve beaucoup plus de produits en céramique sur le marché et donc de points de comparaison. Ce que l'on ne retrouve pas pour les joints de fenêtres et dans une moindre mesure pour les moulins à épices.

Néanmoins, je note que pour la majorité des personnes, huit sur dix, les objets sont vendus au juste prix.

J'ai voulu ensuite vérifier si les collaborateurs **ont le sentiment que les objets sont comparables à ceux qui sont réalisés par des professionnels.**

Je me suis rendu compte durant les entretiens que la plupart des personnes n'ont pas réellement de point de comparaison, si ce n'est avec la production industrielle.

Ainsi, les deux personnes qui me répondent par la négative mettent en avant la production artisanale comme gage de qualité. La production industrielle leur paraît bon marché, de qualité moindre et avec moins de soin mis à l'exécution des objets. Cela est particulièrement présent pour les collaborateurs qui œuvrent dans l'atelier céramique. Pour Sylvie : « C'est pas comparable, chez nous c'est fait main. On voit bien qu'il y a une différence entre ce qu'on achète que c'est fait usine et ce qui est fait main. On peut pas comparer les deux choses. » (Communication personnelle [Entretien] 08.06.2017)

De même pour Anaïssa : « Non parce qu'ici c'est plutôt manuel, la déco elle est personnalisée alors que dans les centres commerciaux c'est tout pareil et puis c'est peut-être un peu moins bien fait. » (Communication personnelle [Entretien] 27.06.2017)

On voit à travers ces témoignages que le principe de la VRS : "...plus une personne est en risque de dévalorisation plus il faudra rechercher à rehausser son image et notamment lui proposer des situations valorisées..." est intégré par ces personnes qui se sentent réellement valorisées par leur activité artisanale. (Vaney Louis, sept 1991, p. 15)

C'est le cas pour huit personnes sur dix qui trouvent que les objets produits sont comparables.

Pour continuer la comparaison avec le monde professionnel, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que les infrastructures correspondent à ce que l'on pourrait trouver chez des professionnels.**

La qualité du milieu est ainsi prise en compte dans la VRS, pour Alain Dupont et Jean-Philippe Nicolletti :

L'environnement de la personne dévalorisée aura des effets sur la manière dont elle se perçoit et également sur la perception du public. De ce fait, le confort physique, la beauté de l'environnement devront correspondre au minimum à ce qui est habituellement admis comme "normal" dans la société.

(Vaney, 1991, p. 22)

Je me suis rendu compte, dans ces entretiens, que quatre collaborateurs au sein de la céramique ne connaissaient pas du tout le monde professionnel équivalent. Ainsi deux d'entre eux m'ont dit que cela doit être la même chose, alors que deux ne se sont pas prononcés.

A l'inverse, deux personnes, qui travaillent dans le secteur céramique, pensent qu'on est peut-être mieux voire franchement mieux. Comme le témoigne Valentine : « Mieux que chez un professionnel, on est mieux franchement ! » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017)

Devant leurs affirmations aussi catégoriques je les interroge un peu plus. Je m'aperçois alors de leur intérêt pour le monde de la céramique, puisqu'elles ont visité des ateliers afin de voir ce qui se fait ailleurs.

Pour les deux autres secteurs, le sentiment qui prédomine, c'est qu'ils sont bien équipés avec tout ce qu'il faut : scie, réglette, tour CNC, etc.

L'exigence principale portée à un service, telle qu'évoquée par Wolfensberger, comporte cinq catégories dont la troisième me semble particulièrement adaptée aux sentiments rapportés :

Une troisième catégorie regroupe les soutiens matériels et les équipements qui devraient permettre d'aider les personnes à être plus compétentes. En particulier dans certaines situations d'handicap, les soutiens matériels et les équipements peuvent s'avérer déterminants au moment de les aider à dépasser les handicaps résultant de leur infirmité.
(Wolfensberger, 1991, p. 67-68)

Finalement, huit personnes sur dix trouvent que les infrastructures sont comparables.

Pour finir la comparaison avec le monde professionnel, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que les conditions de travail correspondent à ce que l'on pourrait trouver chez des professionnels.**

Pour huit personnes sur dix, les conditions de travail sont comparables. Deux personnes ne savent pas du tout et ne se prononcent pas.

Là aussi, les deux mêmes personnes de la céramique qui connaissent le monde professionnel, trouvent que les conditions sont meilleures. Ainsi pour Roma : « Au niveau nettoyage eux y sont un peu moins...ouais c'est tous des artistes quoi...nous on a quand même plus de rigueur pour ça. » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017)

Là aussi, comme pour la question précédente, il me semble que les réponses enregistrées reflètent plus leurs conditions de travail et leur satisfaction qu'une comparaison avec le monde professionnel qu'ils ne connaissent, pour la plupart, pas.

Néanmoins, ils ont partagé leur sentiment avec moi, et c'est ce qui est important, puisque c'est révélateur de leur valorisation actuelle dans leur activité.

- Synthèse

Dans le but de vérifier l'hypothèse selon laquelle les activités artisanales pratiquées aux ateliers Saint-Hubert de Monthey permettent aux collaborateurs de se situer par rapport à l'équivalent culturel valorisé, il me semble utile de relater les principaux points recueillis.

L'utilité des produits, le fait qu'ils répondent à une demande de la part de clients, leur qualité et leur prix participent à la valorisation des collaborateurs. Je peux ainsi affirmer que, pour une très large majorité, ces derniers s'identifient fortement aux articles qu'ils trouvent bien souvent de meilleure qualité que ceux de la grande distribution. L'aspect artisanal de la production ressort comme garant de cette qualité. Les collaborateurs insistent sur la satisfaction du client, ce qu'ils assimilent d'ailleurs aux besoins et aux critères de consommation comme l'explique Pascal : « Ben si les entreprises y recommandent chaque fois des joints chez nous alors ça veut dire qu'ils sont satisfaits du travail qu'on fait. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017)

J'ai pu me rendre compte, à travers les échanges et les réponses enregistrées, que le cadre de travail et les activités proposées correspondent, pour une grande majorité de nos collaborateurs, à ce qui a généralement cours pour une personne du même âge et du même sexe, dans la société environnante. Cela permet à nos collaborateurs d'accéder à leur droit de ressemblance.

Certains aspects abordés dans le cadre de ce travail sont corroborés par les entretiens de satisfaction⁴ réalisés chaque année avec nos collaborateurs.

Il en est ainsi pour les infrastructures et les conditions de travail qui sont jugées comparables au monde professionnel dans les échanges enregistrés. Ces mêmes items sont jugés satisfaisants par les quarante-huit collaborateurs de l'atelier de Monthey, à respectivement 85,90% et 70,85%. En revanche, il me faut nuancer cet aspect. C'est plus souvent une constatation de leur niveau d'équipement, qu'ils jugent bon, que réellement une comparaison avec le monde professionnel qu'ils ne connaissent apparemment que de manière approximative, ou tout simplement pas.

Néanmoins, sur la base des constats ci-dessus, je peux affirmer que l'activité artisanale, telle que proposée par les ateliers Saint-Hubert de Monthey, permet généralement aux collaborateurs de se situer par rapport à un équivalent culturel valorisé.

2.3 Compétences et savoir-faire

Le développement des compétences est un des principaux piliers de la valorisation des rôles sociaux comme l'explique Wolf Wolfensberger :

Le développement des compétences des personnes qui sont dévalorisées ou en danger de l'être, est important pour sept raisons, dont cinq sont liées aux rôles sociaux qu'occupe la personne.

- 1. L'une de ces raisons est que le développement et l'utilisation des compétences représentent un mode naturel de croissance. (...)*
- 2. La compétence personnelle en elle-même est un attribut hautement valorisé, et fortement associé, selon les valeurs culturelles traditionnelles en occident, à des qualités et/ou idéaux tels que l'autosuffisance individuelle, la productivité, etc. (...)*
- 3. La société sera davantage disposée à admettre les "différences" dévalorisées chez une personne pourvu que celle-ci ait par ailleurs des capacités et des compétences qui les compensent. (...)*
- 4. Plus une personne est compétente, plus elle aura de facilités à se comporter et réagir de manière ordinaire dans des contextes typiques de la société (...)*
- 5. Certaines compétences sont nécessaires pour exécuter de nombreux rôles valorisés. (...)*
- 6. Il est significatif de constater que les personnes qui ont possédé par le passé certaines compétences seront plus valorisées, même après qu'elles les aient perdues. (...)*
- 7. Le développement des compétences est à l'origine de la mission de la grande majorité des services. (...)*

(Wolfensberger, 1991, p. 63-64)

Quant à Carl Rogers, il nous rappelle l'importance pour chaque être humain d'évoluer, de développer ses capacités, d'acquérir de nouvelles compétences :

L'être humain a en lui d'immenses ressources, qui lui permettent de se comprendre lui-même, comme de modifier sa propre image, ses attitudes et son comportement volontaire, et ces ressources peuvent être exploitées pour peu qu'on leur offre un climat caractérisé par des attitudes psychologiques facilitatrices.

(Rogers, Kirschenbaum, Henderson, & Richon, 2013, p. 166)

⁴ Selon : FO 4.2.02 Synthèse de la satisfaction du CLI (Monthey 2016)

Son approche centrée sur la personne repose sur la conviction que l'être humain possède un fort potentiel d'évolution et d'épanouissement inné qui se développe de lui-même, pour peu qu'il bénéficie d'un contexte favorable.

Afin de situer chaque collaborateur au niveau du développement de ses compétences, j'ai tout d'abord voulu savoir si chacun **a le sentiment d'avoir développé des compétences de départ en travaillant à Saint-Hubert.**

En posant cet indicateur, j'ai une vision élargie des compétences de départ, non seulement par l'acquisition d'une formation antérieure, mais aussi par une disposition naturelle à exercer l'activité présente. Les personnes interrogées ont plutôt rattaché cette question à leur vécu professionnel.

Ainsi, pour plus de la moitié des personnes (6 sur 10), l'activité actuelle n'a aucun lien avec leur métier de base. Ils n'ont pas le sentiment d'avoir des compétences de départ qui leur servent aujourd'hui. Cela est particulièrement vrai pour le secteur céramique avec cinq réponses négatives sur six personnes. Là on m'a souvent répondu comme Raphaël que : « Non, ce n'est pas mon métier. » (Communication personnelle [Entretien] 07.06.2017)

Une seule personne, Valentine, rattache son activité au sein du secteur céramique avec sa pratique antérieure. « Moi je pense que j'avais déjà des compétences comme ça, j'ai enseigné les travaux manuels, j'aime bien travailler de mes mains » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017)

Dans les deux autres secteurs de l'artisanat, les sentiments sont plus en accord, avec trois réponses positives sur les quatre personnes interrogées. J'ai le sentiment que ces avis positifs reflètent aussi la polyvalence de ces personnes qui peuvent être appelées à faire du remplissage de cartouches d'encre, du conditionnement ou assurer des tâches administratives (la saisie des commandes, la réalisation de bulletins de livraison, la facturation, etc.). En ayant une palette variée d'activité, ils arrivent ainsi mieux à rattacher leur pratique actuelle avec leur vécu.

Ensuite, j'ai cherché à savoir si ces mêmes personnes **ont le sentiment d'avoir développé d'autres compétences en travaillant à Saint-Hubert.**

L'avis de Lilou résume bien les sentiments de l'ensemble de ses collègues. « Oui c'est tout un autre monde qui s'est ouvert à moi. Parce que moi j'ai jamais travaillé dans ce métier-là. » (Communication personnelle [Entretien] 16.06.2017)

A l'instar de Lilou, toutes les personnes interrogées expriment un sentiment positif sur ce point. Ces avis vont dans le sens d'une plus grande réalisation personnelle comme expliqué par Wolfensberger : "...le développement, et l'utilisation des compétences, représentent un mode naturel de croissance. Le fait d'être plus compétent représente donc un état supérieur de la réalisation du potentiel humain." (Wolfensberger, 1991, p. 64)

La compétence et l'image sociale sont complémentaires dans la VRS et forment un cercle de réaction très puissant. C'est pourquoi mes prochains indicateurs s'intéressent **au sentiment de fierté retiré à travers le développement des compétences et du savoir-faire artisanal.**

J'avais choisi de dissocier ces deux aspects avec des indicateurs scindés en deux questions, mais devant les réponses dont la nature se ressemble sur le fond, j'ai choisi de les rassembler dans ce compte-rendu.

Ainsi, les paroles de Titouan résument bien le sentiment général : « Ah oui, sans arrière-pensée je veux dire, c'est...pouvoir fournir autant c'est merveilleux. On pense que nos compétences sont limitées mais non, c'est...quand on me demande de faire quelque chose j'assimile assez ce qu'on me dit et je peux faire sans problèmes. » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017)

La même fierté se retrouve dans les propos de Pascal : « Je suis fier, je dirais oui parce que j'ai toujours eu tendance à me rabaisser, à être un peu négatif, pis des fois c'est un défi d'aller dans un autre truc pis de voir que j'arrive, que je me débrouille bien...ben voilà c'est une fierté de se dire j'arrive à faire ça en plus. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017)

Avec ces témoignages, je m'aperçois que l'on rejoint les notions de maîtrise et de compétence liées à un métier et que la fierté que les collaborateurs retirent à travers les compétences et le savoir-faire artisanal est le signe d'un statut valorisé comme expliqué par Wolfensberger :

Certaines compétences sont nécessaires pour exécuter de nombreux rôles valorisés. Ainsi pour occuper les fonctions de professeur d'Université, il faut savoir lire, s'exprimer et écrire, mener des recherches, enseigner, participer à des réunions de faculté et exécuter des travaux de groupe, corriger les travaux des étudiants, etc. Pour occuper celle de pompier, il faut être capable de manœuvrer du matériel lourd ; être en mesure de se réveiller et de revêtir très rapidement des vêtements de haute protection, de travailler en équipe avec d'autres dans des conditions très stressantes.
(Wolfensberger, 1991, p. 65)

Tous les témoignages recueillis me permettent de dire que les collaborateurs sont unanimement fiers de leurs compétences et de leur savoir-faire artisanal.

Ensuite, j'ai cherché à savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que les compétences qu'ils ont développé dans leur activité les aident dans leur vie hors de Saint-Hubert.**

A travers cet indicateur, j'ai bien sûr envie de connaître leur sentiment rattaché au développement de leurs compétences artisanales, et le lien qu'ils font avec leur vie en dehors de leur travail. Mais je cherche aussi à savoir si celles-ci les aident à se structurer, se stabiliser, se canaliser dans leur vie de tous les jours par le développement de "compétences sociales". Deux aspects que l'on retrouve dans les propos de Wolfensberger :

Plus une personne est compétente, plus elle aura de facilités à se comporter et réagir de manière ordinaire dans des contextes typiques de la société et avec des personnes valorisées, y compris si elle souffre de tel handicap qui, sinon, l'empêcherait de se comporter comme tout le monde...Les gens peuvent être "gênés" dans leur capacités d'interagir avec autrui, à la fois par une carence dans ce que l'on pourrait appeler les "compétences sociales" (par exemple, la capacité de communiquer, d'avoir des échanges selon des habitudes, attentes et comportements sociaux acceptables), et par une carence dans ce qu'on pourrait appeler "les compétences instrumentales", telles que la capacité de fonctionner aussi indépendamment que possible, d'entreprendre un travail productif, de prendre soin de sa personne, etc.
(Wolfensberger, 1991, p. 64-65)

Ainsi, six personnes sur dix pensent que les compétences acquises les aident dans leur vie hors du cadre de Saint-Hubert, notamment par le fait d'avoir un rythme, d'être structuré, de se sentir utile, d'avoir retrouvé une confiance en soi ou d'être apaisé dans leur vie.

Les quatre autres personnes ne font pas de lien particulier entre leur pratique professionnelle à Saint-Hubert et leur vie privée. Ils semblent bien dissocier les deux versants.

Je constate que les deux aspects proposés par Wolfensberger, se retrouvent dans les entretiens effectués et qu'ils sont mis en avant selon la sensibilité de chacun. Certains attachent plus d'importances aux "compétences instrumentales" et d'autres aux "compétences sociales". Néanmoins une majorité a le sentiment que les compétences développées à travers une activité à Saint-Hubert les aide dans la vie de tous les jours.

Pour poursuivre, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que l'activité exercée est adaptée à leurs capacités physiques.**

La majorité des personnes interrogées me répondent de manière positive. Ainsi pour Anaïssa : « Oui parce que je peux m'asseoir pis c'est un peu alterné ben je peux aussi me lever. Oui ça ne me gêne pas, ça me fatigue pas. » (Communication personnelle [Entretien] 27.06.2017) Il en est de même pour Pascal : « Oui le MSP m'a dit, tu portes pas de poids, parce qu'il sait, lui en plus il connaît vu qu'il a eu des problèmes de dos, donc il sait ce que c'est, donc il m'a dit tu demandes de l'aide aux collègues et tout ça. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017) Ou bien encore pour Titouan : « Oui, une partie de mon handicap c'est ma vue, j'ai d'excellentes capacités au niveau du travail de précision et tout, malgré mon handicap...mais avec l'ophtalmologue on trouve des bonnes paires de lunettes, c'est très bien suivi. » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017)

Roma est la seule personne qui me répond par la négative : « De moins en moins. C'est qu'avant je ne faisais pas ça. Alors tout ça a changé à cause des produits. » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017) Sa réponse trouve peut-être l'explication dans le changement de son rôle (amélioration de son statut → Ouvrière spécialisée avec plus de responsabilités) et l'évolution des produits (l'abandon du plomb dans les émaux demande plus de travail pour un résultat similaire). Cela complexifie ses tâches et par là même alourdit physiquement son travail au sein du secteur.

Finalement, neuf personnes sur dix donnent un avis positif et je peux donc affirmer qu'à travers leurs témoignages les collaborateurs ont réellement le sentiment que l'accent est mis sur leurs capacités physiques tout en tenant compte de leurs limitations respectives.

Pour finir, j'ai cherché à savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que leur activité est adaptée à leurs capacités intellectuelles.**

Raphaël relève le côté stimulant de l'activité : « La céramique on doit se concentrer et c'est quelque chose qu'il me faut, travailler ma concentration et mon attention, alors c'est dans le bon sens. » (Communication personnelle [Entretien] 07.06.2017) Titouan souhaiterait même être encore plus stimulé : « Oui, moi je veux...des fois je réclamerais plus, presque un peu plus...au niveau intellectuel...être plus stimulé encore...j'aime bien aussi pouvoir développer encore plus ce côté intellectuel parce que des fois c'est trop mis de côté, on réfléchit plus assez au travail qu'on fait, qu'on doit faire. » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017)

Ici aussi, Roma exprime un avis plutôt négatif : « J'aimais mieux avant aussi...moi je faisais beaucoup de déco, maintenant ouais ça me plaît un peu moins mais ça va. » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017)

Ce sont exactement les mêmes neuf personnes sur dix qui ont répondu positivement à cet indicateur que pour le précédent. Je constate donc que pour la grande majorité l'activité est adaptée à leurs capacités intellectuelles.

- Synthèse

Je me suis rendu compte, à travers ces entretiens, que si les activités proposées au sein des ateliers Saint-Hubert ne font pas forcément appel aux compétences professionnelles développées antérieurement par nos collaborateurs, elles visent toujours leur développement en faisant appel à leurs ressources intrinsèques.

Ils ont partagé avec moi leur sentiment de fierté, d'avoir pu accroître ainsi leur domaine de compétences. Ils se sentent vraiment valorisés par le développement de nouvelles connaissances, de nouvelles compétences, d'un nouveau savoir-faire qu'ils ne soupçonnaient pas pouvoir acquérir dans leur domaine artisanal.

Les collaborateurs ont aussi le sentiment que l'activité artisanale est adaptée à leurs capacités physiques et intellectuelles. L'entretien de satisfaction annuel de nos collaborateurs, même s'il aborde deux aspects différents mais complémentaires (volume et rythme de travail), tend à confirmer ce ressenti. Ainsi pour 2016, l'item "Activités proposées" est jugé satisfaisant à 86,45% par les quarante-huit personnes de l'atelier de Monthey.

Finalement, au vu des résultats des entretiens et de ce qui précède, je peux affirmer que les collaborateurs ont le sentiment que leur potentiel de compétences est développé afin de leur assurer une meilleure valorisation à travers des activités artisanales adaptées.

2.4 L'image sociale

L'image sociale est intimement liée au développement des compétences précédemment évoqué dans ce travail. Ainsi pour Wolf Wolfensberger :

La compétence et l'image sociale forment un cercle très puissant qui peut être positif et négatif. A mesure que les compétences d'une personne augmentent, son image s'améliore ; à son tour, une personne dont l'image est positive a plus de chances de faire l'objet d'attentes et de modèles positifs, de bénéficier d'occasions de perfectionnement de ses capacités, etc., autant d'éléments qui contribuent à leur tour à augmenter sa compétence.
(Wolfensberger, 1991, p. 56-57)

Je cherche donc à connaître, à travers les indicateurs suivants, la perception que les collaborateurs peuvent avoir de leur image sociale.

Tout d'abord, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que leur conjoint a une bonne image de leur activité.**

Cet indicateur présuppose la présence d'un conjoint au côté du collaborateur. Cela n'est malheureusement pas le cas pour quatre personnes sur l'échantillon retenu pour ces entretiens.

Pour les 6 personnes qui ont un partenaire, leur conjoint pose un regard vraiment positif sur leur travail. Pour eux, cela tient autant au fait qu'ils ont un emploi qu'à l'activité artisanale qui est unanimement perçue de manière positive.

Jean-Yves relève même le désir de sa compagne de revenir travailler au sein des ateliers Saint-Hubert où elle a effectué un stage par le passé : « Justement elle aimerait bien revenir, soit à Martigny ou ici...elle aimerait bien revenir parce qu'elle a vraiment aimé. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017)

Ensuite, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que leur famille a une bonne image de leur activité.**

Certaines personnes me parlent de la fierté qu'ils ressentent à travers les retours qu'ils reçoivent de leur famille. Ainsi Lilou : « Oui des fois je montre aussi ce que je fais, je garde aussi des modèles à la maison. La belle famille à mon fils, oui y sont, comment dire, admiratifs par rapport à ça. » (Communication personnelle [Entretien] 16.06.2017) Emma me parle même de l'évolution de son propre regard grâce à son frère : « C'est mon frère qui m'a dit va voir, ça te ferait du bien et tout. Je suis partie négative et puis après quand j'ai eu l'entretien, ça a complètement changé mon regard par rapport à ce genre d'institution. » (Communication personnelle [Entretien] 26.06.2017)

Valentine est la seule personne qui me parle du regard négatif porté par ses enfants. Ils n'acceptent pas l'idée de sa présence dans un atelier protégé.

Néanmoins, neuf personnes, sur dix interrogées, ont l'impression que leur famille a une bonne image de l'activité artisanale au sein des ateliers Saint-Hubert.

Pour poursuivre, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que leurs amis ont une bonne image de leur activité.**

Pour Roma, l'activité céramique en elle-même jouit d'une bonne image : « Quand tu parles, même n'importe qui, que tu dis que tu fais de la céramique, ils te disent ouais ça doit être super, ça a une bonne image la céramique. » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017)

Cet avis rejoint celui de Wolfensberger quand il évoque les exemples de rôles sociaux valorisés, qui devraient être recherchés et développés par un service pour les personnes dévalorisées :

*Il existe des rôles valorisés qui ont trait à l'éducation, tels que professeur ou enseignant, élève et étudiant. Il y en a qui ont trait au travail, tel qu'employeur, travailleur, manœuvre, salarié, membre d'un syndicat, **artisan**, artiste, apprenti.*

(Wolfensberger, 1991, p. 78)

L'activité artisanale, par les articles qui sont produits, revêt un capital sympathie qui est relevé dans tous les secteurs. Notamment par Titouan, qui œuvre dans le secteur bois : « Par exemple j'ai un de nos poivriers sur la table à la maison, les gens qui viennent manger à la maison, bien souvent ils me demandent pour en commander un ou bien pour pouvoir faire un cadeau ou quelque chose, c'est très stimulant. » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017)

Comme à l'indicateur précédent, le seul avis négatif est rapporté par Valentine. Elle me dit ne pas parler de son activité au sein de Saint-Hubert avec ses amis. Elle évoque seulement qu'elle fait de la céramique au sein d'un atelier sans s'étendre plus en avant sur son travail lors des discussions qu'elle peut avoir avec des amis.

Finalement, on peut dire que l'activité artisanale jouit d'une bonne image auprès des amis de tous nos collaborateurs. C'est particulièrement le contexte institutionnel qui pose plus de problème pour Valentine et son entourage.

Pour l'indicateur suivant, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que le personnel d'encadrement (MSP) a une bonne image de leur activité.**

A la vue des résultats unanimement positifs, je me suis demandé le biais que j'ai pu induire dans les réponses, par le fait que je suis partie et interviewer. Je me suis alors souvenu des obstacles à une observation objective évoqués en première année⁵. Des réactions automatiques au fait d'être observé (ou interrogé), l'influence de la personnalité de l'observateur (ou de l'interrogateur) sur les sujets ou les résultats ont pu entrer en jeu ici.

Malgré cela, je tiens à présenter certains témoignages qui me semblent être emplis de franchise et non pas entachés par mon statut de MSP en formation.

Ainsi pour Titouan : « Oui ils sont très professionnels... oui ils voient ça très positivement... parce que quand ils traversent nos ateliers et qu'ils voient ce qu'on fait, ils sont assez curieux, enthousiastes. » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017)

De même pour Pascal : « Ben je pense parce que quand il y a par exemple les marchés ouverts, alors je peux donner mon avis sur mon MSP, pis je sais que quand il y a les marchés artisanaux...je vois que ça le passionne, sinon il se battrait pas comme ça pour son job. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017)

Finalement, avec le témoignage franc et direct de Roma, je peux dire que ma présence n'a aucunement influencé son avis : « L'activité...oui...pas du rendement mais de l'activité oui ! » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017)

En fin de compte, je note que la totalité des collaborateurs ont partagé leur sentiment que l'ensemble du personnel encadrant a une image positive de leur activité artisanale.

Par la suite, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que les membres de la direction de la Fondation ont une bonne image de leur activité.**

Plusieurs collaborateurs relèvent le manque de contact et ne savent pas trop quoi répondre à cette question. Les propos de Raphaël résument assez bien l'avis général : « La direction de Sion...on les voit pas souvent, mais si on les voit pas souvent ça veut dire que ça va. » (Communication personnelle [Entretien] 07.06.2017)

Pour deux personnes, l'image que peut avoir la direction de l'activité est purement économique. Ainsi pour Valentine : « Oui. Non à Sion peut-être qu'ils pensent un peu qu'on leur coûte cher pour pas grand-chose, pour pas leur apporter grand-chose, ça c'est certain. » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017) Tout comme Titouan : « Je pense...difficile à dire, ils sont plutôt là pour les chiffres. » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017)

Finalement, le sentiment qui prédomine est plutôt positif sans aucun avis réellement négatif mais je perçois un certain embarras des collaborateurs vis-à-vis de cette question, dû au manque de contact. Ainsi, ils prennent un temps de réflexion plus long avant de répondre à cette interrogation.

⁵ Cours d'observation. Unité 2 : Les obstacles à une observation objective. Point 2.4.1 et 2.4.2 Gabriel Carron 2013

Ensuite, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que l'activité artisanale répond à leur besoin d'être intégrés dans la vie de la société.**

Le travail occupe une place essentielle dans nos sociétés. C'est une des bases de l'économie. C'est la source principale des revenus qui autorise l'accès à la consommation. C'est aussi la voie principale de l'insertion sociale. Plusieurs collaborateurs évoquent le travail comme facteur d'intégration. Ainsi le fait d'avoir un rythme, de devoir se lever le matin, de rencontrer des collègues est perçu de manière positive. Comme le dit Pascal : « Ben le travail pour moi c'est être intégré, parce que sinon on devient un marginal si on travaille pas, c'est essentiel de travailler parce qu'on a besoin de ça. Ben oui d'avoir une activité ça nous permet de voir du monde donc on s'isole pas. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017)

Deux personnes émettent un avis négatif à cette question. Pour Roma, qui travaille à Saint-Hubert depuis de nombreuses années, c'est le fait de devoir mettre des barrières envers des collègues trop envahissants qui motive sa réponse. Elle a fait quelques expériences par le passé, qui ont fini par empiéter sur sa vie privée. Elle ne se sent donc pas intégrée à cause de la distance relationnelle qu'elle instaure dorénavant.

Valentine me parle de sa honte de travailler à Saint-Hubert. Ce sentiment est renforcé par la vision négative de ses proches, qui a été rapportée dans les précédents indicateurs. Elle souhaiterait être ailleurs tout en étant consciente que c'est impossible pour elle.

Au final, pour huit personnes sur dix, le sentiment qui prédomine va dans le sens d'une intégration dans la vie de la société par leur activité artisanale.

Pour finir, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment que l'activité leur a permis de se réaliser personnellement et professionnellement.**

Ici encore, j'avais choisi de dissocier ces deux aspects avec des indicateurs scindés en deux questions mais devant les réponses qui se rejoignent sur certains aspects, j'ai choisi de les rassembler dans cette analyse.

La réalisation de soi est l'étage supérieur de la pyramide de Maslow (voir Annexe A). Celui qui nous permet d'affirmer d'une manière personnelle notre caractère unique, d'exprimer nos potentialités, nos dons.

J'ai donc voulu vérifier si l'activité artisanale participe à cette réalisation personnelle. Ainsi pour Valentine : « Oui je me réalise parce que j'aime faire ça, la céramique. Je me réaliserais moins aux messageries, ici je me réalise parce que ça me donne du plaisir. » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017) De même pour Lilou : « Quand j'ai arrêté mon activité de caissière, que j'ai fait pendant des années, après j'étais à la maison, je me sentais personne, je me sentais nulle, après ici ça m'a donné, ça m'a fait sentir quelqu'un. Même pour mon estime personnelle, ça m'a fait sentir bien. » (Communication personnelle [Entretien] 16.06.2017) Quant à Pascal, il attache plus d'importance, au niveau de la réalisation personnelle, à ce qu'il vit dans sa vie privée : « Je dirais que c'est un appoint. Je dirais que ma réalisation est surtout en dehors avec l'activité que j'ai en dehors. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017) Et finalement pour Emma, c'est clairement une étape dans sa vie qui doit lui permettre de retourner dans le premier marché du travail : « Non pas du tout, c'est un tremplin oui. » (Communication personnelle [Entretien] 26.06.2017)

Pour l'aspect professionnel, seulement cinq personnes sur les dix m'ont répondu positivement, tout comme Pascal : « Ben je dirais l'accomplissement professionnel et la reconnaissance des gens du boulot qu'on fait, quand on nous dit qu'on fait du bon boulot ça amène à notre bonheur. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017)

Pour Titouan, qui souhaite toujours progresser, il ne s'est pas entièrement réalisé. Quant à Emma, son avis sur le versant professionnel rejoint celui émis pour l'aspect personnel : « Non je dois remettre le pied à l'étrier avant de retourner dans le monde du travail et d'être prête à la pression et ce genre de choses. » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017)

Finalement, Valentine est la seule personne qui pose un avis réellement négatif : « Mais je me réalise pas sur un plan professionnel, non, je suis hors-jeu ! » (Communication personnelle [Entretien] 22.06.2017)

Sur la base de ce qui a été exprimé, je peux donc affirmer que les collaborateurs ont le sentiment que l'activité exercée leur permet de se réaliser personnellement. C'est le cas pour sept personnes sur dix. Quant à l'aspect professionnel, il est moins assimilé à la réalisation de soi par les collaborateurs. Seulement la moitié ont le sentiment de se réaliser professionnellement à travers leur activité.

- Synthèse

L'image sociale d'un individu est souvent liée aux personnes auxquelles il s'associe, comme le dit justement ce proverbe : « Dis-moi qui tu fréquentes, je te dirai qui tu es. »

Je constate, à travers les entretiens réalisés, que la vision portée sur la personne par son entourage est primordiale et souvent reliée à la réalisation personnelle et professionnelle. Si l'entourage renvoie une image dévalorisée, alors la personne se sentira à son tour dévalorisée et elle aura le sentiment de ne pas se réaliser professionnellement et/ou personnellement. C'est bel et bien le cas pour une personne de mon échantillon, Valentine, qui a le profond sentiment de ne pas se réaliser professionnellement. Néanmoins, elle pense se réaliser personnellement grâce à l'activité artisanale, ce qui va dans le sens de mon hypothèse de départ.

Contrairement à ce cas, la grande majorité des collaborateurs éprouve une approbation et un soutien de leur entourage dans l'activité qu'ils exercent. Cela contribue à ce qu'ils ressentent une valorisation qui leur permet d'affirmer qu'ils se réalisent personnellement avec néanmoins une nuance quant à leur réalisation professionnelle. Ce qui, pour finir, leur procure le sentiment d'être intégrés dans la vie de la société. Ce que j'ai pu constater est exactement ce qui est rapporté par Wolfensberger :

L'image se réfère aux représentations mentales que les personnes ont dans leur esprit à propos d'un individu ou d'un groupe... Par exemple, une personne aura une image sociale plus positive si elle est vêtue avec soin, proprement et élégamment, si elle exerce des activités à travers lesquelles les observateurs peuvent s'identifier ou qu'ils valorisent, si d'autres décrivent la personne avec respect, en utilisant des expressions qui ne sont pas dévalorisantes.

(Wolfensberger, 1991, p. 56)

Finalement, à la lumière de tous les témoignages, je peux affirmer que l'activité artisanale pratiquée aux ateliers Saint-Hubert participe bel et bien à la valorisation de l'image sociale de nos collaborateurs.

2.5 La reconnaissance

Le dernier thème que je souhaite aborder avec les collaborateurs est celui de la reconnaissance qui fait partie du 4^{ème} niveau de la pyramide de Maslow (voir Annexe A).

Nous avons tous besoin d'être reconnus. Ce n'est pas une question d'orgueil, d'égoïsme ou d'immaturité. Dans l'absolu, l'être humain, dès sa naissance, a besoin du respect et de la tendresse de ceux qui l'entourent. Nos parents et nos proches sont le premier cercle social chargé de nous offrir de la reconnaissance, du respect et de la tendresse. Si nous disposons de ce premier substrat, nous avons le privilège de bénéficier d'une meilleure estime de nous-mêmes, grâce à laquelle nous pourrions avancer émotionnellement et personnellement. Plus tard, à travers nos relations sociales, nous obtiendrons la reconnaissance de nos amis et de nos conjoints. La reconnaissance intrinsèque répond donc aux besoins d'estime de soi et la reconnaissance extrinsèque aux besoins d'estime des autres.

Ainsi, dans l'intention de m'intéresser à l'estime des autres, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment de recevoir de la reconnaissance de la part des clients, par rapport aux produits qu'ils fabriquent.**

Des différences ressortent entre les divers secteurs. Dans la partie tournage et joints de fenêtres, la majorité des collaborateurs a le sentiment de recevoir de la reconnaissance de la part des clients, car celle-ci est régulièrement relayée par le MSP. De plus, certains événements sont venus renforcer cet état de fait, comme l'explique Pascal : « C'est vrai quand il y a plusieurs clients qui envoient un petit message sympa au MSP, en disant le boulot était top, ça fait plaisir. Là on a eu récemment le patron d'une des plus grosses menuiseries pour qui on travaille qui est venu ici, qui est venu visiter la boîte et qui fait "Je suis vraiment satisfait du boulot que vous faites"...après on a le sourire toute la journée...ça nous valorise et puis ça fait du bien ! » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017)

Dans la partie céramique, Raphaël explique qu'il est rare que les clients fassent des retours : « Non j'ai pas eu de contact avec les clients. » (Communication personnelle [Entretien] 07.06.2017) Les seuls retours sont donnés par le MSP, comme l'indique Lilou : « Oui on a eu le MSP qui nous dit souvent que les clients y sont contents du travail qu'on fait, qui sont très satisfaits alors pour nous c'est valorisant. » (Communication personnelle [Entretien] 16.06.2017) Mais je me rends compte qu'il me reste encore des efforts à faire dans mon secteur pour que tous soient au courant des avis de nos clients. En effet, deux personnes sur six me disent qu'elles n'ont pas entendu d'avis, comme l'explique Anaïssa : « Non j'ai pas eu de remarques spécialement, j'ai pas entendu. » (Communication personnelle [Entretien] 27.06.2017)

Je constate, à la lumière de ces témoignages, que la reconnaissance du client, même si elle est bien rapportée par le personnel encadrant, ne suffit pas totalement à apporter un sentiment de reconnaissance. Néanmoins, je réalise qu'il est important de continuer à relayer ces informations pour assurer la valorisation de nos collaborateurs.

Finalement, les collaborateurs de tous les secteurs bénéficient de la reconnaissance des clients mais de manière différente. Je constate que la reconnaissance qui marque est celle qui est directement transmise par le client lorsque celui-ci vient visiter notre centre ou qu'il vient chercher une commande et qu'il remercie les collaborateurs de vive voix.

Ensuite, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment d'être valorisés par les produits réalisés dans le cadre de leur activité artisanale.**

C'est la troisième fois dans cette recherche où toutes les réponses sont positives. Plusieurs collaborateurs, comme Titouan, évoquent leur forte valorisation liée aux produits et leur grande implication dans le processus de fabrication : « Oui, moi chaque produit que je fabrique ici, je le fais comme s'il était pour moi en fait, à mon image...s'il est mal poncé je l'accepte pas, c'est pas montrer la juste valeur à mon travail. » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017) Raphaël résume bien le sentiment général : « On fait des objets de A à Z, après ils vont chez des gens, je trouve que c'est bien. » (Communication personnelle [Entretien] 07.06.2017)

Pour conclure, les témoignages récoltés me permettent de dire que la fabrication artisanale de produits amène un fort sentiment de valorisation et d'estime de soi.

Dans notre société, le rapport à l'argent a énormément d'importance. C'est pourquoi j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment d'être valorisés par le salaire perçu en contrepartie de leur activité artisanale.**

Le salaire proposé aux ateliers Saint-Hubert est un complément à la rente versée par l'Al. Il dépend de critères établis par la Fondation et peut varier de 2 à 15 francs de l'heure.

Encore une fois, je remarque une différence de perception entre les ateliers. Dans le secteur céramique, les réponses révèlent un fort sentiment négatif vis-à-vis de la valorisation par le salaire. Raphaël résume assez bien le sentiment général : « Non pas trop avec le salaire, je trouve qu'il est trop faible notre salaire. » (Communication personnelle [Entretien] 07.06.2017) Finalement il n'y a que Roma qui a un avis positif, sur les six personnes interrogées. Mais, contrairement à tous les autres collaborateurs, elle bénéficie d'un salaire supérieur et mensualisé de par son statut proche de l'ouvrière spécialisée.

Pour le personnel du tournage et des joints, les avis sont moins tranchés. Jean-Yves me transmet un sentiment positif : « Oui, parce que mon salaire il a été un petit peu augmenté, parce que bien sûr je m'améliore, justement plus on s'améliore le salaire sera un peu plus haut, ça c'est logique. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017) Deux personnes ont des avis mitigés, comme Titouan : « Oui quand même, c'est clair qu'on aimerait toujours avoir quelques francs de plus de salaire. » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017) Quant à Emma, son opinion rejoint celle des collaborateurs de la céramique : « (rire) Alors ça...pas tant non ! » (Communication personnelle [Entretien] 26.06.2017)

Le salaire versé est aussi dépendant du système des prestations complémentaires (PC) avec lequel un équilibre est recherché afin de ne pas prêter les collaborateurs. Cela a été mentionné par certaines personnes lors de l'entretien, notamment par Pascal : « Le salaire c'est toujours un peu le problème, ben on sait que quand on est à l'Al on peut pas toucher plus que tant. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017)

Finalement, avec six avis négatifs, deux opinions mitigées et seulement deux appréciations positives, je peux conclure que les collaborateurs n'ont pas le sentiment d'être valorisé par le salaire perçu.

Pour finir, j'ai voulu savoir si les collaborateurs **ont le sentiment de recevoir un salaire à la hauteur de leur prestation.**

Pour la question précédente, je me suis intéressé à la valorisation par la perception d'un salaire. Ici, je m'intéresse à la valeur que les collaborateurs attribuent à leur travail et le lien avec la hauteur de leur rémunération. Tout comme pour l'indicateur précédent, les collaborateurs du secteur céramique ont un sentiment largement négatif par rapport à leur salaire, qui n'est pas, selon eux, à la hauteur de ce qu'ils fournissent. C'est d'autant plus fort chez des personnes, comme Raphaël, qui ont précédemment exercé sur le premier marché du travail : « Moi je trouve qu'on travaille comme des ouvriers dans une vraie entreprise mais le salaire il est pas égal, je pense qu'on pourrait avoir plus, ça serait mérité. » (Communication personnelle [Entretien] 07.06.2017)

Dans le secteur du tournage bois et joints de fenêtre, je retrouve Titouan avec un avis mitigé : « Oui, parfois tu dis mais est-ce que je mériterais pas un peu plus ? » (Communication personnelle [Entretien] 28.07.2017) Pour Emma, son avis est toujours aussi catégorique : « Non pas vraiment ! » (Communication personnelle [Entretien] 26.06.2017). Alors que Pascal, conscient de ses limites, trouve le salaire adapté à ce qu'il fournit comme travail : « Le salaire ici oui...je suis conscient des limites que j'ai à cause de ma santé. » (Communication personnelle [Entretien] 26.07.2017)

Finalement, avec six avis négatifs, une opinion mitigée et deux appréciations positives, la conclusion est très proche de l'indicateur précédent avec le sentiment de ne pas recevoir un salaire à la hauteur de la prestation fournie. Les collaborateurs ont conscience que ce n'est qu'un complément à leur rente mais ils évoquent aussi leurs difficultés financières pour justifier leurs réponses.

- Synthèse

Les collaborateurs des deux secteurs artisanaux disent apprécier réellement leur activité. Ils se sentent valorisés par les objets qu'ils produisent et par le fait qu'ils soient vendus à des clients qui manifestent leur contentement. Ils apprécieraient d'avoir encore plus de contact avec les acheteurs. D'ailleurs, Titouan m'a dit être affecté de ne plus participer à des marchés avec la production artisanale. Il ressentait beaucoup de joie et de reconnaissance à travers ce contact direct avec les clients.

Concernant la reconnaissance au travers de la rétribution, je constate que c'est un obstacle au travers du chemin vers la valorisation des collaborateurs. Même si ces derniers sont conscients que le salaire perçu est un complément de leur rente AI, ils ne se sentent ni valorisés, ni payés à la hauteur de leur prestation. Les avis exprimés dans ce travail rejoignent ceux que nous récoltons en fin d'année avec les entretiens de satisfaction. Au niveau du salaire, le taux de satisfaction, est de 41,70% pour les quarante-huit collaborateurs du centre de Monthey.

Selon Maslow, les besoins d'accomplissement de soi et de reconnaissance ne peuvent être assouvis par les personnes qu'à la seule condition que les besoins précédents l'aient été. C'est le premier à faire ressortir l'idée d'un salaire minimum. Pour Diridollou (2016), Herzberg apporte une amélioration à cette théorie. Selon lui, les facteurs d'hygiène (conditions de travail, sécurité de l'emploi, salaire, etc.) peuvent susciter des insatisfactions, mais une réponse positive à ces besoins ne suffira pas à motiver l'individu.

Il est d'ailleurs intéressant de relever que le salaire fait bien partie des facteurs d'hygiène et d'ambiance pour Herzberg. Cela tend à prouver qu'une augmentation de salaire n'est pas en lui-même un facteur de motivation, mais tout simplement un facteur qui évite la démotivation. Il est aussi intéressant de noter que ce n'est pas le salaire, en lui-même, qui est synonyme de satisfaction mais bien le rapport que le salarié fait entre sa prestation et le salaire perçu. En cela, les collaborateurs interrogés n'ont pas le sentiment d'obtenir en retour de leurs efforts ce qu'ils méritent à leurs yeux.

Pour conclure ce chapitre, je constate que le sentiment de valorisation de nos collaborateurs est renforcé par la fabrication de produits artisanaux plutôt que par un retour pécunier sur leur engagement ou leur travail.

3. Conclusion

3.1 Résumé et synthèse de la recherche

3.1.1 Synthèse

Il est relevé par les collaborateurs que le niveau d'équipement, la mise à disposition de locaux lumineux, spacieux, leur permet d'accéder au droit de ressemblance avec un équivalent culturel valorisé. Ils m'ont d'ailleurs transmis leur fierté du savoir-faire développé et mis en avant à travers les produits réalisés. Tous ont partagé la valorisation qu'ils perçoivent grâce à la qualité des objets et par le fait qu'ils se sentent utiles à la société, parce que cela répond à un besoin, que le produit de leur travail a une finalité commerciale. En ce sens, nos collaborateurs se rapprochent en tout point du professionnel diplômé qui est reconnu grâce à son activité et qui est rétribué pour celle-ci.

Pour la plupart, nos collaborateurs ont développé des compétences qu'ils ne soupçonnaient pas. Un monde nouveau dans un univers artisanal s'est ouvert à eux. Ces compétences, dont ils sont fiers, leur permettent d'être valorisés par la société, qui focalise son attention sur celles-ci plutôt que sur leurs "différences", bien souvent dévalorisée. Ce développement de compétences facilite l'intégration de nos collaborateurs dans la société en leur permettant d'accéder à des rôles valorisés.

Il ressort dans cette recherche que c'est aussi bien le fait d'avoir un travail que l'activité en elle-même qui permet à nos collaborateurs de se sentir valorisés. C'est finalement le regard positif que la société porte sur nos activités, le fait qu'elle peut s'identifier à notre pratique, qui participe à l'amélioration de l'image sociale de nos collaborateurs.

Nos collaborateurs sentent que leur travail est reconnu à travers le regard porté par nos clients et par celui du personnel encadrant. Ils ressentent une profonde valorisation grâce aux articles qu'ils produisent et par le travail qu'ils effectuent. Ainsi, ils ont le sentiment d'avoir une activité qui est utile aux yeux de la société et perçoivent en retour des signes de reconnaissance positifs.

Néanmoins, certains points mentionnés dans ce travail péjorent cette perception positive. Les collaborateurs relèvent le manque de visibilité de nos produits et le fait qu'ils ne sont pas assez connus par une clientèle potentielle. Cela est mis en relation par certains avec le prix qu'ils trouvent trop élevé, ce qui explique, pour eux, notre difficulté à les vendre. Et puis, il ressort aussi de ces entretiens un manque de repères envers le premier marché du travail et la difficulté des collaborateurs à se situer par rapport à un équivalent culturel valorisé.

En ce qui concerne l'image sociale, il ressort que la vision de l'entourage est prépondérante dans la perception de la personne travaillant dans un atelier protégé. Cette notion peut être connotée négativement par la famille ou les amis. Ainsi, un sentiment de rejet et de honte est alors perçu par le collaborateur, ce qui ressort nettement avec le témoignage de Valentine. De plus, cela rejaillit de manière négative sur la réalisation professionnelle.

Et pour finir, le principal point négatif concerne la rémunération qui péjore fortement le sentiment de reconnaissance. Ainsi, il ressort des réponses obtenues un puissant sentiment d'inégalité entre le travail fourni et le salaire perçu en contrepartie. C'est un sujet d'insatisfaction qui est manifesté par la grande majorité des collaborateurs interrogés.

3.1.2 Réponse à ma question de départ

Suite à l'analyse des données récoltées et à leur synthèse, je me positionne ici sur la question de départ :

"Comment est perçue la valorisation des rôles sociaux par les collaborateurs du secteur artisanat des ateliers Saint-Hubert ? "

Je constate, à travers ce travail de recherche, un transfert entre la théorie de la VRS et la pratique telle qu'effectuée dans le secteur artisanat des ateliers Saint-Hubert. De manière générale cela est perçu positivement par les collaborateurs qui ressentent une valorisation à travers les différents aspects abordés dans ce travail.

Et puis, je tiens à citer ici la définition de la VRS de Wolf Wolfensberger qui a jalonné mon travail. Je me rends compte qu'elle fait de plus en plus sens au fil de cette réalisation :

Il est possible que pour une grande majorité, bien installée dans le secteur valorisé de la société, la formulation de la VRS ne signifie pas grand-chose parce que ses affirmations sont toutes considérées comme allant de soi. (...) Mais la VRS prend tout son sens pour deux groupes de personnes :

a) celles qui sont déjà dévalorisées par la société ;

b) celles qui ont toujours été valorisées, mais à qui des événements font courir un risque d'être projetées dans une identité socialement dévalorisée.

(Wolfensberger, 1991, p. 53)

Lorsque j'ai découvert le concept de la VRS, j'ai aussi pensé que la plupart des affirmations découlaient du bon sens. Puis, après avoir effectué ces entretiens, j'ai réalisé qu'effectivement, cela prend toute son importance pour nos collaborateurs qui ont tous des parcours bien différents. Ce concept est particulièrement présent pour les personnes les plus "défavorisées" qui sont aussi plus enclines à percevoir positivement tous les aspects abordés de la VRS. A contrario, les personnes qui se sentent le plus près du premier marché du travail perçoivent plus négativement certains aspects comme la réalisation professionnelle ou la rémunération.

Malgré ces côtés négatifs relevés, j'ai vraiment eu beaucoup de satisfaction à travers ces échanges avec les collaborateurs. Je me suis rendu compte de l'importance de notre action et de son impact positif sur leur vie. Je me suis aussi rendu compte des aspects qu'il faut continuer à améliorer : visibilité de l'offre, transmission des avis des clients et poursuite des échanges autour de ce thème. Cela me motive à poursuivre mon travail.

3.2 Limites du travail

Pour ce qui est du thème central, la VRS, il existe une pléthore d'écrits, d'études ou d'articles ce qui a élargi, parfois trop, mes recherches bibliographiques. Je me suis finalement focalisé sur deux auteurs qui font référence dans le domaine : Wolf Wolfensberger et Louis Vaney.

En ce qui concerne l'échantillon retenu, je retiens deux limites :

- Du point de vue de la quantité. L'échantillon retenu est assez étroit et ciblé. J'ai questionné uniquement des collaborateurs du secteur artisanat de l'atelier de Monthey. J'ai heureusement pu extrapoler, pour certains points, avec l'ensemble des collaborateurs du centre de Monthey grâce aux entretiens de satisfaction effectués chaque année.

- Du point de vue de la compréhension. Solène, que j'ai préalablement interrogée, a été écartée lors du dépouillement. J'ai eu de réelles difficultés à lui faire comprendre le sens de mes questions lors de l'entretien, où j'ai finalement senti des réponses trop complaisantes et bien trop biaisées pour être retenues.

A propos de la méthode utilisée, je souligne quelques difficultés :

- Le guide d'entretien que j'ai élaboré permet de suivre un fil conducteur mais il s'avère parfois trop rigide pour laisser réellement s'exprimer le collaborateur et rebondir sur certaines réponses.
- Le découpage de certains indicateurs n'a pas été suffisamment explicite pour les collaborateurs et leurs réponses se sont révélées tellement proches que j'ai finalement opté pour une analyse conjointe. C'est le cas pour les questions concernant les besoins et les critères de consommation, les compétences et le savoir-faire et la réalisation personnelle et professionnelle.
- La configuration du centre, avec le partage du bureau à deux MSP en formation, et donc effectuant le même genre de recherche, avec des entretiens à réaliser durant la même période, à quelque peu perturbé notre planning des entretiens. Nous avons dû faire preuve de flexibilité et de patience.
- Le fait que je sois le MSP référent dans le secteur céramique, et le remplaçant dans les secteurs du bois et des joints de fenêtre, comporte un risque d'influencer les réponses émises lors des entretiens.

3.3 Perspectives et pistes d'action professionnelles

3.3.1 Développement envisageable

Les résultats de cette recherche ouvrent la voie à un prolongement possible dans le cadre d'un nouveau travail :

- Le premier, qui me semble le plus important, est d'élargir le panel des personnes interrogées à l'ensemble des collaborateurs de la Fondation Saint-Hubert afin de savoir si les avis émis dans ce travail reflètent un avis général ou s'ils sont particulièrement présents au sein de l'atelier de Monthey. Il serait intéressant de se poser la question suivante : Le concept de la VRS est-il bien perçu par les collaborateurs de l'ensemble de la Fondation, et cela quelle que soit l'activité proposée ?
- Puis, l'aspect qu'il serait particulièrement intéressant de sonder, concerne bien évidemment la valorisation rattachée à la rémunération salariale. Ainsi, cette question pourrait être posée : Le salaire en atelier protégé est-il un facteur d'intégration sociale ou au contraire participe-t-il à stigmatiser davantage la personne en situation de handicap ?

3.3.2 Pistes d'actions professionnelles

Du point de vue d'une action professionnelle, je distingue :

- L'amélioration de la visibilité de nos produits. Cela est cité à plusieurs reprises par les collaborateurs quand ils relèvent le peu de visibilité de nos prestations et de nos produits. Pour ce faire, nous pourrions créer un catalogue en ligne de nos produits sur le site internet de la Fondation.

Parallèlement, nous pourrions participer plus régulièrement à des marchés, des manifestations où nos activités seraient mises en avant et présentées à un plus large public.

- La valorisation des salaires. Cela dépasse le stade institutionnel, mais la réflexion pourrait être menée, à l'instar de certains de nos voisins européens comme le Luxembourg, pour une rémunération par les ateliers qui reçoivent les aides étatiques et les reversent à leurs collaborateurs. Ce qui reviendrait à fixer un salaire minimum conjoint (revenu de l'activité + revenu AI), comme pour toute personne œuvrant sur le premier marché du travail. Ce qui éviterait ainsi de stigmatiser les personnes en situation de handicap par un salaire AI et un salaire complémentaire, versé par une institution.

3.4 Remarques finales

Je reprends ici les objectifs exposés dans l'introduction et je vérifie s'ils ont été atteints.

Tout d'abord, les objectifs théoriques :

- Présenter le concept et la mission de l'institution.
- Présenter le type de population concernée.
- Présenter les activités prises en compte dans la recherche.
- Acquérir un maximum de connaissances dans le domaine par les lectures et par les recherches bibliographiques.

La partie introductive, présentant les concepts théoriques, ainsi que les liens théoriques établis dans la partie développement, m'ont permis d'approfondir mes connaissances et mes compétences dans les différents domaines ci-dessus. Je pense avoir évolué considérablement tout au long de cette recherche et je peux donc affirmer que ces objectifs sont atteints.

Puis les objectifs pratiques :

- Connaître le ressenti et les sentiments des collaborateurs par rapport à leur activité.

Cet aspect constitue l'âme centrale de ce travail par les entretiens réalisés. Les collaborateurs ont manifesté un réel intérêt pour ma recherche et ils m'ont témoigné énormément de confiance lors des échanges. J'ai été agréablement surpris de la forte identification aux activités et de la valorisation ressentie à travers les articles produits de leurs mains.

- Identifier les bonnes pratiques de valorisation, ou les obstacles à celles-ci, misent en place au sein du secteur artisanat de l'atelier Saint-Hubert de Monthey.

À travers cet objectif, j'ai identifié les pratiques qui valorisent les collaborateurs (retours positifs et remerciements des clients, qualité des produits, environnement propice, développement des compétences, amélioration de l'image, etc.). J'ai aussi réalisé une remise en question de ma façon d'être, particulièrement en matière de communication, afin de m'assurer que tous les collaborateurs aient accès à l'information lors des retours de nos clients.

- Acquérir un maximum de connaissances de terrain sur la thématique à travers les entretiens réalisés auprès des collaborateurs.

Grâce aux entretiens, j'ai posé un regard critique sur la thématique de la VRS et son application sur le terrain. Les collaborateurs ont enrichi mes connaissances théoriques par le témoignage de leur vécu et par le partage de leur ressenti. Ils ont initié une réflexion qui va me guider dans la pratique future de mon métier de MSP.

- Faire le lien entre la théorie de la valorisation des rôles sociaux et la pratique en atelier.

Encore une fois, l'apport du terrain a été primordial pour la réalisation de ce travail. Les échanges avec les collaborateurs constituent un puits de connaissance dans lequel j'ai puisé la certitude que notre action socioprofessionnelle est perçue positivement par l'ensemble des personnes. J'ai pu faire le lien entre la théorie de la VRS, son application sur le terrain et le ressenti des collaborateurs.

3.5 Bilan final

Cette recherche a permis d'élargir ma vision du travail d'un maître socioprofessionnel et plus particulièrement de l'aspect lié à la valorisation des rôles sociaux. J'ai pu mesurer combien ce concept, qui semble aller de soi et découler du bon sens, demande une attention particulière de tous les instants et prend tout son sens pour des personnes qui ont particulièrement besoin de notre action. Cela est d'autant plus pertinent en regard du premier marché du travail dont on essaie de s'approcher.

Je me suis rendu compte de cet aspect en accompagnant une collaboratrice lors d'un stage dans un home pour personnes âgées. Elle désirait intégrer l'activité d'assistante en soin mais des remarques désobligeantes de certaines de ses collègues l'ont contrainte à abandonner son projet professionnel. Je constate également que l'attitude bienveillante de ses supérieurs hiérarchiques n'a pas suffi à la rassurer et à dépasser cette situation difficile. Il reste donc encore du chemin à parcourir pour que la VRS soit appliquée partout dans nos collectivités et que les décalages de pratiques entre les ateliers protégés et le premier marché du travail soient aplanis. Notre société doit encore travailler à diminuer certaines caractéristiques dévalorisantes et en même temps orienter son optique sociale et ses valeurs culturelles vers plus de respect des individualités et des limites de chacun.

Pour conclure, ma dernière phrase est une citation de Carl Rogers. Elle m'accompagne tout au long de cette formation et correspond pleinement à mon évolution dans le milieu social. En effet, je découvre chaque jour de nouvelles choses, de nouvelles approches, de nouvelles postures que je m'efforce de faire miennes.

"Les seules connaissances qui puissent influencer le comportement d'un individu sont celles qu'il découvre par lui-même et qu'il s'approprie. "

(« Citation Carl Rogers - Ses meilleures citations - Dicocitations & Le Monde », s. d.)

4. Bibliographie

CAMPENHOUDT, L. V., & QUIVY, R. (2011). *Manuel de recherche en sciences sociales - 4e édition* (4e édition revue et augmentée). Paris : Dunod.

CARRON Gabriel, support de cours d'observation. Unité 2 : *Les obstacles à une observation objective*. 1^{ère} année, 2013

Citation Carl Rogers - Ses meilleures citations - Dicocitations & Le Monde. (s. d.). Consulté le 6 octobre 2017, à l'adresse http://dicocitations.lemonde.fr/auteur/3842/Carl_Rogers.php

Comité Européen pour le Développement de l'Intégration Sociale (CEDIS), (2004), VALORIS, Évaluation de la qualité des services à l'usage des dispositifs sociaux et médico-sociaux, Tome 1 manuel d'Évaluation Externe, 1^{ère} édition, CEDIS, Imprimerie Grafistec à Castella.

DIRIDOLLOU, Bernard (2016). *Manager son équipe au quotidien*. Editions Eyrolles

Fondation Saint-Hubert. (s. d.). Consulté 1 avril 2017, à l'adresse <http://www.asth.ch/>

Formation à la valorisation des rôles sociaux.pdf. (s. d.). Consulté à l'adresse <http://www.cedis-europe.org/download/567/>

JUHEL, J.-C., & HERAULT, G. (2003). *La personne autiste et le syndrome d'Asperger*. Presses Université Laval.

ROGERS, C., KIRSCHENBAUM, H., HENDERSON, V. L., & RICHON, H.-G. (2013). *L'approche centrée sur la personne*. Genève : Ambre Editions.

Team Qualité. (2014, Novembre 12). Management Qualité Fondation Saint-Hubert: *La mission et les objectifs*.

Team Qualité. (2014, Novembre 12). Management Qualité Fondation Saint-Hubert: *Le concept général de réinsertion*.

VANEY L., (septembre 1991), *Valorisation des rôles sociaux et déficience profonde : utopie ou concept de référence ?* Association genevoise de parents et d'amis de personnes mentalement handicapées (APMH), Bulletin trimestriel n°130, p.12-25.

VANEY, L. (1991). *Valorisation des rôles sociaux et évaluation : textes choisis*. Genève : Ed. des Deux continents.

WOLFENBERGER, W. (1991). *La valorisation des rôles sociaux : introduction à un concept de référence pour l'organisation des services*. Editions des Deux Continents.

WOLFENBERGER, W., GLENN, L., FLYNN, R.-J., DUPONT, A., FERAGUS, J., GOULEY, C., Comité Européen pour le Développement de l'Intégration Sociale. (C.E.D.I.S.). FRA. (1998). *PASS 3. Programme d'analyse des systèmes de services : Méthode d'évaluation quantitative des services humains*. Genève : Editions des Deux Continents.

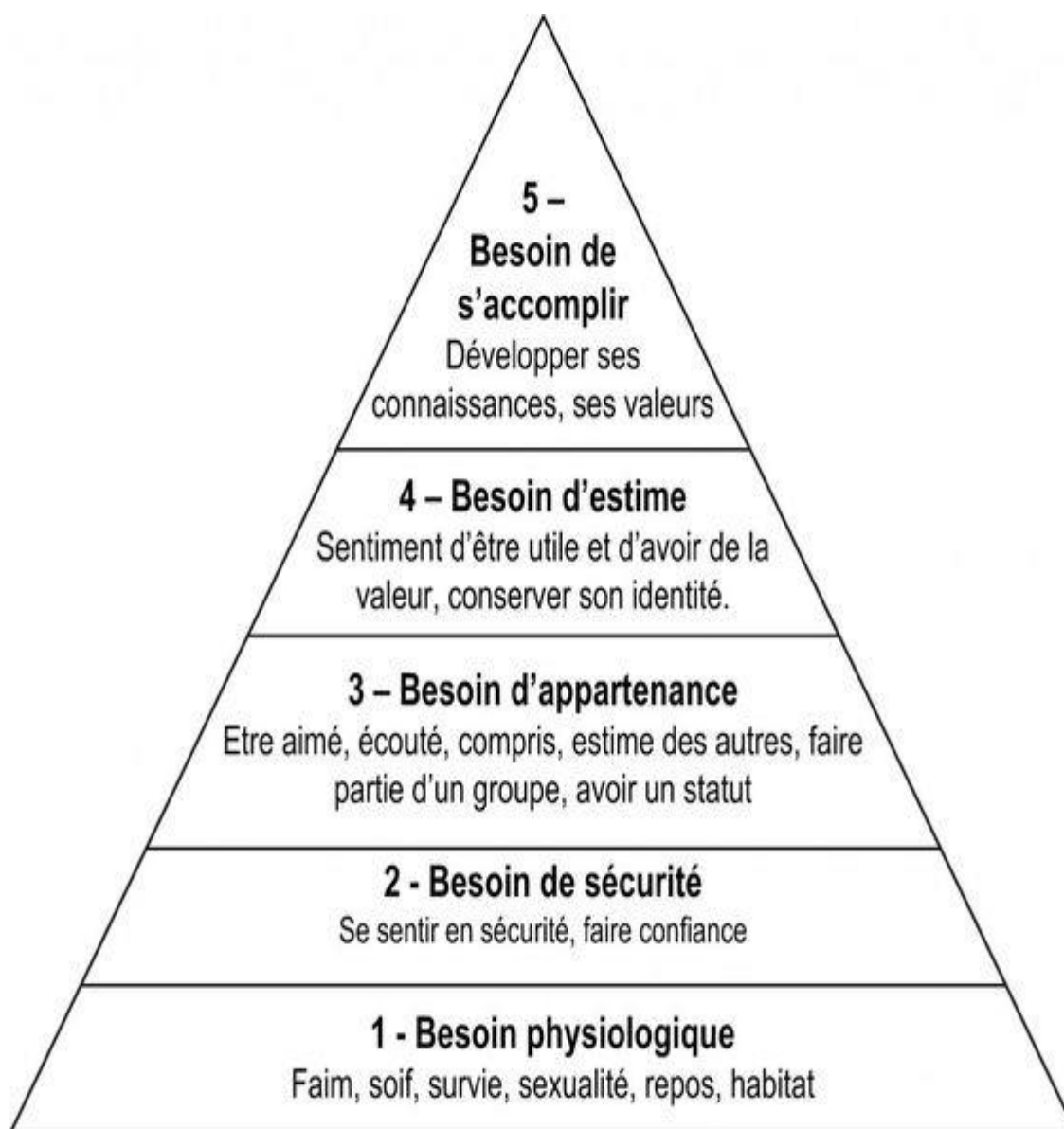
Liste des Annexes

Annexe A : La Pyramide des besoins selon Abraham Maslow

Annexe B : Guide d'entretien

Annexe C : Extrait de la Grille de dépouillement

Annexe A : La pyramide des besoins selon Abraham Maslow



Source : <https://gr.pinterest.com/explore/pyramide-des-besoins/>

Guide d'entretien

Renseignements généraux

Nom et âge du collaborateur :

Secteur d'activité :

Indicateurs

Les activités artisanales permettent d'obtenir un équivalent culturel valorisé

- Les produits sont utiles ? Selon besoins et critères de consommation ?
- Les objets sont vendus au juste prix ? Trop ou pas assez ?
- Les objets sont comparables à ceux réalisés par des professionnels ?
- Les infrastructures et conditions de travail idem que chez professionnels ?

Les activités artisanales permettent de développer des compétences et un savoir-faire

- Développement des compétences de départ ? D'autres en travaillant à STH ?
- Fiers de leurs compétences ?
- Fiers de leur savoir-faire artisanal ?
- Une aide hors de STH ?
- L'activité est en accord avec leur capacités physiques ? Intellectuelles ?

Les activités artisanales améliorent l'image sociale du collaborateur

- Bonne image de l'activité de la part du conjoint ? Famille ? Amis ?
- Bonne image de leur activité de la part des MSP ? Direction ?
- L'activité leur permet d'être intégrés dans la vie de la société ?
- Réalisation personnelle grâce à l'activité artisanale ? Professionnelle ?

Les activités artisanales apportent de la reconnaissance

- Reconnaissance de la part des clients ?
- Valorisés par les produits réalisés ?
- Reconnaissance par le salaire ?
- Salaire égal à leur prestation ?

Divers

Travaille au sein de STH depuis :

Propositions d'améliorations (Oui/Non, lesquelles ?)

Annexe C : Extrait de la Grille de dépouillement

| Nom et âge des personnes interrogées | Raphaël / 1975 | Sylvie / 1980 | Lilou / 1957 | Roma / 1965 | Valentine / 1958 | Anaïssa / 1986 | Emma / 1986 |
|--|--|--|--|--|--|---|---|
| Secteur d'activité | Céramique | Céramique | Céramique | Céramique | Céramique | Céramique | Joint de fenêtre |
| A Saint-hubert depuis | 30.03.2015 | 19.09.2016 | 11.02.2008 | 1989 (15 ans en céramique) | 04.10.2004 | 04.08.2014 | 01.07.2016 |
| Date d'enregistrement | 07.06.2017 | 08.06.2017 | 16.06.2017 | 22.06.2017 | 22.06.2017 | 27.06.2017 | 26.06.2017 |
| Les indicateurs | | | | | | | |
| 1. Equivalent culturel valorisé | | | | | | | |
| Les objets produits ont une utilité. | Oui il y en a qui sont utiles d'autres qui sont pour la décoration 1:02 | Oui...pas mal de gens qui aiment la céramique, en forme de pots, de tasses 0:58 | Oui, je pense que oui, qui sont utiles 0:54 | Non pas vraiment. 00:45 | En tout cas c'est des beaux produits...Oui ils sont utiles 1:21 | Oui, moi j'en ai acheté, ça fait des cadeaux aussi 1:30 | Oui bien sûr c'est pour des menuiseries 0:47 |
| Les objets produits répondent aux besoins de consommation | Ouais...si j'ai besoin je pourrais les acheter 1:30 | Oui...c'est souvent les pots pour l'eau, c'est des tasses ils boivent le café dedans 1:28 | | Ouais c'est utilitaire mais tu trouves tellement ailleurs aussi...à l'époque c'était très utile maintenant un peu moins 00:58 | Oui moi je trouve que oui mais le problème c'est que les gens oublient qu'on existe 1:46 | Oui 1:09 | C'est un bon service qu'on rend aux entreprises de menuiserie 0:55 |
| Les objets produits répondent aux critères de consommation | | | et vous et nous on est tout le temps en train de s'améliorer pour présenter le mieux possible et que les clients soient satisfaits 1:21 | | Si ils les avaient sous les yeux plus ou moins régulièrement je pense qu'ils y penseraient et puis ils s'en serviraient pour des cadeaux ou autre chose. On se met pas assez en avant 2:02 | Oui et on peut les personnaliser, alors que dans les centres commerciaux c'est pas personnalisé, justement c'est ça qui est cool 2:33 | |
| Les objets produits sont vendus au juste prix. | Ah oui 1:40 | Ils sont un peu cher 1:52...en fait il y a quelque chose qui va pas si on arrive pas à les vendre, c'est soit le prix, il y en a qui veulent pas mettre très cher 2:18 | Je suis pas tellement là-dedans mais je pense que d'après le travail, tout le travail qu'on fait, je trouve que c'est correct 1:46 | Oui...moi je trouve un peu cher mais c'est artisanal alors voilà 1:32 | Moi je trouve que les prix sont corrects 5:16 | Oui parce que c'est fait à la main, ça prend du temps et y'a des choses plus compliquées que d'autres alors oui. C'est fait à la main pas en industriel vite fait oui moi je trouve les prix sont corrects 2:56 | Je me rends pas compte du prix. Il me semble que c'est correct...il me semble que c'est pas trop cher, j'ai l'impression 2:06 |
| Les objets produits sont comparables à ceux réalisés par des professionnels. (qualité) | J'ai jamais trop vu ce qui est fait par des professionnels mais moi je trouve ça qu'on fait c'est bien fait 2:04 | C'est la même terre, c'est la même chose 3:45 | C'est pas comparable, chez nous c'est fait main. On voit bien qu'il y a une différence entre ce qu'on achète que c'est fait usine et ce qui est fait main. On peut pas comparer les deux choses 3:04 | Oui 2:00 | La qualité, oui c'est bien fait moi je trouve, c'est bien fini, c'est bien fait 7:37 | Non parce qu'ici c'est plutôt manuel, la déco elle est personnalisée alors que dans les centres commerciaux c'est tout pareil et puis c'est peut-être un peu moins bien fait 3:18 | Exactement. Et avec le sourire! 2:48 |
| Les infrastructures correspondent à ce que l'on peut trouver chez les professionnels | J'ai jamais vu chez des professionnels mais je pense que c'est la même chose 2:34 | Une fois un atelier mais dans l'atelier il avait tout même le bricolage, ça c'est la même chose 4:57 | ça j'ai pas de connaissances 3:29 | Oui. A peu près. On est peut-être même mieux 2:24 | Mieux que chez un professionnel, on est mieux franchement 9:17 | J'ai jamais vu un atelier de céramique, je saurais pas 4:22 | Je pense, je veux dire on a tout ce qui fait la machine, la règlette 3:10 |
| Les conditions de travail correspondent à ce que l'on peut trouver chez les professionnels | | Je pense oui 4:33 | C'est difficile de me prononcer à ce sujet là 3:38 | Au niveau nettoyage eux y sont un peu moins...ouais c'est tous des artistes quoi...nous on a quand même plus de rigueur pour ça 2:42 | Nous on est bien ici, on a de la place, on est équipés impeccable. Moi je demande rien de plus pour ça, il y a de la lumière, on est pas seul, c'est bien 9:55 | Des très bonnes conditions oui 5:30 | C'est top qu'ils investissent là-dedans 3:31 |
| 2. Compétences et savoir-faire | | | | | | | |
| Ils ont développé leurs compétences de départ en travaillant à STH | Non, c'est pas mon métier 3:50 | J'ai jamais travaillé la céramique 5:22 | Non moi j'ai jamais travaillé dans ce métier là 4:37 | Non j'ai appris ici 3:19 | Moi je pense que j'avais déjà des compétences comme ça, j'ai enseigné les travaux manuels, j'aime bien travaillé de mes mains 10:34 | D'autres compétences parce que je travaillais pas dans le métier là avant 6:38 | Ah bien sûr d'être plus à l'aise dans ce que je fais 4:21 |
| Ils ont développé d'autres compétences en travaillant à STH | J'ai développé de nouvelles compétences. J'y connaissais rien en céramique 3:01 | Ca m'a appris quelque chose, ça m'aide beaucoup moi pour la détente, beaucoup le travail avec les mains 5:39 | Oui c'est tout un autre monde qui s'est ouvert à moi. Parce que moi j'ai jamais travaillé dans ce métier là 4:37 | Oui je connaissais pas trop la céramique 4:10 | Maintenant ce que j'ai appris ici, c'est plus sué un motif, un modèle et puis à me conformer quoi 10:46. Moi j'ai appris plein de choses, y'a tout le domaine de la céramique 12:29 | Alors oui d'autres compétences justement 6:42 | Ah oui ça c'est sûr, j'étais étonné que dans l'administration ça me plaise quand même 4:35 |
| Ils retirent de la fierté de leurs compétences artisanales | Maintenant je sais faire plein de choses 3:13 | Oui j'en parle beaucoup avec des autres personnes 6:35 | Oui je suis quand même fière mais je voulais à faire encore mieux 4:52 | Oui parce que j'aimais bien, c'est ce que je voulais faire déjà 4:17 | Oui je suis contente là 12:37 | Ah oui pis c'est manuel, j'aime bien 6:46 | Oui bien sûr c'est une satisfaction personnelle 5:09 |
| Ils retirent de la fierté de leur savoir-faire artisanal | Oui 3:48 | Oui c'est un plus parce que c'est nouveau pour moi 6:59 | Oui c'est toute une découverte pour moi. J'avais jamais pensé à pouvoir faire de la poterie 6:06 | | Oui d'ailleurs si je suis toujours là c'est bien parce qu'il y a la céramique...j'aime bien faire et je suis contente de faire ça 12:56 | Oui c'est vraiment précis...c'est pas facile, ce que je fais moi, tourner y'en a pas beaucoup qui savent 7:21 | |
| Les compétences développées dans le cadre de l'activité les aident dans leur vie hors STH (à se structurer, se stabiliser, se canaliser) | Pour l'instant j'ai pas le sentiment que c'est utile 4:32 | Je sais pas...peut-être le caractère y change...je suis plus tranquille 7:37 | | Moi non parce que je faisais déjà plein de trucs avant manuellement 5:08 | Ah mais le fait de venir ici travailler, bon ce serait pareil si j'allais ailleurs travailler, mais c'est sûr que ça structure, moi c'est indispensable 16:03 | Oui j'ai tendance à être plus précise qu'avant, je regarde plus les choses 8:54 | Oui d'avoir un rythme. J'ai retrouvé ma confiance en moi 6:12 |
| L'activité exercée est adaptée à leurs capacités physiques | Oui 4:30 | Oui 8:13 | Oui 6:36 | De moins en moins. C'est qu'avant je faisais pas ça, avant il y avait un autre qui remplissait le four, qui vidait les fours, qui émaillait moi je faisais de la déco, du tournage, du tournassage, tu vois. C'était moins physique. 6:01 Alors tout ça a changé à cause des produits 6:57 | Oui 17:56 | Oui parce que je peux m'asseoir pis c'est un peu alterné ben je peux aussi me lever. Oui ça me gêne pas, ça me fatigue pas 9:38 | Bien sûr. Oui j'ai aucun problème pour ça 8:08 |
| L'activité exercée est adaptée à leurs capacités intellectuelles | La céramique on doit se concentrer et c'est quelque chose qu'il me faut, travailler ma concentration et mon attention, alors c'est dans le bon sens 4:45 | C'est pas difficile 8:40 | Oui je trouve que c'est adapté 6:58 | J'aimais mieux avant aussi...moi je faisais beaucoup de déco, maintenant ouais ça me plaît un peu moins mais ça va 7:32 | Oui 18:00 | Oui moi qui suis nerveuse ça me détend. Oui c'est adapté, non ça me demande pas trop 10:18 | Aussi, oui tout à fait 8:13 |

| | | | | | | | | |
|--|---|---|--|---|---|--|---|--|
| 3. L'image sociale | | | | | | | | |
| Leur conjoint a une bonne image de leur activité | / | Ah oui il a une bonne image 9:50 | Oui ils ont une bonne image 7:25 | / | / | Oui, tant que moi ça me plaît...oui il aime bien 10:59 | / | |
| Leur famille a une bonne image de leur activité | Oui j'en ai parlé à ma mère 5:15 | Si ils aiment ça, qu'ils le prennent, qu'ils achètent c'est qu'ils aiment ça 9:58 | Oui des fois je montre aussi ce que je fais, je garde aussi des modèles à la maison 7:37 (la belle-famille à mon fils) Oui y sont, comment dire, admiratifs par rapport à ça 8:45 | Je pense oui 7:56 | Mes enfants par exemple ils me supportent pas ici, pas du tout 18:16 | Ouais ils aiment bien...si c'est bien pour moi, pour eux l'important c'est que j'ai un travail 11:21 | C'est mon frère qui m'a dit va voir, ça te ferait du bien et tout. Je suis partie négative et puis après quand j'ai eu l'entretien, ça a complètement changé mon regard par rapport à ce genre d'institution 9:29 | |
| Leurs amis ont une bonne image de leur activité | J'en ai parlé avec des gens honnêtement...ils ont trouvé que c'était bien 5:35 | Des amis de ma belle-mère ont acheté aussi 10:09 Je parle autour, j'essaie d'un peu vendre 10:44 | Oui ils sont contents quand je leur offre des choses qu'on fait ici, oui ils sont très contents 9:02 | Quand tu parles, même n'importe qui, que tu dis que tu fais de la céramique, ils te disent ouais ça doit être super, ça a une bonne image la céramique 8:07 | En tout cas on en parle pas 19:46 | Ils disent c'est cool...ils disent c'est joli comme métier 11:52 | Mes amis oui quand même. Ils savent tous que je travaille là, les plus proches, après les autres, ben, je cache pas du tout 10:12 | |
| Le personnel d'encadrement (les MSP) ont une bonne image de leur activité | Oui ah oui moi je trouve 6:00 | Je sais pas du tout, je pense oui 11:59 Oui il y a de l'intérêt 12:15 | Oui je pense que oui, ils sont satisfaits de mon travail 9:27 | L'activité...oui...pas du rendement mais de l'activité oui 8:26 | Oui, ils sont bien les MSP 21:26 | Oui 13:22 | Bien sûr 13:40 | |
| Les membres de la direction de la Fondation ont une bonne image de leur activité | Oui le directeur passe tous les jours dire bonjour 6:21 La direction de Sion...on les voit pas souvent 6:34 mais si on les voit pas souvent ça veut dire que ça va 6:48 | Je sais pas alors ça j'ai aucune idée, y parlent jamais alors je sais pas qu'est ce qu'ils en pensent alors, si ils font cet atelier parce qu'ils voient qu'il y a du potentiel derrière oui 12:39 | Oui ils sont satisfaits 9:49 | Oui...y en a que ça leur plaît tout de suite, tu vois assez quand ils visitent 8:47 | Oui. Non à Sion peut-être qu'ils pensent un peu qu'on leur coûte cher pour pas grand-chose, pour pas leur apporter grand-chose, ça c'est certain 21:40 | Oui je pense...oui parce qu'ils sont un peu fiers on va dire 13:46 | Ah oui 13:53 | |
| L'activité artisanale répond à leurs besoins d'être intégrés dans la vie de la société | J'ose pas imaginer où j'en serais si j'avais pas d'occupations, pas de timing à respecter, que je serve à rien du tout, que je sais pas le matin en me levant ce que je vais faire. 7:22 | Oui bien sûr, j'en vend quelques uns, le bois moins...autrement la céramique, oui y'a beaucoup, souvent ma belle-mère, des amis de la belle-mère qui me disent tu peux commander ça ou ça 16:34 | Oui, oui, pour moi le fait d'être engagée ici ça m'a fait sentir déjà quelque/un 10:12 Quand j'ai arrêté mon activité de caissière, que j'ai fait pendant des années, après j'étais à la maison, je me sentais personne, je me sentais nulle, après ici ça m'a donné, ça m'a fait sentir quelque/un 10:37 même pour mon estime personnelle, ça m'a fait sentir bien 10:56 | Non je crois pas 9:09 | Pas pour moi. Moi je me sens pas intégrée dans la vie de la société. J'ai une honte pas possible. Tu sais pour moi c'est difficile. J'étais enseignante, après avec mon mari on était patrons de bistro puis maintenant je suis à STH 17:02 | Ah oui 14:24 | Ah bien sûr et de voir des collègues ça fait du bien, c'est quand même important. 12:05 Et puis il y a le rythme de se lever le matin, c'est vrai que j'aime bien travailler le matin justement pour ça 12:16 | |
| L'activité artisanale leur a permis de se réaliser personnellement | Oui là je trouve que ça m'a changé la vie quand même de venir ici, d'avoir un travail, de me sentir utile 7:32 | Oui pour moi oui c'est un plus 18:16 | | Un peu oui 12:20 | Oui je me réalise parce que j'aime faire ça (la céramique) 23:15 Je me réaliserais moins aux messageries, ici je me réalise parce que ça me donne du plaisir 23:24 | / | Non pas du tout, c'est un tremplin oui 16:19 | |
| L'activité artisanale leur a permis de se réaliser professionnellement | / | La poterie c'est tout différent que le ménage alors voyez, ils m'ont connu là-dedans, ils disent bon tu fais la poterie c'est génial si c'est bon pour toi pis oui ça me va très bien 18:34 | Oui un peu, professionnellement aussi 12:15 ça m'a fait voir ma personne d'une autre façon que je voyais pas jusque là 12:32 | Plus professionnel oui 12:30 | Mais je me réalise pas sur un plan professionnel, non, je suis hors-jeu 23:45 | / | Non je dois remettre le pied à l'étrier avant de retourner dans le monde du travail et d'être prête à la pression et ce genre de choses 16:57 | |
| 4. La reconnaissance | | | | | | | | |
| De recevoir de la reconnaissance de la part des clients par rapport aux produits qu'ils fabriquent | Non j'ai pas eu de contact avec les clients 8:53 | Positif oui, on entend que c'est bien, que c'est bien fait 20:02 | Oui on a eu les MSP qui nous dit souvent que les client y sont contents du travail qu'on fait, qui sont très satisfaits alors pour nous c'est valorisants 13:15 | Oui...quand je les voyais 12:51 | Oui. Bon on les rencontre pas beaucoup mais je pense qu'ils sont reconnaissants mais nous on les voit pas tellement, occasionnellement une boîte de chocolat ou quelque chose comme ça 25:00 | Non j'ai pas eu de remarques spécialement, j'ai pas entendu 16:37 | Oui alors des fois ils sont très satisfaits, ils envoient en fin d'année "Bonne année" et tout et puis ils envoient quand même des félicitations du travail qu'on fait 17:34 | |
| D'être valorisés par les produits réalisés dans le cadre de leur activité artisanale | On fait des objets de A32, après ils vont chez des gens, je trouve que c'est bien 9:51 | Pour moi c'est un plus qui me donne un peu les portes ouvertes pour aussi la vente, vendre les produits et montrer ce que je fais 22:09 | Oui je me sens valorisée, appréciée 11:19 | Oui 18:02 | Ben dans la mesure où j'ai du plaisir oui. 26:22 Ça valorise quand même qu'il y ait des acheteurs qui les revendent par la suite, oui bien sûr. 27:46 | L'important c'est le résultat à la fin, on est fier aussi à la fin, parce qu'on dit ah c'est nous qui a fait ça c'est joli 12:16 | Oui plutôt dans l'administration 19:15 | |
| D'être valorisés par le salaire perçu en contrepartie de leur activité artisanale | Non pas trop avec le salaire 11:33 je trouve qu'il est trop faible notre salaire 11:40 | Oui c'est pas beaucoup ce qu'on touche 23:57 | (Rire) Moi je dis toujours que non, que je suis pas satisfaite 13:47 | Oui 18:08 | Je sais pas, une femme de ménage elle gagne 20 francs, bon c'est un autre boulot, mais ici c'est quand même du boulot...ça fait bizarre. Moi ça me fera toujours bizarre le salaire 31:01 | Non, je trouve que nous ce qu'on fait c'est compliqué, dans le sens où on doit vraiment se concentrer, c'est manuel...moi personnellement je trouve qu'on mériterait un peu plus 18:17 | (rire) Alors ça...pas tant non 20:40 | |
| De recevoir un salaire à la hauteur de leur prestation | Moi je trouve qu'on travaille comme des ouvriers dans une vraie entreprise mais le salaire il est pas égal, je pense qu'on pourrait avoir plus, ça serait mérité 12:06 | Je fais mon boulot et puis le salaire ben voilà quoi, je sais que c'est un atelier mais je sais pas moins que 4 francs ou 5 francs c'est vrai que c'est un peu exagéré...ils peuvent quand même augmenter un peu, la vie a augmenté aussi 25:53 | Non je pense que comme je fais des efforts pour m'améliorer pour faire d'autres choses, ils pouvaient aussi faire un peu d'effort de leur part 14:57 | Oui 18:17 | Non pour le temps qu'on passe ici, c'est ça le problème 31:15 | Non parce que je trouve qu'on travaille bien, pis c'est délicat...parce qu'avec ce qu'on fait on mériterait un tout petit peu plus 19:14 | Non pas vraiment 22:59 | |
| | | Ne sais pas trop combien elle touche | | Bénéficie d'une condition particulière avec salaire au mois | | | | |
| Propositions d'améliorations | Ce que je trouve dommage c'est que...ce qu'on fait qui est au magasin, c'est pas assez vu par des gens. Si c'était dans un lieu de passage je pense que la vente pourrait être beaucoup plus importante. Ici il y a peu de gens qui savent qu'il y a ça et puis qui voient. Moi je pense que si les gens voyaient ces produits qu'on fait il y aurait beaucoup plus d'achats. 10:49 | Améliorer la visibilité des produits. Ah oui un catalogue, il aiderait beaucoup pour la vente 28:44 | Non pour moi ça va 16:30 | Moderniser l'activité, plus l'inclure dans les contacts avec les clients | Améliorer la visibilité | Améliorer la visibilité des produits, faire connaître les activités...on montre pas à l'extérieur justement 22:51 | Actuellement non 26:00 | |
| Oui = vert | | | | | | | | |
| Plutôt oui= vert clair | | | | | | | | |
| Non = rouge | | | | | | | | |
| Plutôt non = orange | | | | | | | | |
| Mitéié = brun | | | | | | | | |
| Ne sais pas = blanc | | | | | | | | |