

République Algérienne Démocratique et populaire
Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DETIZI-OUZOU
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des sciences de Gestion
Département des Sciences économiques
Laboratoire REDYL
Réformes Economiques et Dynamiques Locales

Mémoire de Master II en sciences économiques
Spécialité « Management Territorial et Ingénierie de Projets »
Option : « management des services publics territoriaux »
Préparé par :

Massissilia LEROUL

**Valorisation des savoir-faire locaux, et labellisation
des produits de terroirs : cas du Tapis d'Ath Hichem**

Sous la direction du
Pr Malika AHMED ZAID
Codiriger par :
Madame Radia TADJINE

Année universitaire 2014-2015

Valorisation des savoir-faire locaux et labellisation des produits de terroir
Cas du tapis d'Ath Hichem

« Chaque village est un monde. Un sol bourré de valeurs, de traditions, de saint lieux, d'honneur ombrageux, de folles légendes et de dures réalités ».

Mouloud Mammeri

Résumé

Les produits du terroir résultent d'un ensemble d'interactions entre les communautés humaines (savoir faire, recette traditionnelles...etc.) et l'espace géographique (le climat, le sol, le soleil...) ces produits sont très demandés par les touristes et les émigrés donc ils nécessitent une protection et une valorisation pour sauvegarder les savoirs faire locaux et empêcher leurs disparitions.

Cette valorisation implique la participation, la mobilisation de tous les acteurs locaux : pouvoirs publics, producteurs, qui vont s'organiser pour l'exploitation et la protection des produits de terroir ce qui permet de créer une certaine dynamique territoriale et de contribuer au développement et l'attractivité de l'espace.

Dans notre travail nous allons nous intéresser aux produits de terroir dans un premier temps et en particulier le Tapis d'AIT HICHEM basé sur un savoir faire ancestrale, et dans un second temps la valorisation ainsi que le processus de labellisation de ce dernier qui se fait à travers l'action publique et la coordination des acteurs locaux.

L'organisation des savoir faire artisanaux sous forme d'un SPL ou Nucleus ont permis au territoire de profiter des avantages de ces modes d'organisation dans une optique promotrice d'un développement territoriale.

Mots clés : savoir faire artisanaux, labellisation, produits de terroir, dynamique territoriale

Summary:

Local products result from a set of interactions between human communities (knowledge, traditional recipe ... etc.) And the geographical area (climate, soil, sun ...) these products are highly demanded by tourists and emigrants so they require protection and enhancement to safeguard local knowledge and prevent their disappearance.

This valuation implies participation, mobilization of all the local players: public authorities, producers, who will arrange for the exploitation and protection of local products which can create a certain territorial dynamics and contribute to development and the attractiveness of space.

In our work we will look at local product at first and particularly the AIT HICHEM rug based on ancestral know-how, and in a second step the valuation and the labeling process of the latter is done through public action and coordination of local actors.

The organization of knowledge as a craft or SPL nuclei enabled the country to enjoy the benefits of these types of organization with a view promoter of territorial development.

Keywords: artisanal expertise, labeling, local products, territorial dynamics

DEDICACE

Je dédie ce travail à :

Mes chers parents pour leurs conseils et leurs encouragements, à mon cher mari qui m'a toujours soutenu dans les moments difficiles, à ma belle famille, à mon frère et à ma sœur.

REMERCIEMENTS

La matérialisation de ce travail n'est rendu possible que grâce au soutien et à la bonne volonté de certaines personnes à qui nous jugeons nécessaire de témoigner notre gratitude.

Le premier remerciement va tout naturellement au Professeur Malika AHMED ZAID, Professeur d'économie, directrice de laboratoire de recherches REDYL « Reformes économiques et dynamique locale » qui m'a formé et orienté durant mon processus de master sans qui ce master n'aurait pas pu voir le jour.

Je présente aussi mes remerciements à Madame Tadjine Radia, qui a bien voulu encadrer ce mémoire ; je tiens tout particulièrement à exprimer ma reconnaissance pour la qualité de son encadrement, sa disponibilité et les conseils qu'elle m'a prodigués tout au long de ce travail ainsi qu'à toute l'équipe du laboratoire de recherche REDYL.

Mes remerciements vont également à tout le personnel de la direction de la culture, direction du tourisme et surtout Mr AIT ZERROUK Saadi, sous directeur de la CAM qui a contribué ce travail en me fournissant les données nécessaires pour élaborer ce mémoire.

ABREVIATIONS ET SIGLES UTILISÉS

AOC : Appellation d'Origine Contrôlée

AOP : Appellation d'Origine Protégé

ANART : Agence National de l'Artisanat Traditionnel

ANGEM: Agence Nationale de Gestion du Micro crédit

ANSEJ: Agence Nationale de soutien à l'Emploi de Jeune

APC: Assembles populaire communal

APW:Assemblé populaire Wilaya

CAA : Comité Algérien d'Accréditation

CAM : Chambre d'Artisanat et des Métier

CFA : Centre de Formation d'Apprentis

CMA : Centre des Métiers d'Apprentis

CNAC :Caisse National d'Assurance de Chômage

CNCSP : Centre National de Certification des semences et des plantes

CNLC : Commission National des Labels et des Certifications

CRMA : Chambre Régional des Métiers et d'Artisanat

EPAT : Etablissement pour la promotion de l'Artisanat Traditionnel

FCE : Forum des Chefs d'Entreprise

FNPAAT : Fond National de Promotion de l'Artisanat Traditionnel

IANOR : Institut Algérien de Normalisation

IFU : Impôt Forfaitaire Unique

IG : Indication Géographique

IGP : l'Indication Géographique Protégée

ONS : Organisation National des Statistiques

PME : Petite et Moyenne Entreprise

SNAT : Société National de l'Artisanat Traditionnel

SPL : Système Productif Local

STG : Spécialité Traditionnelle Garantie

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée

VAOG : Vin d'Appellation d'Origine Garantie

SOMMAIRE

Introduction générale

Partie 1 : savoir faire et produit de terroir : instruments d'attractivité territoriale

Introduction a la première partie

Chapitre 1 : Produits de terroir : définitions des concepts

Introduction

Section1 : élément théorique des produits de terroir

Section 2 : Produits de terroir en Algérie

Conclusion

Chapitre 2 : Essai d'inventaire des savoirs faire dans la willaya de Tizi-Ouzou

Introduction

Section 1 : Recensement des savoir-faire traditionnels dans la willaya de Tizi-Ouzou (Artisanat d'art traditionnel) et plat traditionnelle

Section2 : la valorisation des produits de terroirs par quel biais

Section3 : Le rôle et coordination des acteurs locaux

Conclusion

Partie2 : valorisation des savoir faire et donc des produit de terroir : une contribution au développement territoriale

Introduction à la seconde partie

Chapitre1 : essai d'analyse du secteur de l'artisanat en Algérie et les dispositifs misent en place pour sa valorisation

Section 1 : Les instruments de valorisation des savoir-faire artisanaux

Section 2 : système productif locaux pour le secteur de l'artisanat

Section3 : le rôle des institutions régionale et locales dans la valorisation des savoir faire locaux

Section4 : démarche Nucleus comme perspective de valorisation

Conclusion

Chapitre4 : étude de cas au niveau local : exemple du tapis d'Ath Hichem et la démarche de sa labellisation

Section 1: Estampillage des Tapis traditionnels Algériens

Section 2 : démarche et outils de labellisation du Tapis

Section 3 : Appui de l'autorité publique pour la Labellisation du Tapis d'Ath Hichem

Conclusion

Conclusion générale

Annexes

Référence bibliographiques

Listes des annexes

Tables des matières

LISTES DES ANNEXES, TABLEAUX, ET FIGURES

Tableaux

Tableau 1: quelques définitions des produits du terroir recensés dans la littérature

Tableau2 : Nombre de bénéficiaires du F.N.P.A.A.T

Tableau3:Rapprochement entre les caractéristique d'un SPL et de l'activité artisanale en se basons sur des donnés collecté sur le terrain et au niveau de la CAMTO

Tableau4 : tableau récapitulatif des bénéficières de testes de calcification

Tableau5 : démontre l'évolution du nombre d'artisans formés

Tableau6 : l'évolution du nombre d'inscrits au Registre de l'Artisanat et des Métiers depuis 1998 jusqu'au mois de Mars 2014

Tableau 7 : évolution du nombre de créations d'emplois

Tableau8 : l'évolution du nombre des qualifications fournies

Tableau9 : les subventions accordées aux artisans

Tableau10: les activités de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou

Figures

Figure1:Nombre d'artisans inscrits validés a la CAM

Figure2 :nombre d'inscrit par sexe à l'activité artisanale

Figure3 :artisans inscrits par domaine au 31/03/2014

Figure 4 : Nombre total d'artisans inscrits a la CAM de la wilaya de tizi ouzou

Figure5 : les acteurs du SPL

INTRODUCTION GENERALE :

Le ralentissement de la croissance intervenu au milieu des années 1970 et l'échec du modèle standard d'industrialisation ont poussé les pouvoirs publics à poser de nouveau la question du développement ; sous l'effet de cette évolution négative (croissance faible et/ou irrégulière d'une part et dysfonctionnement du projet d'industrialisation d'autre part), une attention accrue se manifeste à l'égard des pratiques économiques et sociales auparavant négligées mais désormais considérées par bon nombre de chercheurs comme des voies possibles de développement, ces dans ce contexte que les PME ont pris un rôle important dans la dynamisation des territoires ainsi les relations de coopération se multiplient.

En Algérie des formes de concentration d'entreprise se développent au niveau de certaine filière comme l'artisanat qui ne peut être qu'un moteur de relance d'une économie local puis national.

La construction d'un terroir est la résultante d'interactions complexes entre des facteurs naturels et humains. Sa profondeur historique délimite son antériorité définie par des registres de justification variables selon les pays. La relation d'un produit à un territoire doit se démontrer et s'argumenter.

Les entreprises par ailleurs mobilisent les ressources du terroir, par des réseaux verticaux ou horizontaux et constituent un capital relationnel qui devient un véritable levier économique, la création de valeur économique concerne, outre le produit, l'ensemble du territoire, à travers le tourisme, la restauration du patrimoine, elle impacte positivement le développement d'infrastructures logistiques.

L'organisation de l'espace euro-méditerranéen autour des produits de qualité et des terroirs pourrait jouer un rôle clef dans la concurrence internationale en améliorant la compétitivité de produits typiquement méditerranéens face aux producteurs extérieurs comme, par exemple d'huile d'olive ou de vin en provenance d'Australie ou du Chili.

Cependant, plusieurs phénomènes menacent ce patrimoine méditerranéen et son potentiel de développement. On observe une perte des savoir-faire et une diminution de la culture technique suite à l'urbanisation croissante de la population entraînant une perte de la transmission orale. Par ailleurs, les produits du terroir ont du mal à coexister avec l'application des règlements sanitaires, notamment ceux de l'Union Européenne. La mise en œuvre de ces normes contribue à faire disparaître les petits artisans et les petites structures peu aptes à répondre aux exigences croissantes de la normalisation de leurs pratiques.

Les filières industrielles ou certains gouvernements utilisent, quant à eux, l'image du terroir pour conforter leur positionnement sur le marché. Enfin, certaines zones défavorisées ne bénéficient pas de structures interprofessionnelles. Cette absence d'organisation rend difficile la création de filières de produits de qualité.

En Algérie, la plupart des produits du terroir n'ont pas été promus comme des produits spécifiques, ayant une qualité et une origine, ceci est dû à plusieurs contraintes telles que : la lenteur des démarches de labellisation, la quasi absence de la culture des normes, l'exode rurale ...etc.

Les différentes évolutions que le secteur économique connaît ces dernières années telles que les conditions économiques (réformes structurelles, plans de développement) et les nouvelles perspectives d'ouverture des marchés, ont amené les pouvoirs publics et quelque opérateur privés à réétudier la notion de développement local, ces évolutions ont pour effet de reconsidérer la place des ressources locales parmi lesquelles figurent les produits de terroir.

Le territoire de la Kabylie est riche en termes des produits du terroir tels que l'huile d'olive, les figues sèches, et les savoir-faire ...etc. ; dans notre étude, nous allons nous focaliser sur le savoir-faire local artisanal, qui est considéré comme un véritable patrimoine local et un symbole auquel tout kabyle peut s'identifier, en effet il a joué un rôle important dans l'économie des familles kabyles et cela en raison de son enracinement dans la vie socio-économique des kabyles.

Le secteur de l'artisanat, notamment le tissage, accuse un retard important en termes de productivité et de qualité, ce qui nécessite sa modernisation et son développement à travers l'amélioration de son processus de production, ce qui va permettre au Tapis d'avoir un Label et de pénétrer les marchés étrangers, cette nécessité a poussé les pouvoirs publics à lancer différents programmes de développement de l'artisanat.

Cet artisanat au niveau de la région de Tizi-Ouzou joue un rôle non négligeable dans la dynamique territoriale et assure une stabilité sociale, il joue également un rôle culturel en préservant le patrimoine ancestral de la région.

Pour favoriser la valorisation de ces savoir-faire et donc la labellisation des produits de terroir, les acteurs doivent jouer un rôle très important, notamment leur coordination.

Ainsi, notre problématique de recherche est la suivante :

- ***Comment la valorisation des savoir-faire locaux peut-elle contribuer à la mise en place des différents projets de labellisation des produits de terroir ?***

De là découlent d'autres questions subsidiaires, à savoir :

- En quoi le produit de terroir et sa labellisation peuvent-ils constituer un moteur d'attractivité et de développement local ?
- Quel est le rôle des acteurs locaux dans la valorisation des savoir-faire et de sa transmission ?

Pour cela, nous avons formulé les hypothèses suivantes :

- **H1** : le projet de labellisation des produits de terroir est un moyen de sauvegarde, de promotion, de diffusion de la culture locale traditionnelle et de mise en valeur du produit.
- **H2** : la coordination des acteurs locaux et le déploiement de l'action publique au niveau local aboutissent à une meilleure valorisation des savoir-faire artisanaux.

- **H 3** :L'artisanat est une activité ancrée territorialement, dont le savoir-faire se transmet de génération en génération, sa valorisation est moins couteuses en termes de formation et d'investissement, elle est une activité créatrice de revenus.

La méthodologie

Pour apporter des réponses a ces questions ainsi que pour vérifier nos hypothèse, nous avons adopté une méthodologie de recherche et une méthodologie de travail :

La méthodologie de recherche consiste en la recherche bibliographique ainsi qu'une recherche sur divers sites internet qui nous ont permis d'apporter un éclairage sur la notion des savoirs faire locaux et leurs valorisation ainsi que la labellisation des produit de terroir.

A fin de vérifier nos hypothèse de départ, nous avons fait des enquêtes pour avoir des données concernant les différents savoir faire existants au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou auprès des organismes concernés qui sont les différentes directions de wilaya de Tizi-Ouzou enfin nous avons procédé pour l'étape qui consiste en la réalisation d'interview adressé aux acteurs locaux de secteur de l'artisanat(direction du tourisme et de l'artisanat, direction de la culture ,la CAM)pour voire es-que ce secteur est valoriser et comment ces acteurs locaux se coordonnent pour valoriser se secteur et d'identifier les contrainte liés a cet valorisation

Nous avons choisis le secteur de l'artisanat pour étudier la question de sa valorisation pour divers raison :

Secteur porteur d'élément de notre identité, de notre patrimoine

Secteur en vois de disparition qui nécessite la prise en charge de l'état car l'artisanat joue un rôle important dans la création d'emploi et contribue a la valorisation des secteurs comme le tourisme.

La méthodologie de travail consiste en la rédaction de deux partie dans chacune contiens deux chapitres, étant qu'on travail sur l'importance et les retombés de la valorisation des savoir - faire locaux sur le développement des territoires.

On a consacré le premier chapitre sur des notions de produits de terroir, inventaire des principaux produit artisanaux ainsi que les dispositifs réglementaire qui régie la labellisation de ces produits de terroir

Le deuxième chapitre est consacré aux outils de valorisation des produits de terroir ainsi que la coordination des acteurs et l'impact de cette coordination

Le troisième chapitre est consacré les instruments de valorisation des savoir-faire artisanaux
Ainsi que les systèmes productifs locaux pour le secteur de l'artisanat et le rôle des institutions régionales et locales dans leur valorisation

En fin, le quatrième chapitre est consacré a étudier l'impact de la valorisation et de la labellisation des produit de terroir sur le développement territoriale de la Wilaya de Tizi-Ouzou et de proposer les perspective pour la labellisation qui est une analyse dans une tentative de construire un SPL autour de l'activité de tissage.

**PARTIE1 : SAVOIR FAIRE ET PRODUIT DE TERROIR : INSTRUMENTS
D'ATTRACTIVITE TERRITORIALE****Introduction à la partie**

Nous abordons le développement durable des territoires par le biais de la labellisation des produits de terroir comme signe distinctif et identitaire de l'espace. L'image du territoire et sa mise en visibilité sont, ici, questionnées.

La labellisation, le label et l'évolution du label participent à la construction symbolique des territoires, s'intègrent aux représentations des identités locales en quête d'une image désirable, perçue comme fondamentale dans le projet territorial. La volonté des acteurs (institutionnels, élus, bénévoles, citoyens) de créer ou de s'inscrire dans un label participe de toute une ingénierie du projet territorial.

Le label formalise la convergence d'intérêts et médiatise des valeurs mises en avant par ses initiateurs et ses adhérents. Comme signe de reconnaissance, il distingue une offre touristique et culturelle. Il publicise certaines qualités d'un territoire rêvé, projeté, perçu et vécu ; un espace qui se réinvente par le biais de ses acteurs qui interrogent la conformité aux critères établis et mis en évaluation.

Pour allons essayer d'apporter un éclairage, dans cette partie, sur les produit de terroir, ainsi que les savoir faire à travers les deux chapitres suivants :

Chapitre 1 : Produits de terroir : définition des concepts

Chapitre 2 : essai d'inventaire des savoirs faire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

CHAPITRE1 : PRODUITS DE TERROIR : DEFINITION DES CONCEPTS**Introduction :**

Chaque pays à ses propres potentialités, chaque région détient ses propres ressources et chaque territoire procède ces propres spécificités et ces propres richesses.

PECQUEUR (2007), définissent le territoire « *comme une construction de ressources, en faisant une double distinction entre d'une part les qualifications de génériques et de spécifique* »¹.

Pour B.PECQUEUR2005 *...les ressources résultent d'une histoire longue, d'une accumulation de mémoire, d'un apprentissage collectif cognitif*. Cela permet à chaque territoire d'avoir ses ressources, même s'il est au départ dépourvu de ce fait, la ressource territoriale sont multiples : matérielles et immatérielles, existantes ou latentes, activées ou potentiellement activables, marchandes ou non marchandes .Elles peuvent être génériques ou données, ou spécifiques, ancrées dans un territoire et construites²

Les produits de terroir se caractérisent par l'histoire(savoir faire traditionnel) ;c'est-à-dire il ya un encrage territorial, parfois par la nouveauté(innovation dans les processus de production),par la différence et par la variation(ils subissent des changement) dans le temps.ils sont considérés comme des ressources spécifiques qui sont un patrimoine issu d'une combinaison entre ressources matériels, physique(naturel)et ressources immatériels (savoir-faire humain).ce patrimoine doit être protégé par la valorisation de ces ressources (savoir-faire, produit de terroir)qui n'été pas valorisés et en utilisant différents outils de protection.

Section1 : élément théorique des produits de terroir

On ne pourra pas évoquer les savoirs faire sans l'artisanat, l'artisanat sans le patrimoine immatériel et en fin produit de terroir sans ces derniers de ce fait on ferra un aperçu ce ses dernier a fin de donner un aperçu sur les savoir faire locaux dans la willaya de Tizi-Ouzou et les produits de terroirs.

¹ La ressource territoriale / Gumuchian Hervé, Pecqueur Bernard, dir. 2007. Paris : Ed Economica, 252 p. (Anthropos). ISBN 2-7178-5253-0

² Thèse de LABIADH INES, sous la direction de Bernard Pecqueur : « le développement territorial et la valorisation des ressource spécifiques dans les zones difficiles : acteurs et gouvernance. Cas de la région Nord Ouest de la Tunisie » ; université Pierre Mendes France.

1.1 Définition des produits de terroir :

L'expression produit de terroir remonte à la révolution française et elle semble avoir toujours (occupé le terrain)³

Plusieurs disciplines (géographie, sociologie, économie, l'ethnologie et l'agronomie) se sont intéressées aux produits de terroir.

Les premiers travaux ont été menés par les géographes pour expliquer la relation entre les caractéristiques des produits et celles de leurs origines de production.

Ces premières études été faites sur le vin. C'est à partir de 1990, que les sociologues et les ethnologues ont intégré le rôle de ces productions dans le milieu local. Pour les économistes le terroir est un signal de qualité alors ils ont travaillé sur la gestion collective de la qualité et enfin les agronomes qui ont cherché à vérifier l'effet terroir sur la typicité des produits ⁴

Le terroir peut être un support pédoclimatique, un espace de savoirs, de pratiques, des traditions et des usages localisés⁵, le lien du produit de terroir se caractérise par ses dimensions physiques, humaines, et temporelles.

Les produits issus du terroir (huile, fromage, miel...) possèdent une notoriété fondée sur des qualités naturelles dues à son origine géographiques .ce produit « *est original par ses caractéristiques propres mais aussi par le contexte de production, il reflète le lieu ou il est produit, les savoirs faire locaux, culturels mais aussi les variétés et espèces locales adaptés à ce milieux déterminé* »⁶

³ selon (Berard et Marchenay,2004,cité par ILBERT ,Juin2005)

⁴ PRODUITS DU TERROIR MEDITERRANEEN : CONDITIONS D'EMERGENCE, D'EFFICACITE et MODES DE GOUVERNANCE (PTM : CEE et MG) RAPPORT FINAL Juin 2005 Coordonné par Hélène Ilbert

⁵ Dr BARJOLLE, Institut d'économie rurale, « le lien au terroir » Mai 1998

⁶DAMIEN ET DORVILLE 2011(Le patrimoine de nos régions : ruine ou richesse future,Exemples de dynamiques territoriales

Tableau 1: quelques définitions des produits du terroir recensés dans la littérature

Objet	Définition	Référénc e
Produits du terroir	<p>Ils se caractérisent par une réelle originalité liée au milieu local comprenant les caractères physiques du terroir et des contraintes de fabrication importantes.</p> <p>Le produit est spécifique de l'aire géographique dont il est originaire et il apparait impossible aux intervenants d'autres régions de fabriquer exactement le même produit.</p>	Ricard, 1994
Produits de terroir	<p>Regroupent tout produit alimentaire, transformé ou non, portant un signe de qualité ou non, ayant un lien avec le terroir tangible ou non, déclinant une identité géographique ou non, étant récent ou ancien, qui bénéficient auprès des consommateurs, de par sa dénomination et la communication qui soutient sa commercialisation, d'une image terroir</p>	Lagrange et Trognon,1995
Produits de terroir	<p>Tout les produits commercialisés quel que soit leur mode de commercialisation dont la fabrication traditionnelle est liée à la transmission de savoir-faire de génération en génération, qui sont attachés à une zone géographique quelle que soit l'échelle ou le type de zone(urbain, rural),qui bénéficient d'une certaine notoriété, qui sont stables dans leurs dénominations et technique de fabrication et qui se caractérisent par un savoir-faire particulier sur au moins un des maillons de la chaine de fabrication</p>	Conseil National des Arts Culinaires en France,1995
Produits de terroir	<p>Produit qui provient –ou dont les principales composantes proviennent –d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposent sur la spécificité de ce territoire .ses caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat ou le relief, de savoir-faire ainsi que de</p>	Le groupe de travail « solidarité rural du Québec »,2003.

	savoirs traditionnels ou émergents. le producteur doit garder un contrôle sur toutes les étapes de production, de transformation et de mise en marché du produit	
Produits du terroir	Il doit posséder une qualité spécifique liée à son origine géographique qui le différencie du produit standard. Il est impératif de savoir pourquoi la localisation entraîne cette différence. Le produit doit en effet présenter des caractéristiques spéciales (physique, chimiques, microbiologiques, et/ou organoleptiques) liées à ce lieu. On peut également faire référence à un savoir-faire spécifique rattaché à cette zone géographique : techniques agricoles, processus de fabrication.....	Agence française de Développement et Fonds Français pour l'environnement mondial. Juillet 2010

Source : Etablie par plusieurs recherches.

De ces différentes définitions on pourra qualifier les produits du terroir d'une forte relation liée au milieu local, d'une identité, d'une histoire et de savoir-faire.

La conceptualisation du *terroir* n'émerge qu'au 19ème siècle avec le développement de la pédologie, science du sol. Le terme prend une dimension essentiellement de la géographie, le terroir étant considéré comme un élément du *finage*

De ces différentes définitions on pourra qualifier les produits du terroir d'une forte relation liée au milieu local, d'une identité, d'une histoire et de savoir-faire.

La conceptualisation du *terroir* n'émerge qu'au 19ème siècle avec le développement de la pédologie, science du sol. Le terme prend une dimension essentiellement de la géographie, le terroir étant considéré comme un élément du *finage*

Cependant, selon AIT KADI et BRULHET 2010 une évolution du terme va s'opérer, grâce au travail de scientifique, Selon cet auteur « *le terroir devient ainsi comme l'expression d'une société humaine et de son organisation sociale, de ses pratiques, de ses activités et de son histoire. Les terroirs sont alors appréhendés comme des espaces particuliers, au sein desquels certaines productions, activités se développent et s'inscrivent dans des cultures locales : le terroir devient un concept qui tisse des liens entre culture et nature* ».⁷

l'UNESCO définit le terroir en 2005 comme ci de suit : « *un terroir est un espace géographique délimité défini à partir d'une communauté humaine qui construit au cours de*

⁷ http://agriculture.gov.fr/IMG/PDF/Terroirs_et_origine.pdf

son histoire un ensemble de traits culturels distinctifs, de savoirs et de pratiques, fondés sur un système d'interactions entre le milieu naturel et les facteurs humains. Les savoirs-faires mis en jeu relèvent d'une originalité, confèrent une typicité et permettent une reconnaissance pour les produits ou services originaux de cet espace et donc pour les hommes qui y vivent. Les terroirs sont des espaces vivants et innovants qui ne peuvent être assimilés à de simples traditions »⁸

De cette interaction entre le sol, le climat, les savoirs-faire de l'homme découle des produits ayant comme principale caractéristique l'originalité et la spécificité. Ces produits sont connus par l'appellation « *produit du terroir* ». Ces derniers ont un lien vaste avec le terroir, leur consommation dépasse la simple satisfaction physique, pour aboutir à un désir qu'on peut qualifier d'immatériel.

Malgré la diversité des définitions des produits du terroir ; « deux dimensions fortes sont omniprésentes : une dimension spatiale liée à une origine, une dimension temporelle et historique dans les pratiques de production (recette, tour de main...) » (Fatiha FORT et Jean Pierre COURDERC 2001⁹)

Selon Fort et François Fort (2006) il existe trois critères qui nous permettent de mesurer l'ancrage territorial d'un produit du terroir :

- ✓ ***L'originalité de la matière première*** : qui nous renseigne sur le lieu d'où provient cette matière première, ce critère est très exigé dans les AOC et les AOP
- ✓ ***L'originalité régionale ou locale de la recette ou du savoir-faire*** : qui nous renseigne sur les savoirs-faire, les histoires, les recettes spécifiques d'une région
- ✓ ***L'histoire de l'entreprise et du chef d'entreprise*** : ayant permis d'acquérir un savoir-faire et une réputation de figure du terroir depuis plusieurs années

Le degré de l'ancrage territorial d'un produit dépend du nombre de critères qu'il satisfait ; un produit qui satisfait les trois critères présente un fort ancrage territorial

Donc un produit présente un ancrage plus au moins fort selon le nombre de critères qu'il satisfait de ce fait on pourra trouver différents types de produits de terroir selon le nombre de critères qu'il satisfait

Des produits du terroir issus des matières premières locales des produits de terroir fabriqués à partir de la matière première locale, et avec des recettes traditionnelles ou un savoir-faire local ;

⁸ Philippe PREVOT et Patrice LALLEMAND « l'approche terroir » : pour une démarche de recherche formation action publié dans ISDA2010, Montpellier : France(2010) page 2 disponible sur www.ISDA2010.net

Et des produit fabriqué a partir de matière première extérieur au local importé mais avec un savoir faire locale et des recettes traditionnelle

1.2 Qu'est-ce que le patrimoine culturel immatériel ?

1.2.1 Définition du patrimoine culturel immatériel :

Ce que l'on entend par « *patrimoine culturel* » a changé de manière considérable au cours des dernières décennies, en partie du fait des instruments élaborés par l'UNESCO. Le patrimoine culturel ne s'arrête pas aux monuments et aux collections d'objets. Il comprend également les traditions ou les expressions vivantes héritées de nos ancêtres et transmises à nos descendants, comme les traditions orales, les arts du spectacle, les pratiques sociales, rituels et événements festifs, les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers ou les connaissances et le savoir-faire nécessaires à l'artisanat traditionnel.

Le patrimoine culturel immatériel est un facteur important du maintien de la diversité culturelle face à la mondialisation croissante. Avoir une idée du patrimoine culturel immatériel de différentes communautés est utile au dialogue interculturel et encourage le respect d'autres modes de vie.

L'importance du patrimoine culturel immatériel ne réside pas tant dans la manifestation culturelle elle-même que dans la richesse des connaissances et du savoir-faire qu'il transmet d'une génération à une autre. Cette transmission du savoir a une valeur sociale et économique pertinente pour les groupes minoritaires comme pour les groupes sociaux majoritaires à l'intérieur d'un État, et est tout aussi importante pour les pays en développement que pour les pays développés.

Définition du patrimoine selon l'UNESCO tirant parti des avis exprimés lors de la Conférence de Washington, définit le *patrimoine culturel immatériel* comme « *Les processus acquis par les peuples ainsi que les savoirs, les compétences et la créativité dont ils sont les héritiers et qu'ils développent, les produits qu'ils créent et les ressources, espaces et autres dimensions du cadre social et naturel nécessaires à leur durabilité ; ces processus inspirent aux communautés vivantes un sentiment de continuité par rapport aux générations qui les ont précédées et revêtent une importance cruciale pour l'identité culturelle ainsi que la sauvegarde de la diversité culturelle et de la créativité de l'humanité* »⁹

⁹www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg

1.2 .2 Caractéristique du patrimoine culturel immatériel sont :

Le patrimoine culturel immatériel peut être comme suit :

- **Traditionnel, contemporain et vivant à la fois** : le patrimoine culturel immatériel ne comprend pas seulement les traditions héritées du passé, mais aussi les pratiques rurales et urbaines contemporaines, propres à divers groupes culturels.

- **Inclusif** : des expressions de notre patrimoine culturel immatériel peuvent être similaires à celles pratiquées par d'autres. Qu'elles viennent du village voisin, d'une ville à l'autre bout du monde ou qu'elles aient été adaptées par des peuples qui ont émigré et se sont installés dans une autre région, elles font toutes partie du patrimoine culturel immatériel en ce sens qu'elles ont été transmises de génération en génération, qu'elles ont évolué en réaction à leur environnement et qu'elles contribuent à nous procurer un sentiment d'identité et de continuité, établissant un lien entre notre passé et, à travers le présent, notre futur. Le patrimoine culturel immatériel ne soulève pas la question de la spécificité ou de la non-spécificité de certaines pratiques par rapport à une culture.

- Il contribue à la cohésion sociale, stimulant un sentiment d'identité et de responsabilité qui aide les individus à se sentir partie d'une ou plusieurs communautés et de la société au sens large.
- **Représentatif** : le patrimoine culturel immatériel n'est pas seulement apprécié en tant que bien culturel, à titre comparatif, pour son caractère exclusif ou sa valeur exceptionnelle. Il se développe à partir de son enracinement dans les communautés et dépend de ceux dont la connaissance des traditions, des savoir-faire et des coutumes est transmise au reste de la communauté, de génération en génération, ou à d'autres communautés.
- **Fondé sur les communautés** : le patrimoine culturel immatériel ne peut être patrimoine que lorsqu'il est reconnu comme tel par les communautés, groupes et individus qui le créent, l'entretiennent et le transmettent ; sans leur avis, personne ne peut décider à leur place si une expression ou pratique donnée fait partie de leur patrimoine.

1.3 Définition de l'artisanat :

Artisanat et métiers est toute activité de production, de création, de transformation, de restauration d'art, d'entretien, de réparation ou de prestation de service, à dominante manuelle exercée :

-a titre principal et permanent,

-sous une forme sédentaire, ambulante ou foraine, dans l'un des domaines d'activités ci-dessous :

* artisanat d'art,

*artisanat de production de biens,

*artisanat de services,

-selon les modalités suivantes :

*soit individuellement,

*sois dans le cadre d'une coopérative d'artisanat et des métiers,

*soit dans le cadre d'une entreprise d'artisanat et des métiers ¹⁰

Il est institué un label de qualité et d'authenticité, selon les conditions, modalités et formes de délivrances des labels de qualité et d'authenticité et d'estampillage qui sont précisés par décret exécutif ¹¹

1.4 Savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel

Le savoir-faire est considéré comme un bien collectif mais la catégorie reste discutable «le savoir-faire est un bien collectif au statut un peu fragile (par rapport à un site naturel) car il est lié aux individus et à la transmission des compétences »¹². Il peut devenir bien collectif pur dans le sens où la consommation par les uns ne réduit pas la disponibilité pour les autres et ce, s'il est valorisé notamment par le tourisme.

L'artisanat traditionnel est peut-être la manifestation la plus matérielle du patrimoine culturel immatériel. Cependant, la Convention de 2003 se préoccupe davantage des savoir-faire et des savoirs que suppose l'artisanat que des produits artisanaux eux-mêmes. Au lieu de se concentrer sur la préservation des objets artisanaux, les efforts de sauvegarde devraient plutôt s'attacher à encourager les artisans à en poursuivre la production et à transmettre à d'autres leurs savoirs et leurs savoir-faire, en particulier au sein de leur communauté

Il existe de nombreuses expressions de l'artisanat traditionnel : les outils, les vêtements et les bijoux, les costumes et les accessoires des fêtes et des arts du spectacle, les récipients, les objets utilisés pour le stockage, le transport et la protection, les arts décoratifs et les objets rituels, les instruments de musique et les ustensiles de ménage, ainsi que les jouets

¹⁰art 5 ordonnance n96-01 chaabane 1416 correspondant au 10 janvier 1996 fixant les règles régissant l'artisanat et les métiers

¹¹art 8 ordonnance n96-01 chaabane 1416 correspondant au 10 janvier 1996 fixant les règles régissant l'artisanat et les métiers

¹² DONSIMONI.M, KEMMAR.M, PERRET-KARNOT.C, (2010) *Les bijoutiers d'Ath Yenni : Construire une attractivité territoriale sur les savoir-faire artisanaux ancestraux*, Tizi-Ouzou, édition Achab.P75

destinés aussi bien au divertissement qu'à l'éducation. Nombre de ces objets ne sont destinés à être utilisés que peu de temps, comme ceux qui sont créés en vue de rites festifs, alors que d'autres peuvent devenir un héritage qui se transmet de génération en génération.

Les savoir-faire que suppose la création d'objets d'artisanat sont tout aussi divers que les objets eux-mêmes et peuvent être aussi bien un travail délicat et détaillé tel que celui des ex-voto de papier que la tâche rude consistant à fabriquer un panier solide ou une couverture épaisse.

Comme pour d'autres formes de patrimoine culturel immatériel, la mondialisation se traduit par des difficultés importantes pour la survie des formes traditionnelles d'artisanat. La production de masse, que ce soit celle des grandes entreprises multinationales ou des petites industries artisanales locales, peut souvent fournir les biens nécessaires à la vie quotidienne pour un coût moindre que celui de la production à la main, en termes de prix et de temps.

De nombreux artisans doivent se battre pour s'adapter à cette concurrence. La pression de l'environnement et du climat a également des effets sur l'artisanat traditionnel, car la déforestation et le défrichement rendent moins abondantes les ressources naturelles essentielles.

Même lorsque l'artisanat traditionnel devient industrie artisanale, la production à plus grande échelle peut avoir pour effet des dommages pour l'environnement.

À mesure que la situation sociale ou les goûts culturels évoluent, les fêtes et célébrations qui exigeaient autrefois une production artisanale élaborée peuvent devenir plus austères, offrant aux artisans moins d'occasions de s'exprimer.

Les jeunes des communautés peuvent trouver que l'apprentissage, parfois long, nécessaire pour apprendre de nombreuses formes traditionnelles d'apprentissage est trop exigeant et cherchent plutôt un emploi à l'usine ou dans le secteur des services, où le travail est moins exigeant et la rémunération souvent meilleure. De nombreuses traditions artisanales supposent des « secrets de fabrication » qu'il n'est pas permis de divulguer à des personnes extérieures, de telle sorte que, lorsque les membres de la famille ou de la communauté n'ont pas envie de les apprendre, ces savoirs peuvent disparaître, puisque ce serait violer la tradition que de les communiquer à des étrangers.

Comme pour d'autres formes de patrimoine culturel immatériel, l'objectif de la sauvegarde consiste à s'assurer que les savoirs et les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel sont transmis aux générations futures, afin que l'artisanat soit encore pratiqué au sein de leur communauté, tant comme source de revenus que comme expression de créativité et d'identité culturelle.

De nombreuses traditions artisanales possèdent des systèmes séculaires d'enseignement et d'apprentissage (L'apprentissage du tissage des tapis traditionnelle a ait Hichem).

Une manière de renforcer et de consolider ces systèmes qui a déjà fait ses preuves consiste à offrir des avantages financiers aux élèves et aux enseignants afin de rendre le transfert des savoirs plus attractif pour les uns et les autres.

On peut également renforcer les marchés locaux traditionnels de produits artisanaux, tout en créant de nouveaux marchés. Face à l'urbanisation et à l'industrialisation, nombreux sont ceux qui, à travers le monde, sont heureux de posséder des objets faits à la main, qui sont imprégnés de l'accumulation du savoir et des valeurs culturelles des artisans et offrent une alternative plus douce aux nombreux objets « high-tech » qui dominent la culture mondiale de la consommation.

Dans certaines situations, des mesures juridiques peuvent être nécessaires pour garantir le droit des communautés à utiliser ces ressources tout en assurant la protection de l'environnement.

D'autres mesures juridiques telles que la protection de la propriété intellectuelle et le dépôt de brevets ou l'enregistrement de droits d'auteur peuvent aider une communauté à tirer profit de ses procédés et artisanats traditionnels.

Parfois, des mesures réglementaires prises à d'autres fins peuvent encourager la production artisanale ; ainsi, l'interdiction au niveau local des sacs en plastique jetables peut dynamiser le marché des sacs en papier faits à la main de la vannerie et des paniers en fibres tressées, contribuant à l'essor des savoir-faire et des savoirs de l'artisanat traditionnel.

Section 2 : Produits de terroir en Algérie

L'Algérie comme de nombreux pays du sud et de l'est de la Méditerranée ont eu peu d'initiatives pratiques en matière de produits de qualité, si l'on exclut les quelques tentatives de valorisation de quelques produits d'appellation d'origine (vins). Les nouvelles conditions économiques (réformes structurelles, plans de développement de l'agriculture et du monde rural...) et les nouvelles perspectives d'ouverture des marchés ont cependant amené les pouvoirs publics et quelques opérateurs privés à reconsidérer la place de quelques produits de terroir algérien et à essayer de les valoriser en vue de les faire mieux connaître (tels les vins d'appellations d'origine de sept régions du centre et de l'ouest algériens, l'huile d'olive de la région montagneuse de Kabylie, les dattes de qualité des oasis et quelques autres fruits ayant

déjà une réputation locale, nationale, voire même internationale comme les abricots, les pommes, les oranges, les olives de table, la figue de barbarie...).

2.1 Les dispositifs réglementaires et institutionnels concernant les produits de qualité :

Une démarche institutionnelle globale se met aujourd'hui en place en Algérie à la faveur des réformes. Elle concerne aussi bien la revue complète des textes juridiques existants, la production de nouveaux textes que la mise en place de nouveaux organes et de nouvelles missions pour promouvoir les règles de sécurité alimentaire, de qualité de produit et de loyauté du commerce.

2.1.1 Le dispositif réglementaire et législatif concernant la normalisation, la certification et les appellations d'origine :

L'Algérie dispose depuis la fin des années 80 d'un dispositif dense de prise en charge de la qualité.

Ce dispositif réglementaire et institutionnel concerne deux aspects importants : la protection du consommateur et les preuves de la qualité des produits et des services aux consommateurs (normalisation, certification, auto contrôle, accréditation des laboratoires, protection phytosanitaire et zoo sanitaire...).

On pourra faire ressortir les lois et les règlements juridiques et législatifs suivants :

2.1.1.1 Une première loi fondamentale :

la loi 89-02 du 07/02/1989 relative aux règles générales de la protection du consommateur, avec des décrets exécutifs assez clairs sur diverses questions liées au contrôle de la qualité des produits et à la répression des fraudes, la garantie des produits et des services, les conditions d'hygiène des produits, les additifs, l'auto contrôle, les laboratoires d'analyse, la métrologie légale etc.....

A travers cette loi, les pouvoirs publics voulaient mettre en place une politique algérienne en matière de qualité et de conformité des produits avec des objectifs clairs de : préservation de la santé, de la sécurité et des intérêts matériels et moraux des consommateurs, la promotion de la production nationale par le développement de la qualité.

2.1.1.2 Des lois et des instruments juridiques et réglementaires spécifiques au domaine agricole et agroalimentaire et à la normalisation :

- Une deuxième loi fondamentale : la loi 88-08 du 26/01/1998 relative à la médecine vétérinaire et à la protection de la santé animale (avec le décret 91-452 du 16/11/1991 relatif aux inspections vétérinaires aux frontières).

- Une troisième loi fondamentale : la loi 87-77 du 1^o/08/1989 relative aux produits phytosanitaires.

- Une quatrième loi fondamentale : la loi sur les semences et plants : une loi permettant la mise en place d'un schéma national de la certification des semences et des plants par groupe de culture. A la suite de cette loi, il a été engagé récemment un projet sur les obtentions végétales et les systèmes de production du matériel végétal.

2.1.1.3 Une loi cadre : la loi cadre 89-93 relative à la normalisation et à la propriété industrielle,

avec le Décret 90-32 du 15/05/1990 relatif à l'organisation et au fonctionnement de la normalisation, et les 11 Arrêtés du 03/11/1990 fixant les modalités d'élaboration des normes ainsi que l'organisation des Comités techniques de normalisation En fait et conformément aux règles établies à la suite de la loi fondamentale de protection du consommateur, ce sont les objectifs de premier niveau de contrôle, de promotion et de valorisation de la qualité des produits « génériques » qui sont mis en évidence

2.1.1.4 Des dispositifs juridiques et réglementaires relatifs à la valorisation de la qualité et des produits de qualité –

L'Ordonnance 76-65 du 16/07/1976 relative aux Appellations d'origine : la seule actuellement disponible en matière d'indication géographique appellation d'origine (concernant principalement les vins d'appellations d'origine garantie : VAOG

Ces textes états que des écrits noir sur blanc puisque ils ont rien donné de concret sur le terrain

2.1.1.5 Dispositifs institutionnels mis en place :

- Création d'un réseau d'appui au développement de l'agriculture biologique
- Création d'un groupe d'animation pour : consolider la nomenclature des produits et des actions, et lancer des programmes d'information et de sensibilisation au niveau des terroirs potentiels d'agriculture biologique

- Création d'un comité de suivi, d'encadrement technique et d'appui à l'agriculture biologique (au niveau des 3 instituts techniques, ITCMI, ITELV et ITGC)

- Promotion d'actions de soutien à l'agriculture biologique - Organe pilote : le Centre national de certification des semences et des plants (CNCC) : cellule de contrôle et de certification des produits biologiques

2.2 Les produits de labels et à indication géographique

- Proposition d'un projet d'Arrêté, à titre temporaire, fixant les modalités et les conditions d'attribution des labels pour les produits agricoles bien définis, ainsi que les différentes formes de labels à créer ou à promouvoir (AOC, AOP, IGP, AB) ;

- Création officielle d'institutions pour la laïcisation de produits agricoles et agroalimentaires : Une Commission nationale des Labels et de des Certifications (CNLC) dont la charge est d'accréditer et de certifier les labels ; Un Comité algérien d'Accréditation (CAA) qui aura la charge d'accréditer les attributions et la certification des labels de la CNLC

- Proposition d'arrêter la liste officielle des produits à labelliser ainsi que les conditions de production pour chaque groupe de produits.

- Organisation de la commercialisation des produits bio et labellisés, actualisation et élaboration des textes portant sur les délimitations des zones de production et les conditions d'attribution des appellations d'origine de produits de terroir et des indications géographiques, ainsi que les modalités de leur enregistrement.

- Création d'un dispositif d'émulation par des primes ou de récompenses spécifiques pour les producteurs de produits bio ou de labels

- Deux (02) projets de loi :

1°- Sur les marques - Indications géographiques (IG) et les appellations d'origine (AO). 2°- Sur les obtentions végétales - systèmes de production du matériel végétal

3° Un (01) projet algéro-italien sur la certification des cultures fruitières

4° Un (01) programme OEPP sur les protocoles de certification ; - Les nouveaux produits cibles (programme d'action 2004-2006 du Ministère de l'Agriculture)¹³

- Création de l'Institut algérien de la normalisation (IANOR) crée par le Décret 98-68 du 21/02/1998, avec comme attribution principales : l'adoption de marques de conformité aux normes algériennes et de labels de qualité, ainsi que le contrôle de leur usage dans le cadre de la législation en vigueur.

¹³ Loi d'Orientation agricole - Art.136 ; Accords SPS/OMC ; Accords ADPIC/OMC- Partie II, sect.3, Art.22/23 et Partie II, sect.5, Art. (27/31)

-Mise en place des commissions techniques des chambres de l'Artisanat et des Métiers par le décret exécutif du 26/02/2001, qui accompagne les porteurs de projets et vise à préserver les spécificités des produits d'artisanat.

Les pouvoirs publique doivent renforcer leurs stratégies de valorisation de produits du terroir par un travail d'identification des potentialités dans regorge notre pays selon leurs localisation ce qui facilitera les démarches de labellisation

Conclusion :

L'espace rural algérien n'a jusque là pas été encore assimilé à un territoire dynamique au profit duquel on pouvait allouer des ressources importantes pour le développement. Il n'a pas non plus fait l'objet d'un examen attentif en termes d'identification de ses potentialités et de ses ressources.

En réalité, peu de chose a été faite en matière de valorisation des produits de terroir. A l'intérieur des zones qui constituent la totalité de cet espace, on trouve peu de traces d'actions économiques où sont réellement impliquées les populations et les institutions locales.

Les rares programmes dits de «développement local» ont concerné certes une partie importante des zones qui constituent cet espace, mais cela a été fait uniquement dans une optique d'équipement matériel, sans démarche économique claire et sans implication des populations locales.

Le développement et la revalorisation de l'important potentiel de production de cet espace passent donc par une revue complète de la situation de crise qui le touche. Il reste donc un long chemin à parcourir. Peut-on alors engager un processus de valorisation et de labellisation des produits de terroir qui pourrait déboucher, à terme, sur une meilleure valorisation économique et social des espaces d'origine ?

CHAPITRE 2 : ESSAI D'INVENTAIRE DES SAVOIR FAIRE DANS LA WILLAYA DE TIZI-OUZOU

Introduction :

A travers l'histoire, des familles entières subsistaient leur vie de simples produits agricoles ou artisanaux, à l'instar de l'huile d'olive de la Kabylie. Ces divers produits sont désignés en théorie avec la notion de produits du terroir. Ils constituent une ressource territoriale, qui est un élément primordial dans toute démarche de développement.

Les produits de terroir sont le résultat d'un ensemble d'interactions entre les communautés humaines (savoir faire, culture ...) et l'espace géographique (sol, climat, ressources naturelles...)

Ils sont qualifiés d'authentiques car leur fabrication nécessite un savoir faire local et des compétences régionales qui se transmettent de génération en génération, ils résultent donc d'une longue tradition. la valorisation de ces produits est une manière de sauvegarder le patrimoine générique des régions. Ainsi le développement et la promotion du différent produit du terroir est une alternative prometteuse pour le développement local.

Selon Ferguène et H'sain (1998) cité par Z-SAHLI(2009), « *le développement local est un processus d'autonomisation des mécanismes de transformation du système socio-économique local à travers quatre(04) vecteur essentielle : l'utilisation des ressources locale (dont les produits du terroir), le développement conforme aux ressources locales ,la capacité d'assurer l'accumulation, la capacité d'innovation et la création d'interdépendance locale inter et intra sectorielle* » de cette définition, nous constatons que le développement local est basé sur la capacité des acteurs locaux à mener une stratégie efficace d'innovation et de partenariat pour valoriser et promouvoir les produit du terroir.

Section 1 : Recensement des savoir-faire traditionnels dans la willaya de Tizi-Ouzou (Artisanat d'art traditionnel) et plat traditionnelle

L'artisanat est l'un des modes d'expression de la culture traditionnelle. À travers ses différentes formes se retrouve un ensemble de signes et de symboles également employés dans la décoration murale des maisons et dans les tatouages. Ce répertoire graphique remarquablement stable est constitutif d'une « écriture spécifiquement féminine », à signification ésotérique magique et qui est peut-être la survivance d'une « écriture-mère »

elle-même « à la source des écritures alphabétiques méditerranéennes, de la péninsule Ibérique au Moyen-Orient.

L'artisanat traditionnel comme courroie de transmission de l'économie et de la culture et de son rôle dans le développement du tourisme.

La vie dans le monde rural de Kabylie ressemblait à celle d'une véritable ruche tant l'activité y était vive et constante, dans chaque village, dans chaque maison ignorant l'oisiveté, ne dit-on pas *vav n'essenaa d esseltane* (le maître d'un métier, c'est le roi).

Donc à l'abri de leurs villages perchés, les habitants de cette région ont longtemps tenté de vivre sur eux même. L'insuffisance agricole les a incités à trouver d'autres ressources en exportant le fruit de leurs productions artisanales.

Il est la source d'un revenu complémentaire longtemps important et aussi moyen d'expression d'un « peuple artiste ».

Cette production entrée dans un système d'échange économique et culturel où chaque région ou tribu de Kabylie avait sa spécialité. Les villages avaient chacun leur jour de marché, qui donnait l'occasion aux artisans locaux d'exposer leurs créations.

De nos jours ces marchés traditionnels ont fait place aux foires organisées dans les principaux centres de production artisanale : « fête de la poterie » de Maatkas, « fête du bijou » des Aït Yenni, « festival du tapis » des Aït Hichem, etc.

Cependant, comme dans le reste de l'Afrique du Nord et à la suite du déclin de la société traditionnelle dont il était l'expression, l'artisanat est aujourd'hui menacé.

La situation de l'artisanat d'art et traditionnel au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou nécessite aujourd'hui l'enclenchement d'une nouvelle dynamique pour son développement d'une manière durable et de sa valorisation.

Le secteur de la culture et afin d'œuvrer pour la mise en valeur de ce legs ancestral et en s'inscrivant dans stratégie nationale de la sauvegarde de notre patrimoine culturel s'attache à se doter d'institutions muséales au niveau local.

Ainsi, après la concrétisation du projet du musée national dans la ville de Tizi-Ouzou, ya eu la mis en place un programme à court et à moyen terme pour la réalisation de différents types de musée qui auront à traiter les divers thèmes relatifs aux arts traditionnels, savoir-faire et les métiers anciens ainsi que la création d'un musée du tapis à Ait Hichem, un musée de la poterie à Maatkas et un centre d'interprétation à caractère muséal à Tizi-Ouzou.

Chaque région de la wilaya sera dotée d'un musée qui répond à ses caractéristiques patrimoniales et culturelles.

Sous-section1 : Fiche descriptive d'artisanat d'art et traditionnel de la willaya de Tizi-Ouzou :

1-1 L'historique du secteur de l'artisanat

- **En 1969 :** création de l'inspection de wilaya de l'artisanat rattaché au ministère de l'industrie et de l'énergie
- **En 1970 :** création de SNAT (Organisme national chargé de la promotion de l'artisanat traditionnel.
- **En 1971 :** une commission tripartite composée des représentants du plan de l'industrie, de l'intérieure avaient élaborée un état de lieux pour servir de base de travail aux assises qui devraient avoir lieux à l'époque.
- **L'année 1990 :** l'artisanat était un bureau au niveau de la direction des mines et de l'industrie.
- **En 1992 :** création d'un département ministériel du tourisme et de l'artisanat et d'un secrétariat d'état chargé de l'artisanat.
- **En 1995 :** il a été procédé à la création des services extérieurs Tourisme et de l'artisanat décret exécutif n 95 -260 du 29 Aout 1995.
- **En 2004 :** c'était l'année de transfert du secteur de l'artisanat et des métiers au secteur de la petite et moyenne entreprise décret exécutif
- **En 2010 :** le secteur de l'artisanat a été transféré au niveau du secteur du tourisme par décret exécutif

Création des structures d'appui à l'artisanat :

Création de l'établissement pour la promotion de l'artisanat traditionnel (EPAT) en **1984**

Les infrastructures :

- Création de l'établissement pour la promotion des activités de l'artisanat traditionnel EPAT (maison de l'artisanat) par arrêté de wilaya 1984, qui a pour mission :
 - La promotion de l'artisanat traditionnel ;
 - La sauvegarde des métiers traditionnels ;
 - La valorisation du secteur de l'artisanat ;
 - La commercialisation des produits de l'artisanat (espace de commercialisation).
- Création de la chambre régionale de l'artisanat et des Métiers par décret exécutif n92-10 du 09 janvier 1992

Dans le but de créer un lieu de rencontre pour les artisans d'ailleurs en 1998 les inscriptions des artisans se sont transférées à la CRAM

- Avant la délivrance de la carte d'artisan se faisait au niveau des APC depuis 1998, avec le transfert des registres de l'artisanat et des métiers à la CRAM.
- Installation des correspondants chargés de la réception des dossiers des artisans.
- Assainissement de l'opération de réimmatriculation du 1999 au 31/12/2003.
- Création de la chambre de Wilaya de l'artisanat et des métiers par décret exécutif

Dans le but d'assainir le registre de l'artisanat et des métiers et d'élargir les missions de formation et d'accompagnements des artisans l'inscription à la chambre des métiers a commencé à dégager des résultats en a constaté une amélioration et augmentation depuis l'année 1998 à ce jour est la résultante :

- D'un meilleur suivi ;
- D'un encadrement acceptable ;
- D'une maîtrise de la gestion ;
- De conseils et orientations.

1.2 Les missions du service de l'artisanat consistent essentiellement à :

- Elaborer le plan d'actions annuel et pluriannuel relatif au développement des activités artisanales ;
- Elaborer un travail de proximité à travers les daïrates et les centres de formation en organisant des journées d'information et de vulgarisation au profit des jeunes chômeurs sur la création d'emploi dans le secteur de l'artisanat et les métiers ;
- Initier toute mesure susceptible de créer un climat favorable au développement durable de l'activité artisanale ;
- Contribuer à la protection, à la sauvegarde du patrimoine artisanal et à sa réhabilitation ;
- Veiller à l'application et au respect des lois, règlements, normes et standards de qualité en matière de production et d'exercice des activités artisanales ;
- Participer au suivi de la mise en œuvre des opérations de soutien au titre du fonds national de promotion des activités de l'artisanat traditionnel ;

- Participer aux efforts d'intégration des activités de l'artisanat dans la sphère économique locale ;
- Soutenir et d'animer les actions des organisations, groupements professionnels, associations et espaces intermédiaires intervenant dans le domaine de l'artisanat ;
- Initier des enquêtes et des études à caractère technique, économique et social se rapportant à l'évaluation des activités artisanales ;
- Collecter et de diffuser les informations des données statistiques en matière de l'artisanat ;
- Encadrer et d'animer les manifestations économiques pour la promotion de l'artisanat et des métiers ;
- Etablir des bilans trimestriels et annuels de l'activité artisanale.

1.3 L'artisanat a Tizi-Ouzou :

Selon la CAM de Tizi-Ouzou, il existe trois catégories d'Artisanat d'art et traditionnel qui regroupe 75 métiers, l'artisanat de production de biens qui compte 131 métiers, et l'artisanat des services 132 métiers¹⁴, dans ce travail notre intérêt sera porté pour le premier type ou on peut parler des produits du terroir.

En Algérie, le « guide Fiscal De L'artisan Traditionnel », (2011, page5) définit l'artisanat traditionnel comme toute reproduction de motifs anciens, revêtant un caractère artistique et répétitif de représentations et des techniques ancestrales par l'utilisation de moyens simples, faisant appel essentiellement au travail manuel et parfois assisté de machine.

Sa caractéristique principale est de représenter un style, une région, une histoire ayant un caractère artistique permettant la transmission des métiers traditionnels tels : le tapis ; les tissages ; la broderie, la vannerie, la poterie, la céramique, le travail du bois, la maroquinerie...etc.¹⁵

Ces produits constituent une image pour le terroir. Ces petits métiers représentant l'artisanat traditionnel sont millénaires dans la région de Tizi-Ouzou et leurs richesse et diversité proviennent des empreintes séculaires de plusieurs civilisations. C'est de cet attachement à l'histoire que l'artisanat local tire sa valeur culturelle. Plusieurs activités artisanales sont recensées dans la région utilisant divers matières et fabriquant plusieurs objets.

¹⁴ CAM « chambre d'artisanat et des métiers de Tizi-Ouzou »,2015

¹⁵ « GUIDE FISCAL DE L'ARTISANAT TRADITIONNEL »en Algerie,2011,page5.

En outre, ces métiers constituent la principale source de revenu pour plusieurs familles de la wilaya et cela peut être justifié et constaté avec le nombre important des artisans inscrits à la chambre d'artisanat et des métiers de la wilaya CAM

Tizi-Ouzou peut être considéré une des wilayas qui présente un nombre important de produits artisanaux en Algérie. Sa culture, son histoire et sa superficie sont facteurs qui ont contribué fortement à cette richesse ou chaque village a ses propres fabrications artisanales.

Commençant par un artisanat à temps partiel qui prend en charge la fabrication de différents objets sont la communauté à besoin, pour arriver à un artisanat à plein temps, les artisans se consacrent pleinement à leurs activités, ou la production prend un caractère commercial avec une domination du travail féminin. Les revenus sont considérables, les métiers artisanaux contribuent fortement à la création de l'emploi et ainsi la résolution du problème de chômage.

Selon la CAM, le nombre inscrit dans les trois catégories ¹⁶:

- **Artisanat d'Art et traditionnel**

- **Artisanat de production de biens**

- **Artisanat des services**

- Nombre d'artisans des métiers d'Art et traditionnel = **3383 (32,48%)**
- Nombre d'artisans des métiers de production de biens = **1282 (12,32%)**
- Nombre d'artisans des métiers des services = **5748 (55,20%)**
- **Total = 10 413**
- Nombre de Femmes et d'homme
- **Total = 3364(femmes) 7049(hommes)**
- **32.31 % pour les femmes**
- **67.69% pour les hommes**

Le secteur de l'artisanat est un secteur promoteur et créateur d'emploi on remarque de ce tableau que 46% d'emploi créée son dans le secteur de l'artisanat d'art et traditionnelle suivi de 41% de celui de l'artisanat de services et en fin avec 12,02% d'artisanat de production de biens.

¹⁶chambre de l'artisanat et des métiers de Tizi-Ouzou (statistique au 31juillet 2015)

1.3.1 Artisanat d'art traditionnel

L'artisanat traditionnel et d'art est toute fabrication principalement manuelle, parfois assisté de machine par un artisan, d'objet utilitaire ou décoratifs à caractère artistique permettant la transmission d'un savoir faire ancestral

Un artisan est considéré comme un artisan d'art lorsque 'il se distingue par son authenticité, son exclusivité

1-3-2 Les principaux produits d'artisanats :

La nomenclature des activités artisanales de type traditionnel regroupe 75 métiers et on a opté pour quelque un énumérer ci-dessus

1.3.2.1 La poterie *afekhar* :

Aperçu historique :

La poterie kabyle (*ideqqi*) révèle un ancrage africain en même temps que des relations très anciennes avec l'art méditerranéen dont elle s'est enrichie (formes arrondies et moulées, décors peints). Au contraire de la fabrication des tuiles effectuée par les hommes, l'essentiel de la poterie à usage domestique est un travail réservé aux femmes. Les objets créés s'illustrent par la pureté de leurs formes et la simplicité de leur décor mais aussi par la complexité des motifs et des techniques employés. Les signes et les symboles utilisés pour la décoration remonteraient aux temps préhistoriques et sont conservés par tradition.

En plus de son utilité dans la vie quotidienne, la poterie tient un rôle important dans les fêtes, par exemple pour la cérémonie du henné, en particulier *elmesbah*, un chandelier utilisé lors des festivités où les familles s'en servent pour orner les mosquées et les mausolées des saints et des marabouts.

Considéré comme l'activité la plus authentique de la Kabylie. La poterie a connu une évolution et un essor remarquable dans plusieurs villages de Kabylie et les plus renommés sont les *Ath-Kheir, Mâatkas, Ouadhias* et *Boghni*.

Le nombre d'artisan inscrit et activant dans le métier de la poterie est 195 recenser pour l'année 2015, ce qui correspond à 6% des inscrits à l'artisanat traditionnel¹⁷ et cela tout en excluant le côté informel des femmes qui exerce dans leurs foyer a titre individuel.



¹⁷ Direction du tourisme et l'artisanat, 2015

1.3.2.2 La bijouterie et l'orfèvrerie *Lfettalaqvayel***Aperçu historique :**

La bijouterie kabyle est par contre un métier d'homme. La forme du bijou fabriqué par des artisans spécialisés est classique et d'un beau caractère. Ce sont des bijoux d'argent enrichis d'émaux cloisonnés et de cabochons de corail. Les productions artisanales sont issues des *Ath-Yanni*, une région très prolifique en bijouterie

Nombre d'artisan bijoutier est de 665 artisans bijoutier.

Les villages de cette contrée (*Taourirt Mimoun, Ait-Larbaâ, Ait-Lahcène, Agouni-Ahmed, Thaourirt-El-Hadjadj, Tizirt, Thansaout*) ont excellé dans cet art qui mêle le feu au métal. A l'origine, les *Ath-Yanni* excellaient dans la fabrication de fausse monnaie *thasekkakth*, celle-ci était tellement bien imitée qu'elle faillit mettre en faillite l'économie turque qui était alors organisée en protectorat.

Cette technique de lutte alliée à la fabrication d'armes va donner ensuite une maîtrise de la serrurerie, un art qui va s'orienter vers la fabrication de bijoux qui sont très connus au Maghreb pour leurs couleurs vives et leur raffinement. Typiquement berbère, leur art s'est enrichi des apports des Andalous qui ont fui l'Espagne lors de la Reconquista.

1.3.2.3 Tissage et tapisserie (AZZETA)**Aperçu historique :**

Les femmes tissent la laine, des burnous pour leurs maris par exemple. Dans certain village en altitude, ou les hommes s'absentaient souvent en émigration, elles confectionnaient des couvertures pour l'usage de la maison ou la commercialisation comme chez les Ait-Hichem dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Grace à cet artisanat, les femmes apportent ainsi un complément de revenus non négligeable à la famille.

La préparation de la laine à tisser est longue lorsqu'elle provient d'une toison produite sur place. après le lavage de la laine celle-ci est battue pour en éliminer la poussière. la laine à fibres longues destinée au fil de chaîne est peignée(avec le peigne *imched*) .elle est étirée en une mèche ensuite filée avec un petit fuseau(*izdi*) qui en tournant , tord la laine qui n'est bobinée en pelotes. la laine à fibres courtes est cardée entre deux cardes à main(*aquardac*) .en de gros flocons qui sont assemblée en une longue mèche filée directement par un grand fuseau, le fil ainsi fait , très souple servira à la trame.

Les femmes tissent sur un métier à tisser (*azetta*) dont le cadre de bois est dressé contre le mur du fond de la maison (*tasqa*). les fils de chaînes y sont tendus à la verticale, par

les ensouples (*Ifeggagen*) en haut et en bas .tandis que des roseaux et une lice nommée l'âme (*rruh*) du métier en font s'entrecroiser les fils entre lequel la tisseuse passe à l'horizontale le fils de trame. Le tissu fabriqué est enroulé peu à peu sur l'ensouple du bas.

Vue l'importance de ce métier chez la femme kabyle dans les temps anciens, les jeunes d'aujourd'hui donne de l'intérêt pour cet héritage, et cela on participant à des formations que les autorités locale organisent et comme il y a l'école d'Ait Hichem a Tizi-Ouzou qui est devenue un centre d'apprentissage de ce métier qui est apparue dans cette même région.

La femme kabyle a toujours exploité les richesses naturelles existantes dans son environnement immédiat en les transformant en œuvres extraordinaires.

La fabrication du tapis traditionnel dans la wilaya est une activité familial souvent exercé de manière informelle, en revanche d'autres artisan ont choisi cette activité comme leur métier de source de revenu toute en ayant une carte d'Artisan immatriculé a la CAM le nombre inscrit qui exerce dans le cadre d'une économie formel sont de 67 artisans

Le tapi d'Ait –Hichem est le plus connu et qui a su dépasser les frontières de la wilaya pour se faire connaitre, c'est dans cette région qu'on organise chaque année le fete culturel local du Tapis d'Ait-Hichem qui est devenu festival a sa 6eme édition

En outre ce tapis est le seul produit du terroir qui porte une étiquette qui désigne son origine on parle de l'estampillage, une opération qui lui donne une authenticité et le préserve de la contrefaçon.

1.3.2.4 La Sculpture

Le bois sculpté est un art exclusivement masculin. Datant des temps les plus reculés, cet art rural par excellence, a de tous temps constitué une passion chez le kabyle. Dans les vallées et les montagnes recouvertes de forêts, les paysans grattaient patiemment ce matériau en quantité, qui devenait sous leurs doigts, un objet ou meuble rustique. On façonnait avec recherche forme et ornements des ustensiles de cuisine (louches, cuillères, récipients, etc), des outils et matériels de travail de champs, en plus de la confection et de la décoration de grands coffres *asendouk*. Cet art s'applique également à des éléments d'architecture, particulièrement aux portes des maisons *theboura*.

“En 1857, lorsque les *Ath Yenni* furent attaqués par le général *YUSUF*, au moment où les maisons des insoumis brûlaient, des hommes des *Ath Irathen* les débarrassaient de leurs lourdes portes en bois sculpté. Les militaires



Français les laissaient faire, pensant à des opérations de pillage. Ce n'est que plus tard qu'ils se rendirent compte qu'il s'agissait d'un geste de préservation, en apprenant que les portes en question étaient restituées par la suite à leurs propriétaires"¹⁸.

Cet art regroupe 25 artisans inscrit a la CAMTO en 2015.

1.3.2.5 Peinture traditionnelle

La peinture est un moyen d'expression très ancien dans la société kabyle. En recherchant les formes les plus expressives et les plus ornementales, la femme a trouvé dans la nature, les symboles et les signes pouvant traduire ses sentiments et ses pensées les plus intimes tant enfouis. On retrouve ces motifs géométriques ou floraux sur la poterie, le tapis, le costume ainsi que sur les parois de la maison kabyle.

Ces décorations murales exécutées avec doigté et soin revêtent un caractère mystique. Elles permettent à la femme de protéger son foyer et sa famille contre la malédiction et les dangers extérieurs. Avec ces peintures murales et autres, on peut considérer que les femmes détenaient, dans le passé, le monopole des arts plastiques.

1.3.2.6 La vannerie

En Kabylie les rameaux d'oléastre et le roseau, sont des matériaux idéaux pour la vannerie, les fibres d'autres végétations s'y ajoutent pour en sortir avec un résultat étonnant. Des couffins, des paniers et d'autres objets de la vie quotidienne y sont confectionnés.

Betrouna est un d'arch. Reliant la ville des genets aux daïra de Maatkas constitué de plusieurs villages tel Taddartoufella, kemoda, mezdata, tassift, thighilt hamza, béni amrane, tassadort ont tous en leur sein des artisans en vannerie.

Des fouilles archéologiques ont mis à jour des objets en vannerie qui font remonter cet artisanat à la préhistoire, probablement au néolithique. Cet art n'était pour les femmes qu'un moyen de produire des objets voués à un intérêt domestique et qui a évolué vers la création d'ornementations diverses (corbeilles, paniers, couffins, chaises, plats etc.). Les matières premières de cet art sont toutes des matières végétales (l'alfa, du raphia qui provient d'un palmier que l'on retrouve en Afrique et en Amérique), et du palmier nain, l'osier, **les rotins** sont des tiges grêles à corps ligneux armés d'épines. la première matière utilisée en vannerie est l'osier, il faut dire que toutes les terres végétales conviennent à ce type de fibre qui est



¹⁸*Younes Adli* (La Kabylie à l'épreuve des invasions, des phéniciens à 1900 - Ziryab éditions)

récoltée de Décembre à Avril, elle n'est utilisée qu'après avoir été séchée à l'air libre au préalable . La fabrication des vanneries ne nécessite pas un grand outillage car la fabrication fait plus appel à une gestuelle manuelle.

Les vanneries tendent à devenir onéreuses de nos jours car la matière première se raréfie, ce qui fait que le métier commence à se perdre.

La manifestation de la fête du bois sculpté et de la vannerie fine de Djemaa-Saharidj joue un rôle important dans la préservation de cet art.

Le savoir faire regroupe 80 artisans qui exerce leur métier et qui détiennent une carte d'artisan

L'ensemble des activités artisanales de la wilaya de Tizi-Ouzou, le lieu de production matière première utilisé et les différents produits fabriqués sont résumé dans l'annexe

En plus du nombre recensé d'artisan qualifié la CAMTO organise des tests de qualification et de perfectionnement pour encourager et dynamiser les détenteurs de ces savoir faire locaux qui s'organisent voir même a la CAMTO ou au niveau des différents centre de formation de la localité

1.3.3 Définition d'un artisan ¹⁹:

Un artisan et toute personne immatriculé au registre de l'artisanat et des métiers, exerçant une activité artisanale, qui justifie d'une qualification, prend part directement et personnellement à l'exécution du travail, à la direction, à la gestion et la responsabilité de son activité.

1.3.3.1 Avantage de la carte d'artisan :

- ✓ Les artisans travail dans la légalité (le formel)
- ✓ Ils bénéficient d'une couverture sociale (assurance, retraite)
- ✓ Participation dans différents événement (foire, festivals, salon...) qu'il soi au niveau local, national et même international
- ✓ Participation aux différents concours, la CAMTO a eu le premier prix national du bijoutier en contre partie des médailles des cheque et ils bénéficient d'une exposition au musée national
- ✓ Les artisans bénéficient d'avantage fiscaux notamment se qui exerce l'artisanat traditionnel il paye un IFU (Impôt Forfaitaire Unis) annuel de 10 000DA/an

¹⁹ Art 10 de l'ordonnance n °96-01 du 19 chaabane 1416correspondant au 10janvier 1996 fixant les règlesregissant l'artisanat et les metiers

✓ Ils bénéficient de formation gratuite pour l'amélioration de leurs produits et leur commercialisation

✓ Ils bénéficient aussi d'un **F.N.P.A.A.T** (Fond National de la Promotion des Activités de l'artisanat traditionnel)

1.3.4 Différents type d'artisanat :

****Artisanat de production de bien***

L'artisanat de production de bien ou artisanat utilitaire moderne est toute fabrication de bien de consommation courante n'ayant pas un caractère artistique particulier destiné aux ménages à l'industrie et à l'agriculture. L'artisanat de production de bien comporte neuf (09) secteurs d'activités, ces secteurs sont :

- Activité d'artisanat de production, de fabrication, ou de transformation liée au secteur des mines et carrières.
 - Activités d'artisanat de production, de fabrication ou de transformation concernant le secteur mécanique et électronique
 - Activités d'artisanat de production et de transformation liées au secteur de la métallurgie
 - Activités d'artisanat de production et de fabrication ou de transformation liées à l'alimentation
 - Activités artisanales de production et de transformation liées au secteur du textile et des cuirs
 - Activités artisanales de production de fabrication ou de transformation liées au secteur du bois de l'ameublement, de la quincaillerie et articles ménagers
 - Activités artisanales de production de fabrication de transformation liées au secteur des travaux publics, du bâtiment et des matériaux de construction
 - Activités artisanales de productions de biens liées au secteur de la bijouterie
- *activités artisanales de productions de biens divers

****l'artisanat de production de services***

L'artisanat de services est l'ensemble des activités relatives aux services, notamment dans la maintenance et la réparation restauration artistique, à l'exclusion de celle régies par des dispositions législatives et réglementaire spécifiques

L'artisanat de services comporte sept (07) secteurs d'activités qui sont :

- Activités artisanales de production de services liées à l'installation, et la maintenance de tous équipement et matériels industriels destinés aux différents branches de l'activité économique
- Activités artisanales de production de services relatives à la réparations et l'entretien d'équipement et matériel utilisés dans les différents branches de l'activité économique
- Activités artisanales de production de services liées à l'aménagement, l'entretien, la réparation et la décoration des bâtiments destinés à tous usages
- Activités artisanales de production de services liées à l'hygiène et à la santé des ménages

C'est trois domaines comportent vingt quatre (24) secteurs qui regroupent trois cent trente huit (338) activités

Section2 : la valorisation des produits de terroirs par quel biais

Les produits du terroir en tant qu'une ressource spécifique portant des savoir-faire traditionnels, leur valorisation devient primordiale. Cette dernière peut se faire à travers plusieurs moyens et mécanismes, permettant de créer, révéler, renforcer et faire connaître ces produits. Cela permet de leur attribuer une valeur d'échange économique.

Ils existent divers moyens pour faire préserver et garder ces produits, à savoir la démarche de labellisation et d'indications géographiques, et du marketing territorial.

Nous allons mettre en revue ces différentes démarches qui serviront d'un appui pour faire valoir, connaître et reconnaître ces richesses ancestrales locales qui joueront un rôle dans le dynamisme local et donc dans la relance économique du pays

2.1 Démarche des labels et les indications géographiques :

Le label est une marque collective qui atteste que le produit possède un ensemble de caractéristiques fixé par un règlement qui garantit un niveau de qualité supérieur le distinguant des produits similaires. Le label est délivré par un organisme agréé (organisme certificateur) qui doit être indépendant des producteurs, des fabricants, des vendeurs. Cet organisme doit mettre en place des moyens de contrôle de la qualité des produits.²⁰

Le terme « **indication géographique** » est utilisé dans son sens plus large et fait référence à tout type de label à usage collectif qui sert à identifier des produits traditionnels

²⁰ www.hotellerie6restauration.ac6versailles.fr/.../pdf/Diaporama-_La_Qual...

originaires d'un lieu géographique déterminé ,le label est considéré comme une marque collective, une marque de certification, une indication géographique ou une appellation d'origine.²¹

Les labels, qui sont une protection juridique, tiennent une place prépondérante en guidant le choix du consommateur, en donnant du sens à ses achats, pour obtenir une garantie d'origine du produit et de son mode de fabrication. Ainsi, ils luttent contre les contrefaçons, en évitant les imitations et la concurrence déloyale qui touche les producteurs.

L'intérêt, donc est de maintenir des savoirs faire, de sauvegarder une culture régionale, et par la même des emplois et métiers, ils sont des instruments de propriété intellectuelle, ils ont un poids économique et stratégiques ils permettent une situation de monopole.

En Europe, il existe plusieurs dispositifs de protection de produits du terroir :

2.1.1 Présentation des différents signes d'origine et de qualité

✓ **AOC : appellation d'origine contrôlée** : est un signe français qui désigne la dénomination d'un produit qui tire son authenticité et sa typicité de son origine géographique. C'est l'expression d'un lien intime entre le produit et son terroir.la transformation et l'élaboration doivent avoir lieu dans une aire géographique déterminée avec un savoir-faire reconnu et constaté

✓ **AOP : l'appellation d'origine protégée** : calquée sur l'AOC française, elle s'applique à un aliment produit, transformé et élaboré dans une aire géographique déterminée avec un savoir faire reconnu et constaté. Comme pour l'AOC, le lien avec le terroir est très fort.

✓ **IGP : l'indication géographique protégée** : cette appellation a des racines moins profondes et un lien plus distendu avec le terroir puisque ce lien n'est obligatoire qu'à un stade de la filière, production, transformation ou élaboration.

✓ **STG : spécialité traditionnelle garantie** : c'est une attestation de spécificité qui se traduit par l'attribution d'une mention traditionnelle qui ne fait pas référence à une origine mais a pour objet de mettre en valeur une composition traditionnelle du produit ou un mode de production traditionnel.²²

²¹NuriaAckermannet Fabio Russo « les consortiums de valorisation de produits de terroir :une clé pour la valorisation inclusive et durable de produits typiques avec indication géographique »,in colloque national mondial sur les indications géographique-Lima /Perou 22-24juin2011,page2.

²² www.lemangeur-ocha.com « Appellation d'origine protégée (AOP) : Un même signe de reconnaissance pour l'Union Européenne », Mise en ligne septembre 2008, page 7

Le rôle de ces labels et indications géographique, se voit dans la diminution des asymétries d'information en donnant une fiche de produit sur son emballage, pour connaître son lieu d'origine ,ses modes de fabrication ,et son caractère traditionnel.

2.1.1.1 Les avantages des signes officiels d'origine et de qualité

Les signes officiels d'origine et de qualité permettent de protéger les producteurs contre toute contrefaçon et fraudes, de sauvegarder leur savoir-faire et de leurs créer des revenus plus élevés car le prix des produit protégé est plus élevé que celui des produit de large consommation,

Les signes officiels d'origine et de qualités constituent une garantie pour les consommateurs. Ils rassurent ces derniers sur la qualité.

Les signes d'origine et de qualité permettent de maintenir l'activité, se qui fait une création d'emploi pour les habitant (surtout pour les femmes), réduction de la pauvreté, amélioration des conditions de vie des ruraux

Les signes officiels d'origine et de qualité permettent de développer le tourisme rurale en effet ces signes exigent d'utiliser des nom des régions d'origines, des savoir-faire locaux ,des histoire ,ce dernier peut être considéré comme une caret postale qui décrit toute les potentialité touristique(culturelle ,traditionnelle ,naturelle) de la région donc c'est produit permettent de véhiculer une image positive de la région au prés des touriste qui cherche une qualité spécifique

Ils permettent aussi de préserver les marchés existants et augmenté les parts de marché

2.2 Le marketing territorial :

Le marketing est le processus sociétal par lequel les individus et les groupes obtiennent ce dont ils ont besoin et ce qu'ils désirent, ce processus consiste à créer, offrir et échanger avec autrui des produits et des services de valeur.²³En outre, le marketing est un domaine ou l'image revêt une importance capitale. Les consommateurs ne cherchent plus seulement la consommation du produit mais également une certaine part d'imaginaire et une dimension symbolique.il peut ainsi satisfaire plusieurs besoins à la fois, matériels et immatériels

²³Kotler P, Dubois B, Manceau D. (2009), « Marketing management ,13 éditions Person Education France, p.5.

Dans cet axe, parler du marketing territorial, revient à considérer le territoire comme une entreprise avec un but, ultime, de générer des revenus, en le rendant attractif, Benoit Mayronin(2009) définit le marketing territorial par une question qui vise son objectif :

« Comment faire de ma ville, de mon territoire, une chose belle et désirable pour ceux qui y vivent et pour ceux que je souhaite séduire et attirer ? »

Le marketing territorial s'intéresse à la valorisation des systèmes relationnels de l'histoire et de l'identité du territoire, et vise son attractivité. Pour cela, les produits du terroir sont, par excellence, un pilier essentiel sur lequel le marketing territorial peut s'appuyer sur divers moyens : le mailing, les catalogues et les brochures les participations à des manifestations commerciales la promotion de vente et autre

2.3 La valorisation via les fêtes agraires de la wilaya²⁴ :

La région kabyle est connue par sa vocation agricole, des cultures variées, chacune de ses communes valorise la culture la plus répandue en son territoire en organisant des fêtes

Les événements qui reflètent la vocation de la région sont représentés ci-dessous

2.3.1 La fête de l'olivier

Chaque année au mois de mars, la fête de l'olivier est organisée dont l'objectif est l'information, la promotion et la valorisation de l'olivier et de tout les produits de terroir

2.3.2 La fête de la cerise

Elle est célébrée dans la commune montagneuse de Larbaa-Nath-Irathen

La fête des cerises était un grand rituel dans lequel la population de LNI se plongeait à partir de mi-juin à la fin juillet ou les manifestations culturelles et sportives se mélangeaient à la concurrence économique pour la vente de ce fruit précieux dont la région des ath-irathen a tiré une grande renommée grâce à sa qualité de tout premier choix et une production des plus satisfaisantes

Cette fête qui produisait une grande ambiance au sein de la population locale a malheureusement disparu et s'est éclipisée en 1974, avant de réapparaître, bien que timidement, en 2006, soit 32 ans après.²⁵

²⁴ Direction de la culture de Tizi-Ouzou service patrimoine et restauration des monuments historiques

²⁵ Site officiel de Larbaa-Nath-Irathen : « fort comme fort national, infos détente et culture »

2.3.3 La fête de la figue de barbarie

L'événement a été créé par l'association culturelle Sahel dans la commune de Bouzeguène

En 2012, il est inscrit sous le slogan : « culture et promotion de la figue de barbarie » ; il a réuni les habitants du village ainsi que de nombreux invités venus de toute la daïra ; les organisateurs ont réussi à imbriquer une variété d'activités artisanales, rurales et traditionnelles

Le village de Sahel est réputé depuis très longtemps pour ses processions de cactus sur les périmètres qui longent l'oued Sahel, au sud du village ; la fête se propose également de relever un défi économique à travers la redynamisation de la culture de la figue de Barbarie et sa revalorisation dans l'espace villageois

2.3.4 La fête de la figue

La fête est une manifestation initiée par les citoyens du village LEMSSELA dans la commune de Iloulaoumalou depuis 2007, sous l'égide de l'association culturelle Tighlit Lemsella. Elle a pour objectif la réhabilitation de la culture de la figue qui fait la renommée du village et de toute la région, elle est une occasion pour les populations locales de mettre en valeur leur savoir faire

2.3.5 La fête des produits du terroir

Le village d'Ath Ouabane dans la commune d'Akbil, organise chaque année la fête des produits agricoles. La 4ème édition en juin 2015 s'est placée sous le thème vente dégustation et partage outre une grande variété de légumes et de fruits de saison, elle a connu une forte présence de produits apicoles, laitiers et de plantes médicinales avec des spécialités locales

2.4 Valorisation via les manifestations locales²⁶ :

Les fêtes locales depuis 1989, ensuite des festivals annuels (2009/2010) à savoir :

- La fête du Bijoux à Beni-Yenni Juillet- Août.
- La fête du tapis d'Ait Hichem Août.
- La fête de la poterie de Maatkas Juin.
- La fête du couscous à Frikat Mai- Juin.

²⁶ Direction du tourisme et de l'artisanat

- Le salon national de l'artisanat à Tizi-Ouzou Avril- Mai.
- La semaine de l'artisanat à Tadmaït Mars.
- Les expositions artisanales et les journées portes ouvertes à travers les Daïras :
- le festival de la poterie à Maatkas(**juin**)
- la fête du bijou à Beni -yenni(**juillet**)
- Le festival du tapis à Ait Hichem (**Aout**)
- Naissance de la fête de couscous à Frikat en **2005**.
- Institution de la journée nationale de l'artisanat depuis **2007**(09 Novembre de chaque année) ;
 - Organisation d'une exposition – vente des produits artisanale
 - Organisation d'une exposition artisanale à l'occasion du 8 Mars
 - Organisation des journées portes ouvertes sur la création d'emploi dans le secteur de l'artisanat et des métiers avec la participation des dispositifs d'appui à la création d'emploi (ANGEM- ANSEJ-CNAC-CASNOS- AWEM) et la direction des Impôts au niveau des communes
 - Célébration de la journée nationale de l'artisanat et le 09 Novembre de chaque année.

2.4.1 Les objectifs de ces événements

- Orientation et information des jeunes chômeurs sur les opportunités d'investissement dans le secteur de l'artisanat et des métiers.
- Rapprochement des dispositifs d'appui des personnes qui ont un savoir-faire dans l'artisanat et des métiers afin de créer leur propre activité.
- Création d'un espace de commercialisation des produits de l'artisanat.
- Sensibilisation des artisans activant dans l'informel sur les avantages d'inscription au registre de l'artisanat et des métiers tout en précisant les conditions et les modalités d'inscription au R.A.M. et les avantages fiscaux accordés à cette tranche.
- Tissage de relations professionnelles entre les artisans.

2.5 Création du musée de la ville de Tizi-Ouzou

Dans le cadre de la mise en place d'un musée de l'artisanat une opération de collecte des anciens produits artisanaux a été lancée par le service de l'artisanat en collaboration avec la Chambre de l'Artisanat et des Métiers et l'établissement pour la promotion de l'artisanat traditionnel et les artisans ainsi que les associations activant dans le secteur de l'artisanat (Collecte de plus de 400 objets).

L'inauguration officielle de ce musée a été le : 01/11/2012 avec la remise des diplômes de remerciements aux personnes qui ont contribué à sa création

2.6 Le marketing de terroir par les acteurs externes au terroir

Mollard, Pecqueur et Lacroix (1998) ont développé le concept de rente de qualité territoriale. Cette dernière combine la théorie de la rente ricardienne fondée sur « les facultés productives et impérissables des agents naturels » et celle du surplus du consommateur marshallien, fondée sur la différenciation par la qualité liée à l'origine des produits alimentaires. Les auteurs ont appliqué le concept de rente de qualité territoriale dans différentes régions; ils ont montré que le schéma est souvent réalisé partiellement et qu'il n'émerge jamais spontanément. Les éléments de la rente sont généralement repérés autour d'un produit leader et une coordination institutionnelle est souvent nécessaire pour étendre la rente de qualité territoriale à d'autres produits et offrir un panier complet de produits et de services de qualité territoriale²⁷.

Quelles peuvent être les formes de cette coordination institutionnelle ? Citons-en quelques exemples :

- favoriser la création de consortiums locaux, créer des effets de co-branding,
- aider à dépasser les concurrences intra sectorielles locales grâce à un redesign des réseaux coopération/concurrence,
- aider à l'émergence de démarches collectives de protection (financement d'experts, lobbying, etc.),
- favoriser les structures de rencontre existantes ou en sommeil,
- accompagner les producteurs dans les différents types d'action qu'ils sont amenés à faire émerger en liaisons avec les secteurs du tourisme, de la culture, etc.,
- renforcer les processus d'apprentissage collectifs, promouvoir les meilleures pratiques.

Il s'agit bien sûr, pour les collectivités territoriales, de bâtir des politiques et des plans d'action cohérents, en phase avec la réalité socio-économique des acteurs locaux. Il

²⁷Mollard A., Pecqueur B., Lacroix A.Y., « La rencontre entre qualité et territoire : une relecture de la théorie de la rente dans une perspective de développement territorial », 2nd *International Conference of European Society for Ecological Economics*, université de Genève, 1998.

importe en particulier, de comprendre quelles fonctions les entreprises de terroir souhaitent externaliser à l'acteur institutionnel²⁸.

Section3 : Le rôle et coordination des acteurs locaux :

3.1Les acteurs institutionnel

Les différents acteurs chargés de l'artisanat dans la willaya de Tizi-Ouzou sont :

- La direction du tourisme et de l'artisanat
- La direction de la culture
- La CAM (chambre de l'artisanat et des métiers)
- Les assemblés élus (apc,apw)
- Les acteurs sociaux
- Les acteurs économiques (la maison de l'artisanat), les entreprise artisanales)

3.1.1Direction du tourisme et de l'artisanat ²⁹:

La direction du Tourisme et de l'artisanat a été créée conformément au décret exécutif n° 95-260 du 28/08/95 et installée en décembre 1996.

Elle est dirigée par un directeur nommé par décret présidentiel sur proposition du Ministre chargé du tourisme et de l'artisanat (Article 04 du décret 2000/376 susvisé).

Avec la création de la nouvelle direction de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat, le service de l'artisanat, précédemment rattaché à la direction du tourisme, a fait l'objet d'un transfert vers cette nouvelle structure.

Après la promulgation du décret exécutif N°10/257 du 20 octobre 2010, le service de l'artisanat a réintégré la direction du tourisme qui comprend trois services à savoir :

- Le service du tourisme
- Le service de l'artisanat
- Le service de l'administration et des moyens.

3.1.1.1Les missions de la direction du tourisme et de l'artisanat et sa participation dans la valorisation de l'artisanat :

La direction du tourisme et de la l'artisanat est chargée d'organiser, de promouvoir et surtout de développer les activités du tourisme et de l'artisanat et d'en évaluer les résultats.

²⁸Marchesnay M., Fourcade C., « Rationalités des politiques de développement local et PME », 3^e *Congrès International francophone de la PME*, 23-25 octobre 1996, Trois Rivières, Canada.

²⁹ <http://www.tizi-ouzou-dz.com/tourisme-artisanat-présentation-historique.htm>

- Etablir le plan d'actions annuel relatif aux activités touristiques ;
- Initier toute mesure susceptible de créer un environnement favorable et incitatif au développement durable des activités touristiques locales ;
- Veiller au développement durable du tourisme à travers la mise en valeur de toutes les potentialités locales ;
- Encourager l'émergence d'offres touristiques diversifiées et de qualité ;
- Redynamiser le tourisme interne en encourageant les échanges inter-wilaya les filiales afin de redynamiser le tourisme ;
- Œuvrer à l'amélioration des conditions de vie des citoyens tout en assurant un bon déroulement de la saison estivale ;
- Collecter, analyser et alimenter l'outil d'observation statique du secteur en matière d'informations et de données statistiques relatives aux activités liées à l'économie du tourisme et du thermalisme et d'en assurer la diffusion ;
- Contribuer, avec les secteurs concernés, à la promotion du partenariat national et étranger, notamment dans les domaines de l'investissement et de la formation des ressources humaines ;
- Intégrer les activités touristiques dans les instruments d'aménagement du territoire et d'urbanisme et la valorisation des zones et des sites d'expansion touristique ;
- Orienter et suivre, en liaison avec les organismes concernés, les projets d'investissement touristique ;
- Veiller à la conformité des activités touristiques et à l'application des règles, normes et standards de la qualité édictée en la matière ;
- Veiller à la satisfaction des besoins et des aspirations des touristes en matière de bien-être, de détente et de loisirs ;
- Assurer le suivi de la mise en œuvre des opérations de soutien au titre du fonds d'appui à l'investissement, à la promotion et à la qualité des activités touristique ;
- Contribuer à l'élaboration du plan annuel et pluriannuel de développement du tourisme dans la wilaya ;
- Etablir les bilans d'activité trimestriels et annuels de l'activité touristique.

3.1.1.2 Service de l'Artisanat : les missions du service consistent essentiellement à :

- Elaborer le plan d'actions annuel et pluriannuel relatif au développement des activités artisanales ;

- Elaborer un travail de proximité à travers les daïrates et les centres de formation en organisant des journées d'information et de vulgarisation au profit des jeunes chômeurs sur la création d'emploi dans le secteur de l'artisanat et les métiers ;
- Initier toute mesure susceptible de créer un climat favorable au développement durable de l'activité artisanale ;
- Contribuer à la protection, à la sauvegarde du patrimoine artisanal et à sa réhabilitation ;
- Veiller à l'application et au respect des lois, règlements, normes et standards de qualité en matière de production et d'exercice des activités artisanales ;
- Participer au suivi de la mise en œuvre des opérations de soutien au titre du fonds national de promotion des activités de l'artisanat traditionnel ;
- Participer aux efforts d'intégration des activités de l'artisanat dans la sphère économique locale ;
- Soutenir et d'animer les actions des organisations, groupements professionnels, associations et espaces intermédiaires intervenant dans le domaine de l'artisanat ;
- Initier des enquêtes et des études à caractère technique, économique et social se rapportant à l'évaluation des activités artisanales ;
- Collecter et de diffuser les informations des données statistiques en matière de l'artisanat ;
- Encadrer et d'animer les manifestations économiques pour la promotion de l'artisanat et des métiers ;
- Etablir des bilans trimestriels et annuels de l'activité artisanale.

3.1.2 Direction de la culture

Les services de la culture de la wilaya de Tizi-Ouzou ont été érigés en Direction de la culture de wilaya conformément au décret exécutif n°94-424 du 23/11/1994 elle a pour principale mission : d'encourager l'action dans le domaine de la création de la promotion et de l'animation culturelle et artistique et la mise ne place de différent projet dans le cadre de l'aménagement du territoire

La direction de la culture est constituée d'un organigramme qui comporte quatre services : service de l'administration, planification, et de la formation, service de l'animation culturelle, service du patrimoine culturel, service des arts et des lettres

Participation de la direction de la culture dans la valorisation de l'artisanat

- ✓ Elle œuvre pour la mise en valeur de legs ancestraux et s'inscrit dans la stratégie nationale pour la sauvegarde et la transmission des savoir –faire artisanaux
- ✓ Elle contribue aux opérations de promotion de l'artisanat traditionnel locale et veiller à sa préservation
- ✓ Soutient et accompagne toute action visant à mettre en valeur le produit artisanal

La direction de la culture entretiens des relations avec les acteurs locaux de l'artisanat par la concrétisation d'un travail collectif entre tous les acteurs de l'activité artisanal et leurs partenaires ainsi par la mise en place d'un réseau des acteurs de l'artisanat et la création d'un espace et d'opportunité d'échange et de concertation

3.1.3 Les Assemblées Elues

Se sont les assemblés populaires communaux et assemblé populaire de wilaya

APC :

On peut résumer que les commune qui ont un savoir faire qui les caractérise tel que la commune de MAATKAS pour la poterie, ait yenni pour la bijouterie, ait yehia village d'Ath Hichem pour le tapis et le tissage, illoulaoumalou pour la robe kabyle

Ces différentes communes participent a la valorisation des activités artisanales par la préparation des manifestation et festivals locaux dans le but de la sauvegarde et de la transmission de ces legs culturels en collaboration avec la direction du Tourisme et de l'Artisanat, la direction de la culture APW de Tizi-Ouzou

L'organisation des journées professionnelles et de sensibilisation en collaboration avec la direction de tourisme et de l'artisanat

La distribution des locaux professionnels dans le cadre des 100 locaux

La relation forte entre l'association Thiliwa de Ait Hichem et la direction de la culture pour la mise en place d'un musée du tapis au sein de leurs localité

APW: la commission de tourisme et de l'artisanat de l'APW œuvre sur l'organisation et la promotion des activités artisanales en collaboration avec la CAM, elle finance le salon national de l'artisanat, elle finance les différents festivals locaux

3.2 Les acteurs sociaux

Nous nous sommes intéressés au mouvement associatif

L'association pour la promotion de la bijouterie a son siège au niveau de l'espace culturel mouloud Mammeri dans l'objectif est la promotion de la bijouterie traditionnelle d4ait Yenni et l'organisation de la fête de bijou a Beni-Yenni

Association tizgdith dans le but et l'organisation de la fête de la poterie promouvoir l'activité de la poterie et organisation du festival du tapis

Association femme rurale qui a un siège au niveau de la chambre de l'agriculture dans le but et de promouvoir les activités artisanales rurales notamment la vènerie de Djemaa saharidja

L'Association pour le développement et la promotion de l'artisanat local ADPAL willaya de Tizi-Ouzou village de ben yenni cet association a le but de développement et la promotion de l'artisanat local

Ces associations participent à la valorisation des activités artisanales en collaboration avec la direction du tourisme et de l'artisanat, direction de la culture, la CAMTO par la participation et l'organisation des journées d'information et de sensibilisation des jeunes,des subventions sont accordées pour ces associations par le ministre de l'artisanat pour l'événement des festivals

Ces associations ont des relations de coopération avec la CAMTO dans le but de soutenir et d'améliorer le produit local via des formations de perfectionnement et d'apprentissage

3.3 Les acteurs économiques

Pour le secteur de l'artisanat les acteurs économiques sont la maison de l'artisanat et l'entreprise artisanale

3.3.1 La maison de l'artisanat

Elle a ouvert ses portes en 1984, elle est gérée par un établissement de wilaya sous l'acronyme EPAT/établissement de promotion de l'artisanat traditionnel

Cet établissement est une authentique vitrine du patrimoine culturel de la wilaya et présente l'artisanat traditionnel dans toute sa richesse et diversité

Actuellement la maison de l'artisanat est composée de 30 locaux et 6 box où toutes les activités de l'artisanat traditionnel de la région sont représentées, on y trouve des ateliers de fabrication sur place³⁰

La maison de l'artisanat a pour but la promotion de l'artisanat dans son ensemble à savoir :

- ✓ L'information et l'orientation des artisans
- ✓ L'assistance aux artisans pour l'écoulement de leur production
- ✓ Recensement des activités artisanales en voie de disparition pour leur relance
- ✓ L'édition et la diffusion de documents se rapportant à l'artisanat traditionnel

3.3.2 Les entreprises artisanales

Sont des entreprises soit d'artisanat soit de production de biens et services soit de métiers elles ont pour objectif la réalisation de toutes les opérations ou tous services susceptibles de contribuer directement ou indirectement au développement de l'activité en question (promotion, commercialisation et transfert du savoir faire)

Malgré l'effort consenti par l'autorité publique pour la valorisation des savoir-faire et l'enquête de terrain au profit des différents acteurs on constate toujours un manque de coordination entre ces différents acteurs vu qu'ils sont confrontés à diverses contraintes relatives à leurs activités artisanales

3.4 Objectif de la coordination des acteurs

Le rôle de la coordination de ces acteurs est la gouvernance locale, on donnera un aperçu sur l'objectif de cette coordination

3.4.1 Définition de la gouvernance locale³¹ :

Sur le plan sémantique, le terme gouvernance renvoie à l'action de piloter quelque chose, tel qu'un gouvernail d'un navire sert à le guider et à l'orienter ; il fait référence ainsi à la manière de gérer adéquatement quelque chose.

Pour parvenir à des éléments de définition de la gouvernance territoriale, il conviendrait de combiner deux disciplines, notamment la science politique et l'économie. Le recours à ces deux disciplines se justifie par l'usage même du mot gouvernance. En effet

³⁰ www.artisanat-tiziouzou.com

³¹ Gouvernance locale et développement territorial, (2004) le cas des pays du sud, Améziane Férguène l'Harmattan, P38-« ç

,celui –ci est utilisé à la fois dans le monde politique qu'économique ,cependant ,la notion de gouvernance ne se limite pas a ceux deux discipline ;elle a ,en effet, des apparitions multipolaires(Gaudin,2002) ;la gouvernance se donnera à voir sur plusieurs scènes ,l'économie ,le management public, la sociologie, ou encore la science politique

Elle sera commentée par des cercles intellectuels et des courants d'analyse bien distincts. Toutefois, quelque soit l'angle d'approche, pour la gouvernance territoriale, il s'agirait d'intégrer l'ensemble des transformations intervenant sur les divers plans de la société

La gouvernance local selon (Leloup,Moyart et Pecqueur,2004) *«il ne s'agit de gouvernement d'unités administratives locales mais de gouvernance coordonnée des acteurs d'un territoire»* la gouvernance n'est donc pas gouvernement, au sens d'une organisation politique qui administre un territoire, mais une coordination multi scalaire des acteurs privés et publics autour d'un projet en vu de résoudre un problème productif

La gouvernance désigne « une production de règles par des acteurs en vue de réguler le système économique, productif, social »(Angeon/Houédété,2006).elle place la coordination au cœur des processus de développement ,les acteurs ayant une plus au moins grande capacité à se grouper pour créer leurs propres organisations ,règles et normes, face à des problèmes à résoudre localement

Elle n'est pas, selon O.Crevoisier(2007) *« imposée de l'extérieur «elle résulte « de l'interaction d'un certain nombre de groupes qui s'influencent mutuellement » (Crévoisier, 2007)*

3.4.2 Le marketing de terroir par les acteurs du terroir

Ce marketing soit conçu par les acteurs locaux eux-mêmes. Nous citerons cependant trois grands domaines de marketing très spécifiques qui ont émergé notamment des enquêtes réalisées auprès de chefs d'entreprises (Fort, 2000).

Un premier type d'action marketing se base sur l'idée d'une gestion sociale locale de la qualité des produits.

En effet, la référence à une origine ne doit pas faire oublier la recherche de la qualité, et en particulier du goût qui reste un critère de choix important pour les produits alimentaires. En effet, des études de consommateurs ont montré que l'ancrage à l'origine est nécessaire mais non suffisant pour séduire le client et le convaincre d'acheter³².

³²Alavoine-Mornas F., « Fruits et légumes de terroir : quelles relations entre les distributeurs et leurs fournisseurs ? », *La Grande Distribution Alimentaire*, Colloque SFER, Montpellier, 1997.

La mauvaise qualité d'un produit d'un terroir donné, et la déception du consommateur qui en découle, peuvent ainsi avoir des conséquences désastreuses aussi bien pour l'image du produit, de la marque et de l'entreprise que pour celle de l'ensemble des produits du terroir, voire pour l'image du terroir lui-même.

La responsabilité collective qui en découle intervient selon deux axes.

Le premier, horizontal, implique la solidarité de toutes les entreprises fabriquant un même produit d'un même terroir, et en particulier des entreprises leaders.

Le second axe est vertical : toutes les entreprises participant à la chaîne clients fournisseurs doivent être attentives à la qualité de leur produit, intermédiaire ou final.

Quelques exemples peuvent illustrer certains mécanismes de gestion collective de la qualité. Ainsi, pour poursuivre l'idée de la solidarité verticale, peut-on évoquer la présence (ou l'absence) de règles d'approvisionnement cohérentes à l'échelle d'un territoire. Les producteurs d'huile d'olive, par exemple, utilisent généralement les olives de la région. Mais ils peuvent aussi, pour certains, varier leurs sources d'approvisionnement en fonction de la conjoncture.

L'enjeu réside dans le niveau d'ancrage, et du coup dans le niveau de différenciation potentielle.

Conclusion :

La gouvernance territoriale cède la place à une gouvernance industrielle, qui en vient forcément à des processus de production standardisés et finit par faire perdre l'identité même du produit

Conclusion de la partie 1

Enfin, les acteurs locaux devraient jouer un rôle central dans la communication institutionnelle locale des entreprises de terroir. Le processus de patrimonialisation des produits alimentaires de terroir, du fait de la référence explicite à un lieu géographique déterminé, participe à la construction de l'image et de la notoriété de toute la région. Communication de la région et communication individuelle des entreprises de terroir se trouvent forcément intimement liées.

Les produits de terroir font partie de la carte de visite des régions et doivent être considérés comme un bien culturel d'une région au même titre que les monuments et les paysages qui font la particularité et l'originalité d'une région³³.

³³Bérard L., Marchenay P., « Le vivant, le culturel et le marchand : les produits de terroir », *Autrement*, n° 194,2000, p. 191-216.

**PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE
TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE**

Introduction à la partie

Les politiques de développement exogène mises en place en Algérie depuis l'indépendance, notamment industrielles, ont ³³ enregistré un échec et engendré des inégalités marquantes au sein des territoires.

La crise des années 80 a accentué le taux de chômage (de 9,7% en 1987 à 29,3% en 1999 selon ONS, 2011,72), cette situation est due à « *la réduction des investissements dans les secteurs productifs, à savoir l'agriculture, l'hydraulique, l'industrie hors hydrocarbures, au début des années 1980* »³⁴.

Le local est de plus en plus présenté comme un niveau pertinent de la prise en charge des problèmes, le développement endogène axé sur des ressources spécifiques, a mis en lumière d'autres perspectives de développement pour réduire le degré de pauvreté à titre des filières artisanales, selon **Courlet**, les spécificités territoriales sont mises en avant dans les stratégies des pays en voie de développement pour palier aux imperfections et défis de la mondialisation³⁵.

L'activité artisanale notamment la tapisserie dans notre cas a longtemps construit une identité et une image de marque au territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou, c'est une activité sur laquelle s'ai appuyées des générations de population pour subvenir à leurs besoins. Par ailleurs, l'évolution de cette activité a subit les effets des politiques de développement hétérogènes.

L'objet de notre travail est de faire ressortir les démarches et l'impact de la valorisation des savoirs faire notamment le Tissage sur le développement territorial de la région de TIZI-OUZOU.

L'utilisation des ressources locales, non capitalistique, travail à domicile, l'artisanat répond aux objectifs d'insertion des populations les plus démunies dans l'emploi.

³⁴ CHERIET A. (2007) *Mondialisation et stratégies industrielles : Cas de l'Algérie*, thèse en vue d'obtention d'un doctorat d'Etat en Sciences Economiques, Université Mentouri Constantine

³⁵ COURLET C. (2008) *L'économie territoriale*, Grenoble, PUG. P106

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Le territoire rend les savoir-faire locaux artisanaux comme sujets valorisables en leur offrant des possibilités d'être structurés en systèmes locaux susceptibles de profiter aux activités artisanales, ces systèmes peuvent constituer « *un cadre adéquat pour l'évolution du secteur informel et la valorisation des savoir-faire locaux, que ce soit dans les filières traditionnelles de l'artisanat (textile, habillement, cuir, céramique, poterie, meubles, etc.) ou des filières proches de l'agriculture (filière viticole, oléicole, plantes aromatiques, médicinales...)* »³⁶ ces systèmes permettent un échange d'information et d'équipement ainsi que des relations de production telle que les sous-traitances entre les unités productives.

Il s'agit des formes de solidarités, qui facilitent la transmission, la formation et l'apprentissage qui sont la clé du développement des métiers artisanaux et de leur enracinement territorial.

Pour apporter un éclairage, dans cette partie nous essaierons de traiter les deux chapitres suivants :

Chapitre 1 : essai d'analyse du secteur de l'artisanat en Algérie et les dispositifs mis en place pour sa valorisation

Chapitre 2 : étude de cas au niveau local : exemple du tapis d'Ath Hichem et la démarche de sa labellisation

³⁶ COURLET C. (2008) *L'économie territoriale*, Grenoble, PUG, p.109

**CHAPITRE1 : ESSAI D'ANALYSE DU SECTEUR DE L'ARTISANAT EN ALGERIE
ET LES DISPOSITIF MISE EN PLACE POUR SA VALORISATION**

Section 1 : Les instruments de valorisation des savoir-faire artisanaux

L'environnement local caractérisé par la présence d'institutions qui facilite l'activité économique d'un territoire, il s'agit des organismes de formation professionnelle, des associations et institutions financières qui appuient le développement des unités locales de production. On peut ajouter la gouvernance locale incarnée par l'instaurant d'un climat de concertation entre les différentes parties prenantes dans le cadre d'un projet commun, un climat qui est favorisé par les rapports sociaux informels entre les producteurs locaux qui donnent lieu à des collaborations diverses et spontanées sur le plan productif caractérisent aussi la dynamique locale d'un territoire.

Les savoir-faire artisanaux peuvent être valorisés par différentes initiatives qui touchent essentiellement à la ressource humaine par la valorisation et la promotion de l'activité de l'artisan, des fournisseurs et distributeurs, des initiatives qui portent sur le produit artisanal et enfin des perspectives ayant trait à la consommation intermédiaire par la facilitation d'accès aux matières premières, nous allons présenter ci-dessous l'essentiel des ces initiatives.

1.1. Une valorisation du savoir-faire artisanal par la propriété intellectuelle

La propriété intellectuelle permet de protéger le produit issu de l'exploitation d'un savoir-faire, *«Elle possède une valeur immatérielle, monnayable. Elle peut, dans certains cas apparaître, comme un outil de collaboration. Si elle se révèle être en support à la créativité, élément central dans le contexte qui nous préoccupe, elle présente autant d'intérêt pour l'entreprise dans sa gestion interne que dans ses rapports au marché.»* la reconnaissance de la propriété intellectuelle permet de donner une réalité à la démarche créatrice de l'artisan.

La propriété intellectuelle offre la possibilité de reconnaître et de valoriser la part du travail intellectuel dans le travail manuel de l'artisan et par conséquent elle permet d'en faire un bien marchand³⁷, cet attribut permet de valoriser le produit artisanal et offre à l'artisan la possibilité de tirer profit de son activité et d'en faire une profession permanente.

³⁷ LOUP S, RAKOTOVAHINY.M-A. (2010) Protection et valorisation de la créativité artisanale, *Management et Avenir* 10/2010 (n° 40) 113.

1.2 Une valorisation via les réseaux de l'artisanat

Connu par des stratégies individualistes de ses artisans, le secteur de l'artisanat montre un besoin en matière de coopération, de collaboration et de coordination entre les différents acteurs de la filière artisanale, à ce titre la dynamique de réseau constitue l'une des démarches permettant de répondre à ce besoin et de renforcer par conséquent la valeur du savoir-faire artisanal, il est nécessaire de faire appel à l'ensemble de ces acteurs pour une démarche harmonieuse.

En France, le réseau Artisanat-université met en place des clubs des dirigeants pour assurer une certaine coordination du secteur de l'artisanat et dont les problématiques et préoccupations traitent les besoins des artisans membres des clubs de dirigeant en prenant comptes les spécificités de chaque région, ce réseau bénéficie d'un apport des chercheurs universitaires qui mettent leur savoir-faire académique en faveur de l'artisanat.

1.3 La valorisation par les acteurs consulaires

C'est une logique d'accompagnement des artisans et entreprises artisanales pour le développement du secteur en question. Les CAM offrent une série de services sous forme de « *Plateforme commune de services* » qui vise à impulser et développer la notion d'entreprise artisanale et promouvoir cette démarche entrepreneuriale, ce projet a donné lieu à des résultats satisfaisants notamment en matière d'émergence de nouveaux rapports sociaux de travail et une rationalisation du réseau de chambre des métiers³⁸, cela n'est pas sans impacts sur le développement du secteur avec un renforcement des relations entre les artisans et les organismes publics concernés.

Sous section 1 : Genèse de La valorisation de l'artisanat traditionnel en Algérie

Après avoir subi une destruction, l'artisanat traditionnel pendant la période coloniale est considéré comme élément identitaire permettant de stabiliser les populations et de réduire la pauvreté. Les mesures qui ont été prises par l'administration française sont : l'élargissement du marché de l'artisanat du niveau rural au niveau urbain avec le lancement dans la

³⁸ DE LANNOY E. (2011) L'accompagnement des entreprises artisanales par le réseau des chambres des métiers et de l'artisanat. L'offre de services. in BOUTILIER S. *L'artisanat et la dynamique de réseaux*, Université Côte d'Opale, Paris, l'Harmattan, 135

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

production de biens à usage décoratif. Ainsi l'activité a connu une revitalisation et une adaptation aux nouveaux besoins du marché urbain « *il s'agissait d'améliorer la qualité des produits pour les adapter à la demande des marchés urbains, de faciliter l'accès au crédit et d'aider à la commercialisation* »³⁹ Il s'agit d'une valorisation des savoir-faire locaux en tant que ressource territoriale immatérielle et d'un regain d'intérêt pour le savoir-faire artisanal.

Durant cette période l'artisanat se caractérisait déjà par une spécialisation régionale, à l'exemple **des sept villages d'AthYenni spécialisé dans le bijou, les Ath-Hichem dans le tissage et Mâatka dans la poterie. Cette spécialisation était à l'origine de labels reconnues à l'échelle internationale et qui sont valables jusqu'à nos jours.**

Après l'indépendance, l'Etat a mis en place un programme de développement de petites unités dans les principales filières de l'artisanat traditionnel (la bijouterie à AthYanni, Boghni, le tissage à Ath Hichem, AthZmenzer et Ouaghzen, la poterie aux Ouadhias, AthKhir et Bounouh) et ce jusqu'à 1973⁴⁰

Cette période a connu une innovation organisationnelle dans le secteur de l'artisanat avec la création de la Société Nationale de l'Artisanat Traditionnel (SNAT) qui va jouer un rôle d'animation du secteur en plus de l'existence d'une inspection dans chaque wilaya dont le rôle est la coordination avec la SNAT. Cet organisme va assurer l'approvisionnement des artisans et la diffusion du produit, à ce titre cet organisme a permis la commercialisation des œuvres au niveau national ou international.

Avec la crise de la fin des années 1980, le tissu industriel a subi un choc suite à « *la contraction de la demande interne couplée à une crise du modèle de gestion étatique de l'économie* » (Oussalem, 2004, 4045), l'artisanat n'était pas resté à l'écart (la fermeture de plusieurs unités d'artisanat traditionnel dans la wilaya de Tizi-Ouzou) une situation qui était à l'origine des problèmes socio-économiques notamment l'augmentation du taux de chômage.

Au début des années 1990, on constate un redéploiement de l'artisanat traditionnel caractérisé d'un côté par des efforts étatiques à travers la mise en place des institutions de promotion et de médiation à l'exemple de la CAM et de l'Agence Nationale de l'Artisanat Traditionnel (ANART), et de l'autre côté par l'accroissement de l'investissement privé dans le domaine de l'artisanat traditionnel.

³⁹Oussalem M-O (2004) Kabylie : Economie Contemporaine (artisanat et industrie), *Encyclopédie Berbère*, XXVI *Judaïsme-Kabylie*, Aix-en-Provence, EDISUD, 4042

⁴⁰ IDEM

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Par ailleurs, un *fonds* national de promotion de l'*artisanat traditionnel* a été créé en 1993⁴¹ afin de subventionner les achats des équipements et outils liés à l'artisanat traditionnel et d'art dans le but de soutenir sa promotion et sa sauvegarde. Il s'agit d'une initiative qui a permis aux artisans de moderniser les procédés de production et d'améliorer la productivité,

En 2014, 140 artisans constantinois ont bénéficié des aides émanant de ce fond pour des montants allant de 200 000 à 500 000 Da⁴². Des efforts en matière de formations et de qualification ont été consentis.

En 2015, 48 artisans ont bénéficié des aides émanant du **F.N.P.A.A.** Dans la wilaya de TIZI-OUZOU pour un montant de 18 015 854,68 DA en 2015⁴³

Nombre de bénéficiaires du F.N.P.A.A.T

Tableau2 : Nombre de bénéficiaires du F.N.P.A.A.T

Jusqu'à l'année 2010		58
	Nombre de bénéficiaires	Montant alloué
Pour l'année 2014	44	15 866 403,86 DA
Pour l'année 2015	48	18 015 854,68 DA
TOTAL	92	33 882 258,54 DA

SOURCE : CAMTO

Dossiers en instance d'étude: 218

A partir de ces données chiffrées du F.N.P.A.A.T on pourra conclure que l'état encourage ce secteur en octroyant plus d'aide au artisan ce qui justifie l'augmentation du nombre de bénéficiaire de 44 à 48 ainsi que le montant des crédits.

Dans son plan d'action concernant les F.N.P.A.A.T les autorités publiques ont encouragé la création de SPL dans le domaine de l'artisanat, 21 SPL ont été lancés dans les différentes filières de l'artisanat traditionnel et dans les Nuclei d'entreprises, Ce projet tente de remédier aux problèmes de gouvernance qui persistent dans les métiers artisanaux suite aux défaillances en matière de coordination et coopération entre les artisans.

Pour les problèmes de commercialisation des produits artisanaux, les acteurs publics locaux concernés accentuent salons, festivals et fêtes à différentes échelles (locale et nationale), ces initiatives sont restrictives et ne garantissent pas l'accès à tous les artisans surtout pour l'échelon international. Par ailleurs, l'événementiel est le seul moyen qui permet

⁴¹ Décret exécutif n° 93-06 du 2 Janvier 1993 fixant les modalités de fonctionnement du compte d'affectation spéciale n° 302-066 initiale « Fonds National de la promotion des Activités de l'Artisanat Traditionnel ».

⁴² <http://www.leconews.com>.

⁴³ CAM de Tizi-Ouzou

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

d'écouler une grande quantité des produits issus de l'artisanat (bijoux, tapis, poterie) la CAM de Tizi-Ouzou prévoit 15 événements pour l'année 2015⁴⁴.

Section2 : système productif locaux pour le secteur de l'artisanat

Cette section sera consacrée à proposer une modeste perspective de développement qui est une analyse prospective⁴⁵ dans une tentative de construire un SPL autour des activités artisanales

Le système local de production permet de rendre compte du rôle des PME et de leur coopération dans un cadre territorial donné sans négliger les effets de proximité et le contexte socioculturel local. Il se distingue du district industriel entre autre par le fait que les entreprises ne sont pas nécessairement concentrées dans une seule branche, ni spécialisées dans la production des composants d'un seul produit. De plus dans le SPL, il peut s'agir des relations territorialisées sans doute entre PME mais aussi entre grande entreprise et PME et même entre grandes entreprises. Dans un cas comme dans l'autre, on parlera de SPL dans la mesure où les relations entre les entreprises ne se réduisent pas à celles de la sous-traitance traditionnelle. Par ailleurs, les entreprises du SPL se caractérisent également par leur grande flexibilité et leur capacité de répondre à une demande variable et différenciée dans le temps et l'espace

2.1 Définition d'un SPL :

Utilisé par de nombreux auteurs sous des appellations diverses, le SPL *peut être défini comme un ensemble caractérisé par la proximité d'unités productives au sens large du terme (entreprise industrielles, de services, centre de recherche et de formation, interfaces, etc.) Qui entretiennent entre elles des rapports d'intensité plus au moins forte. La densité des liens entretenus entre les unités de production dépend avant tout de l'organisation et du fonctionnement du système de production. Les rapports entre unités sont divers et se présentent sous diverses formes : formels, informels, matériels, immatériels, marchands et non marchands. Ces rapports peuvent porter sur des flux matériels, de services, de main d'œuvre, de technologie ou encore de connaissance.*

La notion de SPL est désormais largement partagée dans la mesure où elle est traduite de ces phénomènes originaux de développement localisé⁴⁶

⁴⁴ CAM de Tizi-Ouzou.

⁴⁵ Cours de stratégie de développement territorial, M2, semestre 2 »management territorial et ingénierie de projet »2013.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Le SPL paraît ainsi comme une organisation productive particulière localisée sur un territoire et fonctionne comme un réseau d'interdépendances constitué d'unités productives ayant des activités similaires ou complémentaires qui se divisent le travail. Cette organisation productive correspond généralement un bassin d'emploi (Pommier, 2002)

Le SPL désigne également « une manière collective de vivre ,de penser et de produire propre à une société à un espace à un milieu .le système productif local exprime des dispositions ,des pratiques et des manières particulières d'organisation social et économique.Il définit une structuration spécifique du jeu des relations économiques et sociales entre les acteurs d'un espace géographique et socioculturel délimité »⁴⁷Cette structuration socio-économique spécifique comporte deux composantes essentielles :un paradigme technico-économique(organisation productive avec un marché du travail local qui offre des compétences spécialisées) et un système local de régulation (dans ce système ,les institutions locales jouent un rôle important)(Courlet ,Pecqueur,1990).

A ces deux dimensions, M.Dimou (1994), ajoute une troisième de nature spatiale.

Celle-ci suppose l'existence d'éléments sociaux ou culturels qui interviennent dans le comportement des agents économiques et influencent leurs relations. Ce contenu socioculturel spécifique se détermine à partir de ce qu'A. Marshall et G.Becattini appellent le « sens d'appartenance ». Ce dernier est un facteur de représentation collective qui permet de circonscrire les limites d'un système de règles et de valeurs d'un groupe social (Courlet, 1991)

Ainsi, on peut essayer d'appliquer la notion de SPL à chaque modèle d'organisation de la production basé sur la présence d'économies externes et de connaissances non transférables et sur l'introduction de formes spécifiques de régulation qui identifient et sauvegardent l'originalité de la trajectoire de développement local dans lesquels le territoire joue un rôle actif et le système productif local bénéficie d'une forme identité et de caractéristiques qui permettent à la collectivité locale de se défendre et de se reproduire

Il est alors possible de prendre en compte des systèmes organisés dont la dynamique repose soit sur la grande entreprise, soit sur des modèles d'organisation qui ne déterminent pas une forte division du travail (comme dans le cas des districts industriels), pouvant inclure des processus de développement reposant à la fois sur des mécanismes de

⁴⁶ Claude Courlet : « l'économie territoriale », PUG ,Grenoble 2008,page 50.

⁴⁷Dimou M,1994,la dynamique d'évolution des systèmes productifs locaux ,Grenoble, pp,87-88

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

reproduction social et technico-économique, avec la reproduction d'un nouvel entreprenariat à travers des mécanismes d'imitation et « spin-off »⁴⁸.

Le SPL n'est sans doute pas un concept de stabilité, susceptible d'une définition achevée et acceptable de tous, mais il est la traduction de ces phénomènes originaux de développement localisé.

2.2 Origines du système local de production SPL :

Dans certains pays, on retrouve une longue tradition de type artisanal qui a traversé l'époque fordiste et sur laquelle s'est fixé graduellement un processus d'industrialisation. Dans la plupart des pays, on retrouve des systèmes locaux de production récents dont la formation résulte d'une recherche de solution à la crise du modèle fordiste. Le système local de production s'inscrit alors dans un processus de décentralisation territoriale de la production ou ce que d'autre appellent la désintégration verticale.

Il répond également à la recherche d'une main d'œuvre ouverte à une forte implication au travail dans un contexte microsocial peu marqué par le fordisme.

Dans les systèmes plus récents, les capacités de qualification et d'innovation du milieu sont déterminantes alors que, dans les systèmes anciens, la grande polyvalence de la force de travail notamment sa capacité à entreprendre joue un rôle décisif. En somme, ce mode de développement peut apparaître non seulement dans les zones rurales mais dans des zones connaissant un maillage urbain dense. Mais dans un cas comme dans l'autre, il s'agit de systèmes productifs fortement encastrés dans la communauté de sorte que la réciprocité et coopération peuvent compléter les échanges régulés par le marché. Cela suppose manifestement l'existence d'institutions locales soucieuses du développement local.

⁴⁸ Claude Courlet : « Territoire et développement économique au Maroc :le cas des systèmes productifs localisés »,op.cit.page11

2.3 Les caractéristiques du SPL

Les SPL se caractérisent par ⁴⁹:

2.3.1 Le SPL, comme concentration géographique originale

Un SPL se caractérise tout d'abord par la présence sur un territoire restreint d'un grand nombre d'entreprises suffisamment proches et réciproquement liées. Il s'agit d'une concentration géographique originale. Il s'agit d'une zone mesurable et délimitée spatialement (la vallée de l'Arve en France, concentre 600 entreprises du décolletage sur 300 km²). Cette zone se caractérise ensuite par une spécialisation économique distincte.

2.3.2 Le système productif local

Un SPL se caractérise par un système productif local qui est le produit des avantages réciproques dont jouissent les entreprises situées dans un même territoire. Deux types de variables semblent importantes pour apprécier le SPL à ce niveau :

- Les premières concernent la nature des activités ; on peut distinguer deux cas de figure : les activités similaires, les entreprises développent alors des coopérations dans des activités périphériques : transport, exportations, formation, éventuellement partage de marché, etc.
- Les activités complémentaires qui correspondent plutôt à un approfondissement de la division du travail entre firme menant à la réalisation d'un produit unique
- Les secondes concernent l'intensité des coopérations : on peut faire référence par exemple au modèle de **Bosworth et Rosenfeld** qui identifie sept (7) types de coopération depuis l'association industrielle traditionnelle (club d'entreprise par exemple)

Jusqu'aux réseaux de production conjointe (district industrielle) en passant par les formes de coopération en développement (apprentissage en collaboration) ou des réseaux basés sur des ressources partagées (réseau de marketing)

A ces caractéristiques, il faut ajouter un environnement actif (y compris institutionnel)

Regardant le fonctionnement de l'ensemble du système local. L'ensemble de ses éléments définit un système plus au moins complexe.

⁴⁹ Idem

2.3.3 Une articulation forte entre le patrimoine socioculturel et la sphère économique

L'idée récurrente qu'on trouve dans de nombreux travaux sur les SPL est que l'efficacité d'un processus de production et d'innovation répond du mode selon lequel s'articulent des variable socioculturelle (valeurs, institutions et savoir –faire) avec celles plus étroitement économique (disponibilités en capital, savoir technique etc.).

Une autre manière de présenter les choses est de recourir aux économies externes dans un SPL il y'aurait :

- Les économies externes ordinaires (pécuniaires) d'agglomération qui opèrent dans une certaine aire,
- Les économies externes technologiques qui opèrent dans un secteur technologiques individualisé ;
- Les économies externes spéciales, typiquement des SPL dérivant d'une multitude de micro-adaptations entre les diverses entreprises et entre les entreprise et la population dans une aire circonscrite.il d'agirait de facultés d'adaptation spéciales (différenciel positif de confiance, particularité du langage productif ou scientifique etc.)Liés à la culture d'un regroupement humain et donc difficilement tranposable.ces avantages se limitent aux produits typique du SPL impulsant le développement de ses processus productifs.

Au bout du compte, le SPL est actionné par une logique territoriale qui en fait une organisation qui combine le marché et la hiérarchie et qui contrairement à la logique fonctionnelle a besoin du territoire pour fonctionner. Le SPL est la traduction de phénomènes originaux de développement localisés

2.4 Points à retenir sur les systèmes locaux de production

Il est retenir que le SPL est ⁵⁰:

Un ensemble d'entreprise évoluant dans une ou plusieurs branches et situées dans un même territoire (région ou zone locale) :

- Interdépendance forte entre l'entreprise, soit entre les PME, entre les PME et une ou plusieurs grandes entreprises, soit encore entre grandes entreprises (intégration ou quasi intégration verticale) ;
- Capacité des entreprises à répondre à une demande finale variable et différenciée dans le temps et dans l'espace

⁵⁰ Cours de madame Tajine module d'analyse territoriale.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

- Existence d'une identité régionale ou locale forte favorisant la coopération et la réciprocité entre les entreprises et les divers intervenants
- Présence de règles et de conventions favorisant la coordination industrielle exp : Règles protégeant la production locale, le soutien aux entreprises locales, l'achat local, le réinvestissement local, la priorité d'embauche de la main-d'œuvre locale, etc.) ;
- Présence d'institution locales, communautaires et publiques susceptible d'assurer une gouvernance locale et donc d'assurer une articulation des intérêts privés et bien public, aspects économiques et sociaux ;
- Existence d'un bassin local de main d'œuvre (polyvalence)
- Atmosphère et soutien institutionnel favorisant l'innovation et l'émergence d'entreprise nouvelles.

La démarche SPL permet de :

- Passer d'une stratégie de compétitivité cout compétitivité basée sur l'innovation
- Choisir une meilleure spécialisation et maillet le système industriel
- Rééquilibrer les aides en faveur des PME
- Atténuer les disparités régionales
- Créer des emplois productifs
- Réinsérer l'entreprise dans son territoire et moduler la politique à l'égard des investissements étrangers en fonction des caractéristiques des différents territoires

2.5 Système productif local et artisanat : Essai de rapprochement

Qu'il s'agisse des districts industriels italiens, des systèmes de production locale français ou des clusters Anglo-saxo, les configurations spatiales des activités ne se limitent pas à l'industrie. Le succès spectaculaires des districts et le dynamisme dans la mise en place de leurs politiques d'un continent à l'autre montrent la diversité de ceux-ci, en se déclinant dans toutes les sphères de l'activité économique : électronique, multimédia.....contrairement au district, les entreprise à l'œuvre dans les SPL n'appartiennent pas nécessairement à une seule branche d'activité et ne sont pas forcément spécialisés dans la production des composants d'un seul produit. En outre, la notion d'un SPL ouvre des perspectives à l'intégration des activités artisanales

Dans cette sous section nous montrons dans un premier temps comment l'activités artisanale prend s formes d'organisation territoriale cet exercice se fera par un rapprochement

**PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE
TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE**

entre les caractéristique de l'activité artisanal et cèle d'un SPL (parmi les différentes formes d'organisation territoriales nous considérons que la notion du SPL est la plus proche des caractéristiques de l'activité artisanal) ;pour cela ,nous construirons une grille d'identification du SPL qui sera confronté à l'activité artisanale nous donnerons ,dans un deuxième temps ,un aperçu sur les système de productions locaux en Algérie pour le secteur de l'artisanat

Tableau3:Rapprochement entre les caractéristique d'un SPL et de l'activité artisanale en se basons sur des donnés collecté sur le terrain et au niveau de la CAMTO

Système productif localisé	Artisanat
Présence d'une agglomération de PME, concentrée spécialement et spécialisée autour d'un métier et/ou d'un produit (pommier,2002)	L'artisanat reste dominé par une frange de petites et moyennes entreprises. Ces PME sont spécialisées autour d'un métier qui est les savoirs faire artisanaux et fabriquent le produit artisanal
Le SPL repose sur une division étroite du travail entre plusieurs petites entreprises spécialisées De cette division poussée du travail nait un dense réseau d'interdépendance productive, de nature aussi bien infra sectorielle qu'intersectorielles. (Garofoli, 1992)	La filière artisanale montre clairement la division du travail qui s'effectue entre entreprises spécialisées (transport, fournisseur de matières premières, distributeurs, animation....) pour composer le produit artisanal.
Le SPL se caractérise par des activités similaires ou complémentaire entretenant de fortes coopération à l'origine de formes d'apprentissage, de réseaux basés sur des ressources partagées (Courlet,2001)	L'activité artisanale, par son caractère synthétique, permet de développer une large gamme d'activités complémentaires qui participent à la construction de réseaux d'interdépendance
Les économies d'agglomération à l'œuvre dans le SPL sont la conséquence de rapports intense entre les entreprises locales (Courlet, 2001)	Les rapports entre les acteurs de la filière artisanale se présentent sous diverses formes : formels, informels, matériels et immatériels, marchands et non marchands.ces prestations mutuelles peuvent donner lieu à des économies externes d'agglomération.
L'activité de production est ancrée territorialement grâce à l'osmose entre la communauté locale et la population d'entreprises (Becattini ,1992)	L'artisanat repose sur un ensemble de services relationnels qui a besoin d'un ancrage territorial et sur des ressources spécifiques territorialisées
La flexibilité productive dans le SPL est basée sur la petite taille des unités de production, sur la densité des relations entre les entreprises et sur la réactivité des PME face aux nouvelles conditions internes et externes de la zone (Courlet, 2001)	Face au caractère versatile de la demande, l'entreprise artisanale doit être flexible pour s'adapter en permanence aux changements de celle-ci. Cette flexibilité peut venir de l'innovation (pratique fréquente dans l'artisanat) et de l'adoption des TIC.

Source : établie par nous même

L'activité artisanale est liée à l'espace. Ce lien inévitable s'explique par la localisation des ressources donnant lieu à l'activité artisanale par leur exploitation. On trouve souvent un ensemble d'entreprise autour d'une ressource artisanale. Donc, le lien obligatoire de l'activité artisanale donnée, ces entreprises sont spécialisées autour d'un métier qui est les savoirs faire artisanaux et fabriquent le produit artisanal

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

S'agissant de la taille de ces entreprises, nous dirons que le secteur de l'artisanat reste caractérisé par la présence de PME

En raison de la nature composite du produit artisanal et du caractère synthétique de l'activité artisanal, les relations entre les différents acteurs participant à la fabrication de ce produit sont multiples et variés, cette activités, par sont caractère synthétique, permet de développer une large gamme d'activités complémentaire qui participent à la construction de réseaux d'interdépendance. L'interdépendance est exacerber dans l'artisanat, car en raison du caractère composite du produit artisanal, la qualité finale de celui ci dépend de la qualité de chaque prestation cet aspect est mis en relief par la notion de filière qui prends toute sa signification dans l'artisanat. La filière artisanat à la manière d'une filière industrielle, « transformant » un savoir faire artisanal en un produit artisanal.

Pour expliquer davantage cette dimension, à partir d'une ressource (matière première),l'artisan assemble un ensemble de prestations élémentaires fournies par divers acteurs qu'il ajoute au premier élément essentiel pour donner un produit artisanal.ces rapports se présentent sous diverses formes ;formels , informels, matériels et immatériels, marchands et non marchands ; ces prestations que les entreprises se fournissent mutuellement peuvent porter sur des flux divers(services ,main d'œuvre, matériels,,,) et donner lieu à des division du travail qui s'effectue entre entreprises spécialisées (transport, fournisseurs de matière première ,distributeur , service client...) pour composer le produit artisanal.

L'entreprise artisanale doit être flexible pour s'adapter en permanence aux changements de la demande

La flexibilité pour ces entreprises peut venir de l'innovation, l'artisanat, ces dernières années, est le théâtre d'innovations, l'innovation dans le domaine de l'artisanat est un processus largement ouvert, qui peut aboutir à plusieurs formes d'amélioration (technologique, sociale ...)

Cette flexibilité est facilitée également par les technologies de l'information et de la communication (TIC), en effet les TOC apportent à la filière artisanale une plus value certaine et importante. Les TIC facilitent l'organisation en réseau, permettent de réduire les couts, de faire des publicités pour les produits artisanaux

L'artisanat a un lien direct avec le territoire. En effet, l'artisanat repose sur un ensemble de ressources spécifiques et territorialisées (savoir faire artisanaux, tradition)

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

En guise de conclusion a cet exercice de confrontation entre le cadre d'analyse du SPL et l'artisanat, nous concluons que la problématique de SPL en artisanat reste un champ insuffisamment exploré et mérité d'être étudié

La particularité de l'activité artisanale rend cette problématique intéressante en lui conférant de nouvelles applications

L'organisation de l'activité artisanale sous forme d'un SPL permet au territoire de profiter de tous les avantages que ce mode d'organisation offre, notamment d'être flexible et dynamique pour faire face à l'évolution du marché.

2.6 Les systèmes de productions locaux en Algérie pour le secteur de l'artisanat

Les programmes du SPL ont été lancés en Algérie en 2007 et cela quatre ans après que l'idée du SPL ait été proposée aux chambres d'artisanat et des métiers. La création des SPL en Algérie a commencé en 2008 par sept secteurs d'activités qui sont : M'sila pour le tissage wabri (tissage en poil chameau), Tamanrasset pour la Taille de gemmes, Ghardaïa pour le Tapis traditionnelle, Constantine pour la dinanderie, Bejaia pour la poterie traditionnelle Oran pour la restauration du vieux bâtis, Mostaganem pour la maçonnerie.

En 2009 ya eu la création de huit autre SPL :

Oum el Bouaghi le tissage, Batna orfèvrerie, Tizi-Ouzou pour les pâtes alimentaires (couscous), Skikda le travail du plâtre, Tiaret la sellerie, et Jijel pour le cuire et la tannerie traditionnelle

Puis en 2010 cinq nouveaux systèmes ont été créés : Chleff pour les métiers de la ville, Laghouat pour la collecte et transformation de la laine et production de tissage, Sétif dans le domaine de la plomberie sanitaire, Tlemcen pour la ferronnerie ainsi que la menuiserie métallique et soudure. Ce qui fait que le nombre ait atteint une vingtaine de SPL, ce système à regroupé plus de 3000 artisans exerçant dans le formel et l'informel, ainsi que la création de 48 associations professionnelles actives dont 27 sont agréées, cela a permis la formation de 384 jeunes dans le cadre du CREE-GERME⁵¹

Cette organisation a permis d'ouvrir plusieurs portes et opportunités notamment chez les jeunes tel que l'accès aux marchés publics, l'accompagnement pour l'obtention de

⁵¹ « LA BONNE GESTION DE SON ENTREPRISE » GERME est un programme de formation destiné à la gestion des entreprises, agréé par le bureau international du travail. Ce programme a été distribué sur plus de 80 pays au monde (Europe, Afrique, Asie, Amérique Latine). Ce programme a été traduit de l'anglais vers plus de 40 langues, dont l'espagnole, le français, l'arabe. www.mta.gov.dz

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

crédits dans le cadre des dispositifs de soutien :ANGEM,ANSEJ,CNAC ...l'approvisionnement en matières premières et surtout le développement de l'activité artisanales dans la région ,la formation des associations wilayas ,l'échange de compétences et d'expériences , le rassemblement des artisans pour la constitution d'un pole d'intérêt général, le début de petites opérations entre les entrepreneurs.

On notera que les premiers résultats pratiques obtenus sont :

- ✓ Les SPL de Mostaganem, Skikda, Djelfa, Chleff ont pu décrocher des marchés
- ✓ A Mostaganem la construction de 71 maisons rurales, 30 artisans ont décroché un marché pour le revêtement des immeubles
- ✓ A Bejaia une opération d'exploitation de poterie vers la France ,8 artisans ont un réseau de commercialisation vers le territoire algérien
- ✓ Le SPL de Biskra a conclu un marché de commercialisation de 2565kg/mois de datte pour une société Algero-italienne.

- ✓ A Djelfa une opération d'exploitation de burnous et Kechabia avec un partenaire tunisien

- ✓ Des SPL qui restent a l'état initial comme Laghouat, Oran, Bechar

- ✓ Le SPL couscous de Tizi-Ouzou est en progression, il a pu décrocher des marché locaux (fabrication de couscous pour l'université)

- ✓ Cas du SPL d'Oran, ce système est un type de développement économique durable qui ne peut s'accomplie qu'a travers la collaboration des opérateurs publiques et privés qui ensemble seront des producteurs associées dans l'économie et l'organisation structurelle, qui nécessite :
 - La volonté politique et stratégique des opérateurs de ce système ;
 - L'existence d'une structure professionnelle et reconnue d'animation et de coordination
 - L'engagement de certains entrepreneurs
 - Un nombre suffisant d'entreprise représentant la masse apparente
 - Le contrat qui relie les parties et qui facilite la mise ne place des programme objectif pour le développement des entreprise (la structure d'animation, les entrepreneurs « les artisans », les chambres d'artisanat et des métiers, direction des impôts, les entreprises d'appui (ANGEM, ANSEJ, CNAC), les établissements bancaires, la CNAS et la CASNOS

Pour le nombre d'adhérents il ya eu une diminution ; en effet en 2011 le nombre était à 4000 adhérents mais en premier trimestre 2012 il a diminué ou il a atteint « à cette

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

diminution est due au facteur d'immatriculation des artisans vers une autre chambre (Bejaia vers Bouira Tizi-Ouzou vers Bouira et Oran) Et aussi le facteur d'encadrement comme le cas du SPL d'ORAN

Section3 : le rôle des institutions régionale et locales dans la valorisation des savoir faire locaux

Au niveau national les pouvoirs publics sont censés d'assurer un cadre réglementaire efficace permettant la reconnaissance, la réglementation et la protection des activités artisanales

Au niveau local et régional des pouvoirs publics ont aussi un rôle à jouer dans la conception et la protection de ces activités

En effet, ils doivent assurer la formation, la motivation et l'organisation des producteurs ainsi ils doivent transmettre les informations sur les normes et procédures

3.1 La politique de promotion de l'artisanat

Les politiques de développement en Algérie ne sont pas à caractère matériel et financier uniquement, l'accent est mis sur la promotion et la médiation par le biais des chambres consulaires et autres organismes, « *les institutions sont très largement impliquées et imbriquées dans le fonctionnement et la dynamique des économies locales* »⁵², elles permettent d'impulser les secteurs d'activités et de consolider les rapports de proximité entre les agents économiques et d'ajuster une gouvernance juste dans chaque maillon de l'économie locale.

Pour encourager le secteur de l'artisanat et le converger vers une stratégie globale de développement en Algérie, des organismes ont été mis en place pour tenter d'assurer la sauvegarde, la promotion, l'orientation mais aussi l'animation de l'artisanat d'art traditionnel, il s'agit d'un ensemble d'institutions inscrites dans les politiques de développement économique et social, l'objectif est d'assurer l'intervention de l'Etat dans une économie en transition vers l'économie de marché en visant à autonomiser l'artisan dans son activité.

Les principaux organismes qui interviennent dans le domaine de l'artisanat sont, l'ANART⁵³, la CAM⁵⁴ et la CNAM⁵⁵, ils ont le statut d'établissement public à caractère

⁵² COURLET C. (2008) *L'économie territoriale*, Grenoble, p98

⁵³ Créée par le décret exécutif n° 92-12 du 09 Janvier 1992.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

industriel et commercial comme ils sont dotés d'une personnalité morale et d'une autonomie financière,

Un statut favorable à la souplesse et la réactivité de l'institution sachant qu'elles sont régies et encadrées par la tutelle à savoir le ministère du tourisme et de l'artisanat.

Ces institutions s'inscrivent dans le développement du secteur de l'artisanat et des métiers tout en assurant des missions de service public⁵⁶, « *elles remplissent une mission d'intérêt général selon un mode de gestion qui est celui de la sphère publique de par la formalisation des procédures, l'édition de règles techniques et de normes, le cloisonnement du fonctionnement, le statut de ses agents...* »⁵⁷ (De Lannoy, 2009, 233) cela permettra aux artisans de tirer profit des avantages offert sans exclusion ni rivalité suivant les missions prédéfinies par les textes juridiques.

L'artisanat constitue une richesse inestimable à rentabiliser pour le développement économique locale et une source de revenus pour de nombreuses familles

3.2 Les chambres de métiers et de l'artisanat CAM :

Définition

Les chambres de métiers et de l'artisanat sont des établissements publics à autonomie financière et administrative, ils sont placés sous la tutelle du ministère du Tourisme et de l'Artisanat, les chambre ont été constitués au début de 1992, conformément au décretexécutif n92-10 pour représenter les intérêts généraux de l'artisanat dans leurs circonscription territoriale, les CMA forment un réseau structuré implanté sur l'ensemble du territoire au service des artisans et de l'artisanat.

Les chambres de métiers et de l'artisanat accompagnent le développement des entreprises artisanales. Elles fournissent une réponse personnalisée aux demandes individuelles et mettent en place des actions collectives.

Les chambres de métiers et de l'artisanat organisent l'apprentissage dans le secteur des métiers et favorisent la promotion professionnelle des chefs d'entreprise et de leurs salariés

⁵⁴ Créée par le décret exécutif n° 97-100 du 30 Mars 1997.

⁵⁵ Créée par le décret exécutif n° : 97-101 du 29 Mars 1997.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

La CAMTO a organiser divers stage, formation en collaboration avec les bureau international du travail le B.I.T le nombre récolter se résume dans ce tableau :

Tableau4 : tableau récapitulatif des bénéficières de testes de calcification

jusqu'au 31 juillet 2015	3 769	NOMBRE DE BENEFICIAIRES DES TESTS DE QUALIFICATION DU SAVOIR FAIRE
jusqu'au 31 juillet 2015	67	NOMBRE DE BENEFICIAIRES DES TESTS DE QUALIFICATION AU NIVEAU DES ETABLISSEMENTS PÉNITENTIAIRES
jusqu'au 31 juillet 2015	48	NOMBRE DE BENEFICIAIRES DES FORMATIONS DE CRÉATION ET GESTION D'ENTREPRISES « B.I.T »

Source : CAMTO

Formation CREE = 221

Formation GERME = 394

Formation TRIE = 33

Aït-ZerroukiSaadi, assistant du directeur de la CAM, nous a indiqué que ces attestations de qualification vont faciliter la réinsertion sociale des détenus en leur ouvrant les portes du marché de l'emploi

Les chambres de métiers et de l'artisanat constituent un service public de formation à part entière.

Un apprenti sur trois est accueilli dans l'un des cent Centres de Formation d'Apprentis (CFA) gérés par les CMA. Celles-ci œuvrent quotidiennement au développement de l'apprentissage dans le but est d'assurer :

- Action d'information des jeunes et des familles ;
- Mobilisation des artisans pour accueillir les jeunes en stage ;
- Organisation de formations par apprentissage;
- Formation des maîtres d'apprentissage et qualification des formateurs ;
- Actions pour améliorer la qualité de vie des apprentis.
- Action pour améliorer la qualité du produit et de son emballage

Depuis 2005, des sessions de formation en CREE, GERME ont été organisés.

**PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE
TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE**

Tableau5 : démontre l'évolution du nombre d'artisans formés

NOMBRE DE FORMATION CREE ET GERME					
ANNEE	FORMATION CREE		FORMATION GERME		TOTAL APPRENANTS
	APPRENANT	FORMATION	APPRENANT	FORMATION	
2005	00	00	10	01	10
2006	62	03	58	03	120
2007	10	01	47	03	57
2008	00	00	00	00	00
2009	00	00	22	02	22
2010	40	02	47	03	87
2011	40	02	40	03	80
2012	23	01	54	03	77
2013	16	01	39	03	55
2014	00	00	00	00	00

Source : <http://www.cam-tiziouzou.com/>

3.2.1 Rôle et missions des CAM

Les chambres de métiers et de l'artisanat représentent les intérêts généraux de l'artisanat auprès des pouvoirs publics.

Elles assurent des missions de service public essentielles à la structuration de l'artisanat et au développement des entreprises.

Elles offrent dans le cadre de services aux entreprises un dispositif cohérent d'information, de conseil, d'accompagnement et de formation.

Elles développent des compétences et des moyens techniques de qualité. Elles ont adopté une charte pour un accueil de qualité.

Elles travaillent en étroite concertation avec les organisations professionnelles de l'artisanat et avec les différents acteurs locaux : collectivités territoriales, services de l'Etat, acteurs socio-économiques.

**PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE
TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE**

3.3 Contribution de l'artisanat dans l'économie

Au 31/07/2015 le secteur de l'artisanat à Tizi -Ouzou comptait près de 10413 artisans inscrit offrant 20560 emplois⁵⁸la partie informel du secteur n'est pas pris en considération dans l'élaboration des statistique

3.3.1 L'évolution du nombre d'emploi crée

Tableau6 : l'évolution du nombre d'inscrits au Registre de l'Artisanat et des Métiers depuis 1998 jusqu'au mois de Mars 2014

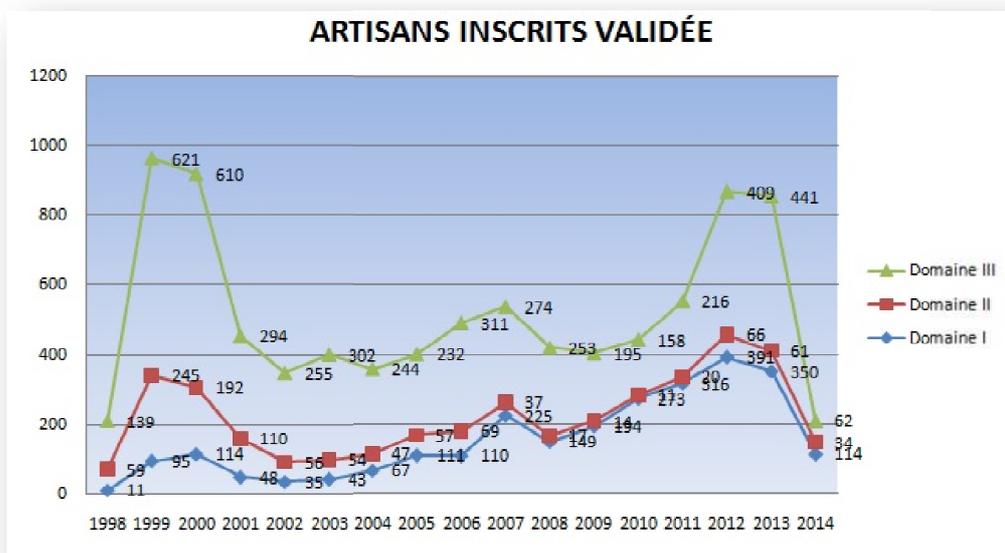
Nmbres d'artisans inscrits validée																		
O M	99 8	99 9	00 0	00 1	00 2	00 3	00 4	00 5	00 6	00 7	00 8	00 9	01 0	01 1	01 2	01 3	01 4	OT AL
	1	5	14	8	5	3	7	11	10	25	49	94	73	16	91	50	14	646
I	9	45	92	10	6	4	7	7	9	7	7	4	1	0	6	1	4	149
II	39	21	10	94	55	02	44	32	11	74	53	95	58	16	09	41	2	016
O T	09	61	16	52	46	99	58	00	90	36	19	03	42	52	66	52	10	811

Source: CAM TO

⁵⁸Ministère des PME et de l'Artisanat, chambre des métiers et de l'Artisanat

**PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE
TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE**

Figure1:Nombre d'artisans inscrits validés a la CAM



Source :
CAMTO

Ce graphe résume la situation de l'artisanat de la wilaya deTizi-Ouzou durant la période allant de 1998 jusqu'a mars 2014 on observe depuis l'année 2008 une évolution continue de la créationd'emploi, les trois domaines d'activité ont enregistré de très bon taux de croissance, et cela est du a l'énorme effort de l'Etat pour le développement et surtout via :

L'exonération fiscale a vie pour le domaine d'artisanat et traditionnel à condition de prendre en charge les apprentis et d'être ajour dans leurs obligation sociale

Fournir un soutien financier promotionnel et formatif en particulier par des ressources du FNPAAT

3.3.2Évolution du nombre d'emploi créé par secteur

Tableau 7 : évolution du nombre de créations d'emplois

Domaine d'activité	Nombre d'artisans	Nombre d'emplois	%
Artisanat d'art traditionnel	3383	12517	46,98
Artisanat de production de biens	1282	3205	12,02
Artisanat de services	5748	10921	14,00
Totaux	10413	26643	100

Source : donnés récolter au prêt de la CAMTO au 31 JUILLET 2015.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Les tableaux reflètent l'évolution qu'a connu le secteur de l'artisanat dans la wilaya de Tizi-Ouzou, en effet le nombre des activités générées par ce secteur sont en augmentation, on peut dire que l'activité artisanale dans la wilaya est froissante par rapport aux années précédentes

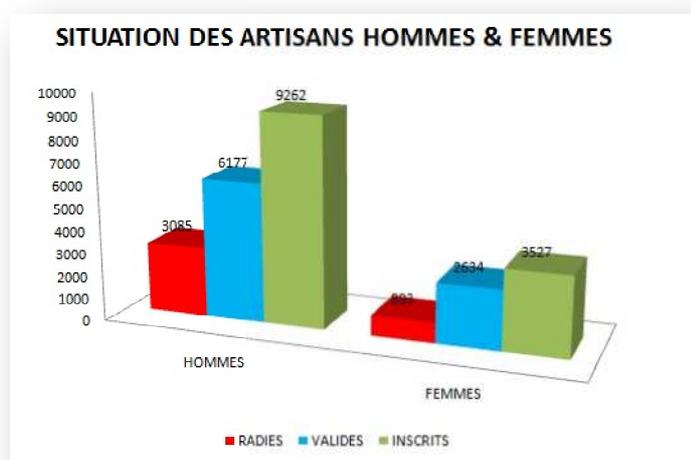
La lecture des tableaux permet de conclure ceci :

Les trois domaines ont connu une croissance remarquable

Pendant les périodes 1998-2013 le domaine de l'artisanat de production, de service a enregistré le plus grand pourcentage pour le nombre d'artisans inscrits et pour le poste de travail, les artisans sont aussi bien des hommes que des femmes comme nous le voyais dans le point qui suit

3.3.3 Encouragement de l'entrepreneuriat féminin :

Figure2 : nombre d'inscrit par sexe à l'activité artisanale



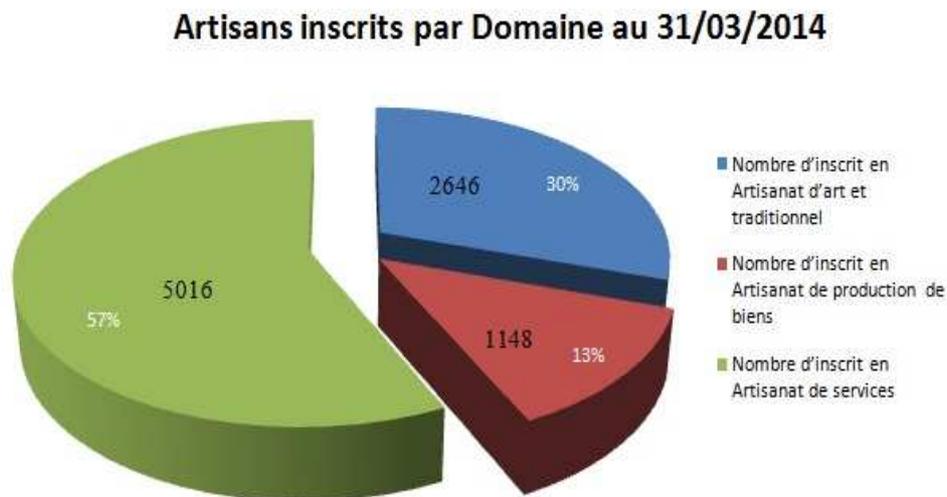
Source : CAMTO

On constate le développement de l'entrepreneuriat féminin, un nombre important des femmes pratiquent des activités artisanales qui contribuent à la création d'emplois donc au développement de l'économie de la région.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Les artisans inscrits sont répartis entre les trois domaines de l'Artisanat : Artisanat d'art, production et services

Figure3 : artisans inscrit par domaine au 31/03/2014



Elles sont fédérées au niveau national au sein de l'Assemblée permanente des chambres de métiers et de l'artisanat (APCM).

Dans chaque région, la chambre régionale de métiers et de l'artisanat (CRMA) assure la représentation de l'artisanat. Elle coordonne l'exercice des missions des CMA, assure la cohérence de leur action et est l'interlocutrice des institutions régionales dans le domaine de la formation professionnelle et du développement économique.

- **Exonération fiscale des artisans activant dans l'artisanat traditionnel⁵⁹**

L'activité d'artisanat bénéficie de plusieurs avantages fiscaux en matière d'impôt direct, elle bénéficie également d'un régime professionnel en matière de TVA puisque les produits artisanaux sont soumis au taux réduit de 7%

- ✓ **Exonération en matière d'IFU**

Les artisans traditionnels que ceux exerçant une activité d'artisanat ayant souscrit à un cahier de charges, relevant de l'IFU bénéficient d'une exonération permanente

⁵⁹ Guide fiscal de l'artisanat traditionnelle 2012

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

✓ **Exonération en terme IRG**

Conformément aux dispositions de l'article 13-2 du code des impôts direct et taxe assimilé les artisans traditionnel ainsi que ceux exerçant une activité d'artisanat d'art bénéficient d'une exonération totale d'impôt sur le revenu global pour une période de 10 ans

• **Avantages fiscaux accordés aux jeunes promoteurs d'une activité artisanale**

Les promoteurs d'une activité artisanale éligible à l'aide du **F.N.P.A.A.T** peuvent bénéficier des exonérations temporaires suivantes :

✓ **En matière d'enregistrement**

L'acte portant la création d'une entreprise artisanale est exonéré de tout droit d'enregistrement

✓ **En matière d'impôt direct**

Exonération totale d'IRG, IBS et de la TAP pendant 3ans à compter de la date de la mise en exploitation, si c'est activité sont exercés dans une zone à promouvoir la période d'exonération est porté a 6ans

Ces période sont projetée jusqu'a 2ans lorsque le promoteur s'engagent a recruter 3 employé

✓ Exonération de la taxe foncière sur les propriétés bâties pour une période de 3ans

✓ Toute fois lorsque l'activité est exercé dans une zone a promouvoir la durée est de 6ans, al'issu de cet période ces activités bénéficient d'un abattement sur IRG, IBS, TAP pendant les 3 premières années il est fixé comme suit :

✓ Un abattement de 70% pour la première année, un abattement de 50% pour la 2eme année, et un abattement de 25% pour la 3eme année

La chambre est chargé de

- De tenir et de gérer le registre de l'artisanat et des métiers ;
- De proposer aux autorités concernées un programme de développement des activités artisanales et des métiers de leur circonscription et d'en assurer sa mise en œuvre après approbation du ministre charge de l'artisanat ;
- De procéder à l'authentification des produits de l'artisanat traditionnel et de délivrer tout actes, certificats et visas relatifs à la qualité des services ;
- De soumettre aux pouvoirs publics en relation avec la Chambre nationale de l'artisanat et des métiers toutes recommandations, propositions et suggestions sur les

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

changements souhaitables en matière de législation et de réglementation artisanale et fiscale ;⁶⁰

La qualification permet aux non diplômés d’avoir un diplôme après avoir passer un examen de qualification devant une commission compétente.

Tableau8 : l’évolution du nombre des qualifications fournies

Nombre de calcifications délivre pars la CAM de Tizi-Ouzou		
Année	Nombre de commissions	Dossier accepté
2007	4	187
2008	11	578
2009	12	747
2010	22	1110
2011	24	1482
2012	25	2580
2013	25	2607
2014	9	772
total	132	10063

Source : CAMTO

Les chambres de métiers et de l’artisanat sont le lieu de passage obligé et le lieu ressources des chefs d’entreprises artisanales pour toutes les formalités intéressant la vie de leur entreprise.

⁶⁰<http://www.cam-tiziouzou.com/>

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

3.4 L'ANART 'AGENCE NATIONAL DE L'ARTISANAT TRADITIONNEL

Créée par décret exécutif N°92-12 du 09 juin 1992 modifié et complété par le décret exécutif N°04-313 du 22 septembre 2004 est un établissement public à caractère industriel et commercial.

Conformément aux missions et objectifs assignés, l'Agence est chargée de sauvegarder, de promouvoir, d'animer, d'orienter et de développer l'artisanat traditionnel et d'art à travers :

- L'apport de conseils et d'assistance aux artisans, coopératives et entreprises artisanales dans le domaine des approvisionnements, de la production et des techniques artisanales.
- La participation à l'écoulement de la production artisanale et à sa promotion tant au niveau national qu'international.
- La proposition et la mise en œuvre de toute mesure de nature à promouvoir et développer les activités de l'artisanat traditionnel et d'art d'une part et la promotion socioprofessionnelle des artisans d'autre part.
- L'écoute des artisans pour recenser les préoccupations, les contraintes et les difficultés du secteur de l'artisanat et les soumettre aux instances concernées.
- La promotion des activités artisanales par l'organisation de foires, salons, expositions et concours destinés à récompenser les meilleures œuvres et à développer l'esprit d'innovation.
- La contribution et l'élaboration d'une stratégie de commercialisation des produits d'artisanat en particulier par l'organisation des circuits de distribution et des compagnies promotionnelles pour la mise en valeur des produits .
- La prospection, l'assistance et l'organisation des opérations d'exportation.
- L'animation et le développement des échanges avec les institutions et organismes étrangers dans le cadre de la coopération internationale,
- la participation avec les institutions et organismes concernés à la détermination des besoins du secteur en matière de formation et veiller à la bonne conduite de la formation des maîtres artisans , artisans , cadres et autres catégories professionnelles spécifiques au secteur .
- La proposition et l'engagement de toutes actions de recherches, de reconstitution, de réhabilitation et de protection du patrimoine artisanal traditionnel.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

- L'organisation en relation avec les institutions du secteur (CNAM-CAM), le recensement des activités de l'artisanat traditionnel et d'art et des artisans à des fins d'analyses et d'études statistiques, économiques et sociales.
- La mise en place et la gestion d'une banque de données relative aux procédés et techniques modernes pouvant être employés dans l'artisanat traditionnel en vue d'assister et de conseiller les artisans sur tout ce qui se rapporte aux techniques artisanales.
- La participation et l'élaboration des mesures réglementaires régissant les activités artisanales traditionnelles et leur mise en œuvre.
- La proposition de mesures incitatives tendant à favoriser la contribution de l'artisanat traditionnel aux activités économiques du pays.
- La promotion de l'utilisation des matières premières locales en vue d'assurer une plus grande intégration de l'activité artisanale dans le de développement économique.

3.5 Le rôle des institutions régionales et locales :

Au niveau nationales pouvoirs publics sont censés d'assurer un cadre réglementaire efficace permettant la reconnaissance, les réglementations et la protection des activités artisanales

Au niveau local et régional, les pouvoirs publics ont aussi un rôle à jouer dans la conception et la protection de ces activités

En effet, ils doivent assurer la formation, la motivation et l'organisation des producteurs ainsi ils doivent transmettre les informations sur les normes, les procédures...

3.5.1 L'établissement de cahier des charges

Avant de voir le rôle des autorités locales dans la préparation et l'établissement du cahier des charges, nous allons d'abord le définir

Selon l'organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture(2009),le cahier des charges est : « un document qui décrit les attributs spécifiques du produit indication géographique en lien avec son origine géographique, a travers la description du produit et de son mode d'obtention, fournissant les exigences en termes de mode de production mais aussi de transformation ,conditionnement ,étiquetage, le cas échéant .toute personne utilisant l'indication géographique doit respecter les dispositions de ce cahier des charges .

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Le cahier des charges résulte du consensus obtenu par les acteurs de la filière concerner par l'indication géographique »

Le cahier de charge est donc un guide de production établi par tous les producteurs concernés et l'Etat ;il comporte les technique de production communes, que les producteurs doivent respecter, mais l'établissement de ce cahier nécessite des recherches pour mesurer la profondeur historique des activités artisanales, déterminer les caractéristique spécifique des activités artisanales, les ressources locales utilisées pour leurs production ce qui nécessite l'intervention des autorités locales, qui vont soutenir les producteurs dans la recherche ,la préparation et l'établissement de cahier des charge

Selon Scudeller –A(2009), les autorités locales vont essentiellement assurer les rôles suivants :⁶¹

- « L'individuation des caractéristiques typiques des produits ;
- La recherche des attestations historiques ;
- La définition des requis techniques et de la méthode de production ;
- La découverte des liaisons entre les caractéristiques géographiques et la qualité du produit ;
- La délimitation de la zone géographique et la préparation des cartes géographique ;
- La mise en place du cahier des charges, de la documentation, du document unique qui doit être envoyé à la commission »
-

3.5.2- la transmission et l'exploitation des normes administratives

Les autorités locales rendent les normes administratives compréhensives grâce à leurs contacts avec les administrations nationales et les producteurs, (SCUDELLER A, 2009).en outre elles encouragent les compagnes d'information nationales sur les singe de qualités et leur signification

3.5.3 -soutiens publics aux producteurs

Les producteurs d'une appellation,doivent accepter le contrôle des organismes pour assurer la conformité de leurs productions aux règles de cahier des charges

⁶¹ SCUDELLER A(2009), les produits sous indications géographiques. Avantages et inconvénients pour les producteurs ; le rôle des institutions régionales et locales, option Méditerranéennes :Série A .Séminaires Méditerranéens ,N89

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

« cette procédure de validation induit des coûts supplémentaires : frais d'adhésion au système de qualité, frais de visites d'inspection de l'organisme tiers ou coûts des analyses techniques et chimiques, de la certification »(SCUDELLER A,2009)

La commission européenne qui est engagée dans la politique de développement des produits d'appellation, autorise les administrations publiques d'aider les producteurs dans le paiement des coûts liés à la certification et au contrôle des productions de qualité ;

3.5.4 Activités de promotion et d'information

Les autorités locales peuvent faire connaître et accroître la réputation des activités artisanales, ainsi que leurs processus de production par des activités de promotion et de publicités telles que : les festivals

3.6 Exonération fiscale des artisans activant dans l'artisanat traditionnel⁶²

L'activité d'artisanat bénéficie de plusieurs avantages fiscaux en matière d'impôt direct, elle bénéficie également d'un régime préférentiel en matière de **TVA** puisque les produits artisanaux sont soumis au taux réduit de 7%.

3.6.1 Exonération en matière d'IFU

Les artisans traditionnels que ceux exerçant une activité d'artisanat ayant souscrit à un cahier de charges, relevant de l'IFU bénéficient d'une exonération permanente

3.6.2 Exonération en matière d'IRG

Conformément aux dispositions de l'article 13-2 du code des impôts directs et taxes assimilées les artisans traditionnels ainsi que ceux exerçant une activité d'artisanat d'art bénéficient d'une exonération totale d'impôt sur le revenu global pour une période de 10 ans.

3.7 Avantages fiscaux accordés aux jeunes promoteurs d'une activité artisanale

Les promoteurs d'une activité artisanale éligible à l'aide du **F.N.P.A.A.T** peuvent bénéficier des exonérations temporaires suivantes :

⁶² Guide fiscal de l'artisanat traditionnelle 2012

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

3.7.1 En matière d'enregistrement

L'acte portant la création d'une entreprise artisanale est exonéré de tout droit d'enregistrement

3.7.2 En matière d'impôt direct

Exonération totale d'IRG, IBS, et de la TAP pendant 3 ans à compter de la date de la mise en exploitation, si ces activités sont exercées dans une zone à promouvoir, la période d'exonération est portée à 6 ans

Ces périodes sont projetées jusqu'à 2 ans lorsque le promoteur s'engage à recruter 3 employés

Exonération de la taxe foncière sur les propriétés bâties pour une période de 3 ans

Toutefois lorsque l'activité est exercée dans une zone à promouvoir la durée est de 6 ans, à l'issue de cette période ces activités bénéficient d'un abattement sur IRG, IBS, TAP

Pendant les 3 premières années ils auront :

Un abattement de 70% pour la première année, un abattement de 50% pour la 2ème année, et un abattement de 25% pour la 3ème année

3.8 Les rôles de ces organismes l'ANART⁶³, la CAM⁶⁴ et la CNAM⁶⁵, sont:

- ✓ la protection du patrimoine artisanal traditionnel,
- ✓ de défendre les intérêts généraux des artisans;
- ✓ de promouvoir le développement des entreprises artisanales;
- ✓ d'accompagner l'artisan dans chaque étape de sa vie professionnelle : apprentissage, création d'entreprise, formation, développement économique, transmission d'entreprise.
- ✓ l'organisation de la concertation des artisans, comme il est précisé dans chaque texte portant création de l'institution que chaque organisme se chargera de la commercialisation et l'approvisionnement des artisans et entreprises artisanales sauf qu'on rattache à la CNAM un objectif différent à savoir le défi d'investir les marchés extérieurs,
- ✓ Ces organismes remplissent à la fois la fonction de partenaire entre artisans et autorités publiques, cette similarité des objectifs nous pousse à s'interroger sur l'intérêt de la diversité institutionnelle dans le secteur de l'artisanat traditionnel et sur la qualité du service public rendu par ces différents organismes.

⁶³ Créée par le décret exécutif n° 92-12 du 09 Janvier 1992.

⁶⁴ Créée par le décret exécutif n° 97-100 du 30 Mars 1997.

⁶⁵ Créée par le décret exécutif n° : 97-101 du 29 Mars 1997.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

✓ Destiné à redresser la gouvernance dans le secteur de l'artisanat qui peut être une initiative permettant l'efficacité,

La CAM assure :

✓ la gestion des cartes d'artisans, forme, organise des foires, assure des services de commercialisation et de conseils individuels,

✓ effectue des achats groupés de matières premières,

✓ dispose d'un fond de promotion rural et de conventions avec des organismes d'assurances

✓ et enfin organise les élections des représentants des artisans.

Section4 : démarche Nucléi comme perspective de valorisation

En Algérie, l'un des défis majeurs est aujourd'hui de mobiliser les populations et les instances locales pour les faire travailler ensemble⁶⁶. Les autorités algériennes, qui souhaitent relancer l'artisanat, s'orientent actuellement vers la création de **Nuclei d'entreprises**, regroupements d'entreprises qui se réunissent périodiquement autour d'un animateur afin d'identifier leurs problèmes communs et pour ensemble trouver des solutions. Nous analysons comment les Nuclei d'entreprises peuvent créer du capital social et redynamiser un territoire.

4.1 Nuclei et territorialisation du capital social

Les autorités algériennes qui souhaitent relancer l'artisanat, s'orientent actuellement vers la création de **Nuclei**. Les Chambres de l'Artisanat et des Métiers (CAM) ou les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) participantes au **programme Nuclei** ont signé préalablement une convention de partenariat proposée par GTZ-AAPOP (coopération algero-allemande)

Qu'est qu'un Nucleus ?⁶⁷

⁶⁶ DONSIMONI M, PERRET C. (2008) Capital social et développement territorial. Le cas de deux ensembles de Wilayat de Kabylie, colloque international, Développement local et gouvernance des territoires, Université de Jijel (Algérie), 3 au 5 novembre 2008.

⁶⁷PERRET C. (2010) Capital social et Nuclei d'entreprises en Algérie, *Monde en développement*, 2010/1 n° 149, 105

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

C'est un regroupement d'entreprises d'un même secteur économique qui se réunissent périodiquement autour d'un conseiller/animateur de **Nucleus** pour identifier leurs problèmes communs et pour ensemble trouver des solutions (achats groupés, marketing commun, échanges d'informations sur les clients, sur les techniques, etc.).

Le conseiller/animateur est le cœur du dispositif Nucleus. C'est l'AAPOP qui forme ce conseiller/animateur et l'accompagne dans ses activités au profit des membres du (ou des) Nucleus.

Tout Nucleus est donc adossé à une Chambre de l'Artisanat et des Métiers ou une Chambre de Commerce et d'Industrie. Depuis le démarrage de cette expérience en Algérie en juillet 2007 et avec l'appui de GTZ, plus d'un millier d'entrepreneurs se sont organisés en plus de **120 Nuclei** dans les **14 CAM** partenaires.

Deux catégories de Nuclei sont identifiées :

- ✓ les Nuclei verticaux (de secteur) et
- ✓ les Nuclei horizontaux (les participants sont du même secteur et offrent des produits et services identiques).

Il est considéré que toutes les fois que des entrepreneurs ou cadres d'entreprise ont quelque chose en commun il est possible de créer un Nucleus.

L'essentiel est que les individus concernés puissent s'apporter quelque chose. Selon le Directeur de la CAM de TIZI-OUZOU, le réseau Nucleus se constitue à partir de sept à huit entrepreneurs et artisans d'un même secteur ayant des préoccupations communes et proches géographiquement.

D'autres entrepreneurs peuvent ensuite y adhérer jusqu'à atteindre une vingtaine, nombre jugé maximum pour que le conseiller puisse organiser des réunions fructueuses.

Cette approche Nucleus développée dans le monde depuis 1991 vise d'une part à mobiliser les entreprises individuelles particulièrement les PME, d'autre part à initier des processus de développement structurel au sein des chambres et associations de commerce.

En 2006, la Wilaya de Bejaia gérait 9 **Nuclei** qui représentaient 123 entrepreneurs⁶⁸. Selon Loudiyi et Ali (2004), trois catégories d'acteurs simplifiés existent :

-La première (G) est une simple formation d'individus ayant une action collective intentionnelle ou non. Par exemple les habitants d'un village réunis au sein d'une association.

⁶⁸ <http://www.Nucleus-algerie.com>

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

-La deuxième (GP) est un groupe dit productif, un collectif d'acteurs ayant un but commun finalisés qui se dotent de règles communes. Par exemple les participants à un **Nucleus**.

- Le troisième (I) est représenté par les acteurs institutionnels. À ces trois types d'acteurs, les auteurs associent des qualités reconnaissables (la forme prédominante) de capital social.

Au groupe G, ils associent la recherche du « vivre ensemble (bonding) ; au groupe GP ils associent la recherche du « produire ensemble (linking) et aux acteurs institutionnels un rôle d'organisation et d'encadrement, « organiser ensemble » (bridging). Le passage d'un type d'acteur à un autre correspond à un changement de rôle et la présence d'un lien prédominant.

4.2. Des expériences de gestion collectives créatrices de capital social en Algérie

En s'organisant en Nucleus, les entrepreneurs deviennent un groupe productif et sont partie prenante d'un acteur institutionnel (la CAM). Ils acquièrent une légitimité différente du fait de l'élargissement de leurs liens avec des acteurs reconnus à une échelle supérieure (Ministère des PME et de l'Artisanat).

Les acteurs peuvent évidemment jouer plusieurs rôles dans la réalité. Le Nucleus est lui même générateur de capital social entre les PME du fait des échanges possibles entre tous les participants.

Un Nucleus horizontal constitue un réseau localisé, c'est un système de relations à partir d'une activité commune spécialisée sur un territoire (linking territorial).

La figure du linking correspond à un groupe productif (GP), les acteurs sont rassemblés dans un objectif de production. Plusieurs Nuclei pouvant dépendre de la même CAM et des mêmes animateurs, cela crée du capital social de type bonding.

Le programme Nucleus relie également des acteurs institutionnels de statuts différents (le Nucleus et la CAM par exemple) : il crée du capital social de type bridging. Il y a création de nouveaux réseaux d'acteurs.

Le Directeur de la CAM de Bejaia-Bouira rencontre ainsi ses 3 animateurs de Nuclei chaque semaine et participe aussi personnellement à des réunions de Nucleus.

La figure de type bridging articule des acteurs de plusieurs statuts et échelles différentes. Certains acteurs ont des statuts institutionnels à des niveaux d'organisation englobant (Ministère par exemple). Les objets spatiaux qu'il créent dont de deux types : de

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

nouvelles organisations d'acteurs (les Nuclei qui engendrent de la coopération) et de nouveaux aménagements (un pôle d'économie du patrimoine par exemple).

Il arrive également que les entrepreneurs des Nuclei rencontrent les pouvoirs publics (via la participation à des rencontres des responsables de l'Administration Centrale et des directions de wilaya), des institutions d'appui, des instituts de formation dans un objectif de développement de leur capital social

4.2.1 Résultat :

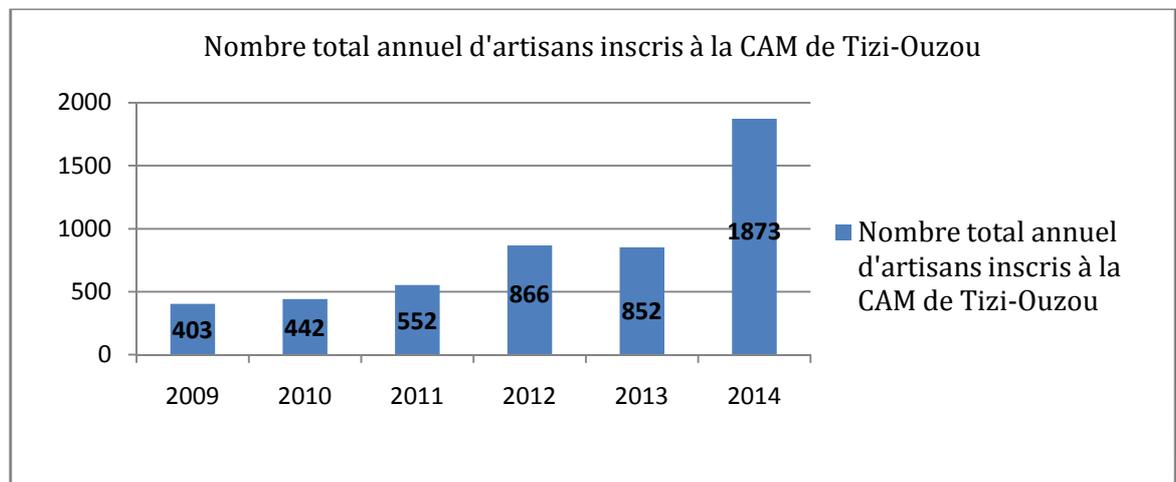
Cette approche du Nucleus a permis un apport en matière de gouvernance dans les filières artisanales du fait qu'on regroupe des artisans en offrant des services visant à les assister dans leurs activités par un animateur mais aussi de les encourager vers la coopération et à agir en système. Etant une partie intégrante chez les artisans dans les filières de l'artisanat traditionnel dans la wilaya de Tizi-Ouzou, les liens sociaux déjà existants entre les artisans ne seront que renforcés par la démarche Nucléi dans le cas de son élargissement à tous les métiers artisanaux.

4.3L'entrepreneuriat artisanal dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Pour caractériser la situation de l'entrepreneuriat artisanal dans la wilaya de Tizi-Ouzou nous allons étaler notre étude sur six ans (2009-2014) les résultats obtenus sont représentés dans la figure ci-dessous :

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Figure 4 : Nombre total d'artisans inscrits a la CAM de la wilaya de tizi ouzou



Source :CAMTO

On remarque une augmentation du nombre annuel d'artisans inscrits à la CAM de la wilaya de Tizi-Ouzou, il est passé de 403 inscrits en 2009 à 1873 en 2014, cela explique l'engagement entrepreneurial des artisans et une dynamique locale dans les trois domaines à savoir l'artisanat traditionnel et d'art, l'artisanat de production de biens et l'artisanat de production de services. L'artisanat constitue une richesse inestimable à rentabiliser pour le développement économique locale et une source de revenus pour de nombreuses familles.

Conclusion :

Le développement, la transformation et la valorisation des savoir-faire locaux sont déterminés par trois facteurs ancrés dans un territoire, il s'agit du développement des connaissances ayant trait aux savoir-faire, le milieu social et institutionnel dans lequel sont pratiqués et enfin, la demande des produits issus des savoir-faire⁶⁹.

Le territoire est pertinent comme niveau d'analyse de part les valeurs et l'identité spécifiques qu'il incarne, il permet le développement des connaissances qu'elles soient tacites ou codifiées et ce par le biais de l'apprentissage territorialisé qui peut être formel ou issu d'une tradition familiale et par les rapports sociaux ancrés dans un territoire, ces rapports permettent « *la diffusion des connaissances, l'expérimentation de nouveaux know-how et la création de nouvelles techniques* »⁷⁰

La connaissance et sa diffusion conditionnent la survie et la pérennité des savoir-faire locaux artisanaux. Pour se maintenir les savoir-faire artisanaux sont sensés s'adapter aux nouveaux modes de vie et comportements des consommateurs

⁶⁹SASSU A. (2001) Connaissances, progrès technique et développement économique.in SASSU A, *Savoir-faire et production locales dans les pays de la méditerranée*, Paris, ISPROM/PUBLISUD, 24-51.

⁷⁰ IDEM

Chapitre 2 : étude de cas au niveau local : exemple du tapis d'Ath Hichem et la démarche de sa labellisation

Introduction

Les démarches de protection des produits traditionnels en Méditerranée et dans le monde sont présentées comme un outil de développement agricole et local de premier ordre.

A force d'aides des organismes internationaux (Banque Mondiale, FAO...), mais surtout de la volonté politique des pouvoirs locaux, de nombreuses initiatives tentent partout de mettre place à des dynamiques pour protéger et valoriser des produits traditionnels, de terroir, avec IG... et d'entraîner un développement territorial et local, soutenu, intégré, et durable.

De nombreux travaux ont montré l'intérêt des signes de qualité sur les produits. Ils apportent de la valeur ajoutée aux produits, aux marques et aux territoires.

Certains signes de qualité constituent des instruments de politique de développement et d'occupation de l'espace rural (AOC/AOP, IGP), d'autres ont pour principal but d'informer le consommateur et de réduire les asymétries d'information (AB, Label Rouge).

Certains signes de qualité (ou de manière plus générale les labels) sont officiels et garantis par la force publique (AOC, IGP, Label rouge, AB), d'autres proviennent d'initiatives privées (individuelles ou collectives) et servent davantage d'outils marketing de différenciation

Pour augmenter la probabilité d'achat des produits par les consommateurs (marques collectives, marques propres...).

Si certains labels sont mis en avant à l'occasion de crises alimentaires (comme l'origine des produits) ou de l'actualité internationale (le commerce équitable), ils constituent des instruments de marché efficaces pour répondre au besoin d'information de plus en plus pressant du consommateur

Dans ce présent chapitre nous allons présenter les caractéristiques d'estampillage des tapis ainsi que les différents projets mis en place pour la labellisation du Tapis d'Ath Hichem et en fin les perspectives de valorisation

Section 1: Estampillage des Tapis traditionnels Algériens

1.1 Les Caractéristiques et Estampillage des Tapis Traditionnels Algériens

Les normes et les caractéristiques de la production du tapis et des différentes autres tapisseries traditionnelles sont dictées par l'importance économique et sociale que revêt l'artisanat au niveau de l'ensemble du territoire national.

Elles répondent aussi au respect de la garantie de la qualité du produit en unifiant et généralisant les normes propres aux diverses tapisseries et coups en les faisant connaître.

Les normes recueillies ont été imposées par les pratiques et les traditions répandues dans le milieu artisanal. Ces normes ont été approuvées et validées par la commission technique nationale « des productions du textile » N°35, et selon la décision du procès verbal de la réunion extraordinaire de l'an 2005 de l'institut algérien de normalisation, référence N°10870 NA, N° d'édition 1 de l'an 2005.

Ces normes déterminent les matières premières utilisées et classifient les marques de qualité attribuées au produit après l'opération d'estampillage réservée aux centres d'estampillage au niveau national qui prennent en considération tous les critères de qualité ainsi que la qualité des matières premières utilisées sans oublier le côté artistique, l'aspect naturel et les spécifications techniques du produit.

Le refus d'un produit lors de l'opération d'estampillage est, par conséquent, dû à la non-conformité aux normes exigées.

Des documents qui classifient les normes de la production du tapis et des tapisseries traditionnelles semblables, démontrent l'intérêt accordé aux activités originales dans notre pays.

Ces documents sont la principale référence à tous les concernés par la production du tapis traditionnel et son estampillage.

1.1.1 Les caractéristiques techniques d'estampillage :

- **Définition d'estampillage :**

Action d'estampiller, de marquer d'une empreinte, un meuble, un objet d'art, un produit industriel pour en attester l'authenticité; le résultat de cette action ⁷¹

⁷¹ Définition du dictionnaire Larousse

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Dans le processus d'estampillage on utilise différents outils tel que :

A. Matières premières :

- **La laine :**

La laine pure

- Soit lavée convenablement
- Traitée avec un traitement anti-insectes
- Traitée a la machine ou traditionnellement, avec un fil robuste
- A une couleur naturelle ou teintée
- Avec une tinte de bonne qualité, qui ne se détériore ni avec la lumière, ni avec le lavage, ni avec les frottements

- **Le Coton :**

Le Coton naturel qui ne contient pas de matières plastiques soit filé convenablement destiné à la production

1.1.1.11 Les caractéristiques techniques de la production :

Les opérations d'estampillage se font dans un centre où se fait le contrôle technique selon les caractéristiques et les normes exigées dont l'objectif est de fixer et déterminer les paramètres qui permettent de connaître les procédures techniques de la qualité et la solidité du tapis proposé à l'estampillage.

- **L'opération s'effectue comme suit :**

- Désignation de l'opérateur en présentant le N° d'artisan ou la carte du regroupement des produits textiles artisanaux
- Contrôle du poids et sa conformité à la catégorie
- Contrôle du coup et sa conformité à la catégorie
- Contrôle des mesures et leurs conformités aux dimensions connues
- Contrôle d'alignement de la bordure
- Contrôle dex..... Pour la pièce contenant ...y.....
- Contrôle de l'originalité des matières premières utilisées (la laine / le Coton)
- Contrôle du bon lavage de la laine et qui ne contient pas des graisses
- Contrôle du traitement de la laine avec un traitement anti-insectes

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

- Contrôle de la teinte, quelle soit de bonne qualité, qui ne se détériore ni avec la lumière, ni avec le lavage, ni avec les frottements
- Contrôle du découpage
- Contrôler si un tapis a été utilisé auparavant ou déchiré
- Contrôler si un tapis n'a pas été exposé auparavant à l'estampillage et refusé

***Remarque :**

Le tapis qui ne répond pas aux conditions et critères du niveau requis est refusé et pour qu'il ne soit plus réexposé à l'estampillage, il sera marqué secrètement afin qu'il soit reconnu comme étant un produit refusé auparavant.

Cette marque secrète est appliquée au crayon sec dans un des coins du tapis ou alors consiste à délier deux ou trois nœuds à l'extrémité du tapis sur les deux dernières lignes.

Evaluation :

Le tapis est évalué selon les normes citées plus haut et classé à un des six niveaux fixés selon les résultats obtenus de l'évaluation.

Estampillages

Le tapis est estampillé après avoir déterminé son niveau et cela en fixant (couture) la fiche d'estampillage adéquate sur l'angle droit du tapis à 05 cm de la bordure, avec un fil ciré. Sur le bout des deux fils est posé un plomb spécifique dans lequel les deux fils sont cordés puis pressés avec une pince spéciale portant l'inscription a désignant l'artisanat.

Enregistrement

Après en avoir fini avec les opérations de contrôle, d'évaluation, de classification et d'estampillage, vient l'opération d'enregistrement du produit et cela dans un registre propre à l'estampillage que tient le centre. Il est numéroté et visé par le président du tribunal, et porte les informations suivantes :

Date de l'estampillage, Nom et prénom de l'artisan ,N° de la carte professionnelle de l'artisan (carte d'artisan) ,Type de produit, Les matières premières utilisées, Longueur, Largeur, Surface ,Poids ,Coup, Niveau de qualité, N° d'estampillage, Nom et prénom du contrôleur, Observations

En plus du registre, il y a un tableau propre à la production mensuelle des tapis estampillés. Il contient les informations suivantes :

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Le mois, Nombre de pièces traitées, Nombre de pièces traitées dont l'estampillage est d'origine, Surface selon le coup et la catégorie, La Surface globale, La Surface transformée de : 20 x 20 à 16 x 16, L'évolution selon le niveau de qualité

1.1.1.2 Suivre de l'opération de l'évaluation de l'habilitation

En plus de ce qui précède, et dans le domaine de la formation et d'évaluation de l'habilitation, un registre est tenu, à cet effet, par le centre ; il contient les informations suivantes :

Date d'entrée, Nom et prénom de l'artisan, N° de la carte professionnelle de l'artisan (carte d'artisan) ,Techniques des objectifs de réhabilitation, N° et appellation du dessin utilisé, Date de sortie, Observations.

Ensuite, un tableau mensuel récapitulant des opérations de réhabilitation réalisées au profit des artisans ; il contient les informations suivantes :

Le mois, Nombre des artisans ayant bénéficié d'un suivi de réhabilitation, Les techniques ayant pour objet la réhabilitation, Type des dessins utilisés, Nombre de jours nécessaires pour une réhabilitation

- **Les outils utilisés en estampillage**

Carte d'estampillage catégories, Le registre destiné à l'enregistrement du produit, Le Tableau descriptif mensuel des évaluations, Le registre destiné à la formation, Le Tableau descriptif mensuel d'évaluation de l'opération de formation, Aiguille de grand format ,Pince spéciale pour estampillage portant l'inscription (A-A),Des Ciseaux ,Une balance ,Morceau de tissu très clair pour vérifier la résistance de la teinture, Un fil ciré pour coudre la fiche d'estampillage, Eau de javel pour détecter l'originalité de la laine

1.1.2 Délivrance du Label de Qualité, d'Authenticité et de l'Estampillage des produits de l'Artisanat et des Métiers

Décret exécutif n°97-390 du 17 Joumadathania 1418 correspondant au 19 octobre 1997fixant conditions, modalités et formes de délivrance du label de qualité, d'authenticité et del'estampillage des produits de l'artisanat traditionnel.

Il est entendu, au sens du pésent décret, par LABEL de qualité et d'authenticité désigné ci-après « label », la marque collective attestant qu'un produit de l'artisanat

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

traditionnel possède un ensemble distinct de caractéristiques spécifiques préalablement établies⁷²

Le label ne peut être délivré que pour les produits de l'artisanat traditionnel réalisés par les artisans, les coopératives et les entreprises artisanales. ces produits doivent :

- Etre de caractère traditionnel authentiquement algérien et inspiré de l'art local ;
- présenter un niveau de qualité par le choix de la matière d'œuvre employée et le soin d'exécution ;
- Avoir été exécutés manuellement ou accessoirement à l'aide de machines par des artisans ;⁷³

À quoi sert le label ?

Le label est le symbole du soutien institutionnel de l'État à un projet ou à une initiative. Il se matérialise par un logotype qui peut être apposé sur les supports de communication relatifs au projet ou à l'événement. Une charte d'utilisation lie le porteur du projet à l'État.

Les **tissages** algériens sont d'une diversité extrême et d'une richesse extraordinaire. **Tapis, carpettes** etcoussins sont tissés dans toutes les régions avec des motifs aussi variés que riches. Le motif berbère original fut enrichi par la flore de l'art musulman et oriental.

Des tapis à **points noués, épais** et aux grandes dimensions aux **humbles, couvertures** à décoration simple, en passant par les tapis à la décoration extrêmement riche des Aurès.

Les styles et les formes se sont affinés pour devenir l'expression authentique d'un art conjugué au quotidien qui porte les indices de témoignages ambiants significatifs. L'âme de tous les peuples présents et passés nourrit de ces notes colorées.

Les tissages ont su résister aux vicissitudes diverses grâce au génie des artisans qui ont su en préserver les bases particulières.

⁷² Art .2 du Décret exécutif n°97-390 du 17 Joumadathania 1418 correspondant au 19 octobre 1997fixant conditions, modalités et formes de délivrance du label de qualité, d'authenticité et de l'estampillage des produits de l'artisanat traditionnel

⁷³ Art 4 Décret exécutif n°97-390 du 17 Joumadathania 1418 correspondant au 19 octobre 1997fixant conditions, modalités et formes de délivrance du label de qualité, d'authenticité et de l'estampillage des produits de l'artisanat traditionnel

Section 2 : démarche et outils de labellisation du Tapis

2.1 Quelques définitions juridiques

2.1.1 Les notions de labellisation et de certification

Définies par le Code de la consommation répondent à la définition de « normes techniques », selon la terminologie ISO. Dans les deux cas, il s'agit d'une « spécification technique ou autre document accessible au public, établi avec la coopération et le consensus ou l'approbation générale de toutes les parties intéressées, fondé sur les résultats conjugués de la science, de la technologie et de l'expérience, visant à l'avantage optimal de la communauté dans son ensemble et approuvé par un organisme qualifié sur le plan national, régional ou international » (définition ISO).

2.1.2 Le concept d'agrément est quant à lui fréquemment utilisé par le législateur, il désigne un phénomène juridique particulier en lien avec la notion de délégation ou de transmission de pouvoir juridique. Les mécanismes d'agrément sont très nombreux mais ne sont pas toujours expressément désignés par ce terme

2.1.3 La certification est le fait pour une entreprise de se prévaloir d'un certificat de conformité. Un tel certificat, délivré par un organisme indépendant et compétent, donne la certitude que tel produit ou telle entreprise répond aux exigences d'un référentiel déterminé.

- **Ce qu'il faut entendre par certification** : c'est une activité par laquelle un organisme, distinct du fabricant, de l'importateur, du vendeur ou du prestataire, atteste, à la demande de celui-ci, qu'un produit ou un service est conforme à des caractéristiques décrites dans un référentiel. Le référentiel est un document technique définissant les caractéristiques que doit présenter un produit ou un service et les modalités du contrôle de la conformité du produit ou du service à ces caractéristiques. Peuvent seuls procéder à la certification de produits ou de services les organismes qui ont déposé auprès de l'autorité administrative une déclaration relative à leur activité et contenant notamment toutes informations nécessaires concernant les mesures destinés à garantir leur impartialité et leur compétence

2.1.4 L'agrément Dans un sens général, l'agrément peut se définir comme une « approbation ou autorisation à laquelle est soumis un projet (de contrat, de nomination, etc.) et qui suppose,

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

de la part de celui à qui on doit la demander, un pouvoir d'appréciation en général discrétionnaire (un pouvoir de la refuser à son gré) »⁷⁴.

La notion se précise lorsque l'on s'intéresse à l'agrément émanant de pouvoirs publics. La notion désigne alors un acte unilatéral ou conventionnel qui autorise la constitution d'un organisme ou, plus fréquemment, confère à des organismes déjà existants le bénéfice de certains avantages, facultés ou prérogatives.

Elle peut également désigner l'approbation d'autorités de tutelle administrative à laquelle la loi subordonne l'accomplissement ou le plein effet d'actes ou d'initiatives comme dans le cas de l'agrément d'une convention collective ou d'un stage de formation. Dans tous les cas, la notion d'agrément fait référence à l'idée d'une transmission de pouvoir juridique. En donnant son agrément, l'administration investit une personne ou un acte d'un pouvoir juridique nécessaire à l'accomplissement d'une fonction définie par la loi.

2.1.5 La labellisation (au sens du Code de la consommation) Le terme **label** est un anglicisme qui signifie « étiquette ». Il s'agit d'un signe distinctif collectif apposé sur un produit ou un service attestant d'un ensemble de qualités et de caractéristiques techniques. Ainsi, le label rouge est un certificat créé en 1960 qui apporte aux consommateurs la garantie d'une qualité supérieure des produits mis en vente. Suivant le Code de la consommation, il s'agit d'une procédure proche de la certification de produits agricoles. Le label atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé possède un ensemble distinct de qualités et de caractéristiques spécifiques préalablement fixées dans un cahier des charges et établissant un niveau de qualité supérieur. L'origine géographique ne peut figurer parmi les caractéristiques spécifiques que si elle est enregistrée comme indication géographique protégée.

Le produit doit se distinguer des produits similaires de l'espèce habituellement commercialisés notamment par ses conditions particulières de production ou de fabrication et, le cas échéant, par son origine géographique. Seuls des producteurs ou des transformateurs organisés en groupement, quelle qu'en soit la forme juridique, sont habilités à demander la délivrance d'un

Le Code de la consommation prévoit également que l'utilisation impropre de labels tombe sous le coup des pratiques commerciales trompeuses, Cette définition apparaît

⁷⁴ G CORNU, Vocabulaire juridique, PUF.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

cependant trop étroite et n'englobe pas les diverses utilisations du terme label en droit positif, notamment lorsque ce terme est utilisé dans le cadre de législation relative à l'orientation, la politique de l'emploi et la formation professionnelle.

2.1.6 La normalisation

Un des principaux objectifs de la normalisation est habituellement que tout le monde adhère aux mêmes normes, c'est-à-dire aux mêmes procédures ou spécifications de produits. Elle peut assouplir les procédures logistiques, faciliter le commerce, empêcher que les consommateurs ne soient trompés et améliorer la qualité. On voit aisément comment la normalisation facilite le commerce et les autres procédures logistiques, ne serait-ce qu'en constatant les complications que des systèmes différents de mesure du poids peuvent causer. Cependant, l'amélioration de la qualité ne résulte pas automatiquement de la normalisation. Cela n'est le cas que lorsque la norme préconisée est une norme «supérieure», c'est-à-dire que les exigences constituent une amélioration par rapport à la pratique courante.

2.1.6.1 les normes

Les normes sont définies par l'ISO comme des accords documentés contenant des spécifications techniques ou d'autres critères précis à utiliser de manière cohérente comme règles, directives ou définitions, afin d'assurer que les matériaux, produits, processus et services sont adaptés à leur objet

Avec cette définition il apparaît clairement que les normes ne sont pas seulement utilisées pour la normalisation, mais également comme «directives», c'est-à-dire pour le renforcement institutionnel.

Les normes de produits sont les spécifications et critères se rapportant aux caractéristiques des produits. *Les normes de processus* sont les critères concernant la façon dont les produits sont faits. Les normes sociales et environnementales dans l'agriculture sont essentiellement des normes de processus. Ces critères de processus peuvent avoir une influence ou non sur les caractéristiques des produits finis.

Les normes de processus peuvent encore se décomposer en *normes de système de gestion* et *normes de performance*. Les normes de système de gestion posent des critères pour les procédures de gestion, par exemple pour la documentation ou pour les procédures de suivi et d'évaluation.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

L'adoption de normes internationales s'est révélée très difficile en raison de la diversité des circonstances qui existent à travers le monde. Cela est particulièrement vrai pour les pratiques agricoles, qui doivent répondre à des différences de climats, de sols et d'écosystèmes, et font partie intégrante de la diversité culturelle. En réponse à cette diversité, les normes environnementales et sociales internationales sont souvent des standards normatifs, à savoir des normes ou directives génériques à utiliser comme un cadre par les organes locaux d'élaboration de normes ou de certification afin de formuler des normes plus spécifiques.

2.1.7 Certification

La *certification* est une procédure par laquelle une tierce partie donne l'assurance écrite qu'un produit, processus ou service est en conformité avec certaines normes. La certification peut être vue comme une forme de communication le long de la filière d'approvisionnement. Le *certificat* montre à l'acheteur que le fournisseur obéit à certaines normes, ce qui peut s'avérer plus convaincant que si le fournisseur lui-même en avait donné l'assurance.

L'organisme accomplissant la certification est appelé *organisme de certification* ou certificateur. L'organisme de certification peut effectuer l'inspection effective, ou donner l'inspection en sous-traitance à un inspecteur ou à un organe d'inspection. La décision de certification, à savoir la délivrance de l'assurance écrite ou «certificat», se fonde sur le rapport d'inspection, éventuellement complété par d'autres sources d'information.

La certification est toujours effectuée par une *tierce partie*. La vérification est faite et l'assurance est fournie par une partie qui n'a pas d'intérêt direct dans la relation économique entre le fournisseur et l'acheteur. Un contrôle interne est une vérification par première partie. Lorsqu'un acheteur vérifie si le fournisseur adhère à une norme, il s'agit d'une vérification par seconde partie.

2.1.8 Labels

Un label de certification est un label ou un symbole indiquant que la conformité aux normes a été vérifiée. L'utilisation du label est habituellement contrôlée par l'organe

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

d'élaboration de normes. Le label peut appartenir aux organismes de certification lorsque ceux-ci certifient par rapport à leurs propres normes spécifiques.

Alors que le certificat est une forme de communication entre vendeur et acheteur, le label est une forme de communication avec le consommateur final. Pour que cette communication soit réelle, le label doit avoir une signification.

2.2 ASPECTS ÉCONOMIQUES DE LA LABELLISATION

La labellisation offre l'opportunité de créer des marchés de niche dans lesquels des prix plus élevés peuvent être demandés.

La théorie économique inhérente à la labellisation des produits peut remonter aux travaux de Stigler sur les aspects économiques de l'information. Dans les travaux de Stigler, l'information est décrite comme une ressource précieuse, en particulier l'information sur les prix.

La détermination des prix exigés par chaque vendeur pour un produit est une tâche qui demande beaucoup de temps. Nelson soutient que le problème de la détermination des niveaux de qualité est même plus important que celui de la détermination des niveaux de prix. De plus, la qualité étant visible au moment de l'achat, les vendeurs sont non seulement incités à promettre des produits de qualité supérieure mais aussi à commercialiser des produits de qualité médiocre, comme le fait remarquer Akerlo. Ainsi, sur certains marchés, le consommateur est confronté à une plus grande incertitude en ce qui concerne la qualité qu'en ce qui concerne les prix

Les économistes font la distinction entre les attributs de recherche, d'expérience et de croyance des produits. Les attributs de recherche sont les caractéristiques que les consommateurs peuvent vérifier avant d'acheter le produit, tels que le prix, la taille et la couleur. Les attributs d'expérience sont ceux qui peuvent être évalués après l'achat du produit, comme le goût. Les attributs de produit que les consommateurs ne peuvent évaluer, même par l'utilisation, sont appelés attributs de croyance.

L'impact environnemental des méthodes de production et des conditions de travail le long de la filière d'approvisionnement sont des attributs de croyance.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Les fournisseurs peuvent vanter les attributs d'expérience et de croyance de leurs produits sous forme de publicité, mais les fournisseurs ne feront de publicité que tant qu'ils la considéreront comme un moyen d'accroître leur part de marché, et ne révéleront que les informations qui sont à leur avantage.

Aldrich soutient que cela aboutit à des revendications explicites sur tous les avantages de la marchandise et rend les consommateurs suspicieux à l'égard des marchandises sans revendication.

La labellisation basée sur une vérification par tierce partie peut transformer les attributs de croyance en attributs de recherche, donc en attributs pouvant être vérifiés par les consommateurs au moment de l'achat.

2.3 Lancement d'une Etude pour l'Elaboration d'un label des Produits Algériens

Une étude pour l'élaboration d'un label destiné aux produits algériens a été initiée par le Forum des chefs d'entreprises (FCE), visant la promotion de la production nationale.

Pour le président du FCE, "Un label pour identifier le produit national est un moyen pour informer le consommateur algérien dans un contexte de l'insertion de l'économie nationale dans le marché mondial"⁷⁵, Soulignant qu'elle prolonge la campagne "Consommer algérien" lancée récemment par les pouvoirs publics, il a considéré que cette initiative faisait partie de la vocation du FCE visant la promotion de la production nationale et "la défense des intérêts de l'entreprise algérienne".

Pour le président, ce label devient une nécessité dans la mesure où la production nationale se diversifie réellement tout en faisant face à la concurrence étrangère, ce qui rend difficile, parfois, pour le consommateur algérien de l'identifier avec précision.

Réalisée par un bureau d'étude algérien auprès de 1.200 entreprises, l'étude devrait être achevée d'ici à fin de l'année 2015 pour aboutir à la réalisation d'un cahier des charges qui expliquera les conditions de l'obtention de ce label, Outre la promotion du produit national, l'objectif de cette initiative est de "développer le réflexe de consommer algérien" qui contribuera à la relance de l'industrie algérienne

⁷⁵ Ali haddad président du FCE l'or de la cérémonie de lancement de l'étude pour la création d'un label "Origine Algérie Garantie (OAG)".

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Avançant que ce label concernera aussi bien les produits de large consommation que les services et prestations des bureaux d'études algériens, que cela reposera sur trois principes: la qualité, le prix et la disponibilité du produit.

Présent à cette cérémonie pour présenter l'expérience de son pays en la matière, un expert français, Yves Jégo, a indiqué qu'un label pour la production nationale en France, ayant touché 1.500 gammes de produits et plus de 400 producteurs, avait permis d'augmenter, au bout de 5 ans, 10 à 15% de la production française.

Cette étude a mené vers une convention signée entre le FCE et l'opérateur de la téléphonie mobile Mobilis dans le cadre du financement du projet de labellisation

L'initiative du Forum des chefs d'entreprises, porte sur la réalisation d'un label algérien, qui s'inscrit en droite ligne avec le plan d'action validé, par les membres des instances du FCE et dont l'objectif premier consiste à contribuer à l'effort de redynamisation de l'économie nationale. Une vision qui s'articule, en fait, autour de la stratégie de relance de l'industrie nationale dont la part dans le PIB n'excède pas les 5% actuellement, alors qu'elle était de 15% dans les années quatre-vingt.

Le lancement officiel de l'étude préalable à la production du label devant indiquer l'origine du produit algérien

L'étude portant réalisation du label «Origine Algérie Garantie», confiée à un bureau de jeunes consultants algériens, est à sa phase de lancement et que les conclusions seront présentées à la fin de l'année. Quant aux critères qui préleveront en matière de taux d'intégralité, entre autres, la notion de produit algérien sera définie sur la base de paramètres qui seront définis dans le cahier des charges qui sera conçu par cette expertise. Néanmoins, «le FCE estime que tout ce qui est produit en Algérie est considéré algérien, dans la mesure où il contribue à la création de valeur ajoutée, d'emplois et de richesse et aux recettes de l'État.

Aussi, «toutes les parties prenantes sont impliquées dans cette démarche», notamment l'administration, les ministères, les organismes publics et les entrepreneurs, le label n'est pas confiné dans un secteur donné, mais pourra s'étendre à d'autres domaines, notamment les services.

M. Yves JEGO qui a mis en évidence les contraintes de la mondialisation, a admis que la démarche comporte «un aspect patriotique», et que le label agit sur le consommateur en tant qu'acteur principal dans l'économie. On pourra citer à titre d'exemple ;

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

- **Le comité national de labellisation des produits du terroir**

Un comité national de labellisation des produits agricoles du terroir a été mis en place, dans le but d'accompagner les agriculteurs dans ce processus qui permet de garantir l'origine ou la qualité de leurs produits.

Ce comité est un nouvel outil "qui vient renforcer les autres instruments d'organisation de la production et de l'amélioration de la qualité des produits"

Le rôle de ce comité, est de travailler avec les associations des producteurs et des éleveurs pour pouvoir marquer, par des signes distinctifs de la qualité, l'origine des produits agricoles du terroir.

A ce propos, si ces produits sont connus, ils sont difficilement reconnaissables dans leurs signes par le consommateur.

« Le comité, avec les professionnels, doit mettre en place des dispositions en vue de qualifier plusieurs produits »⁷⁶

« Quant à l'objectif de cet instrument, il s'agit d'organiser la production nationale, de donner des signes distinctifs aux consommateurs, mais aussi de dégager des possibilités de valorisation de ces produits au niveau de l'exportation afin de diversifier l'économie nationale et créer de l'emploi, »⁷⁷

Le ministre a appelé les représentants des différentes administrations membres du comité de faciliter le travail aux producteurs et "minimiser les procédures bureaucratiques.

L'installation de ce comité vient en application des dispositions législatives et réglementaires prévues par la loi d'orientation agricole du 3 août 2008 qui définit l'architecture générale du système de reconnaissance de la qualité des produits agricoles par des signes liés à l'origine, par des labels agricoles ainsi que des produits d'agriculture biologique.

« Pour la valorisation et la promotion des produits agricoles et des produits d'origine agricole, il est institué un système de qualité qui permet :

- ✓ de les distinguer par leurs qualités ;
- ✓ d'attester des conditions particulières de leur production et/ou de leur fabrication et ce, notamment en matière d'agriculture biologique ;

⁷⁶, a indiqué le ministre de l'Agriculture, du développement rural et de la pêche, Sid-Ahmed Ferroukhi, lors de l'installation de cette nouvelle structure.

⁷⁷idem

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

- ✓ de définir des mécanismes de traçabilité prouvant et garantissant leur origine ou terroir
- ✓ d'attester que leur production et/ou leur fabrication a été opérée selon les savoir-faire et les modes de production qui leur sont associés. »⁷⁸

En outre, un décret exécutif a été publié le 7 juillet 2013 portant sur le système de qualité des produits agricoles ou d'origine agricole "labellisation" qui a fixé les objectifs et les règles d'organisation générale pour la valorisation des produits agricoles, notamment du terroir.

Ce comité est composé de représentants des administrations publiques concernées (Industrie, Agriculture, Ressources en eau, Commerce...), des agriculteurs, des artisans, des institutions techniques, la société civile et les consommateurs.

Cet instrument "aura pour rôle essentiel d'examiner les demandes de reconnaissance et de labellisation, de donner une indication géographique, une appellation d'origine. Il aura aussi à promouvoir le système de labellisation et assurer sa durabilité",⁷⁹

L'Algérie compte une centaine de produits de terroirs recensés qui sont connus, mais aucun de ces produits ne permet à l'économie de tirer une plus-value aussi bien sur le marché local qu'international

Actuellement, trois produits agricoles-pilotes de terroir ont été choisis par le secteur de l'agriculture, dans le cadre des projets de jumelage entre l'Algérie et l'Union européenne lancés en octobre 2014.

Il s'agit :

La date de DegletNour de Tolga (Biskra),

De l'olive de table de Sig (Mascara)

De la figue sèche de Beni Maouche (Bejaia).

Financés par l'UE à hauteur de six (6) millions d'euros, ces projets devraient aboutir à la finalisation du dispositif institutionnel et réglementaire, au démarrage opérationnel des institutions centrales chargées de la reconnaissance des produits par les signes distinctifs liés à l'origine, au renforcement des capacités des acteurs concernés et à la reconnaissance de trois produits pilotes par les signes distinctifs liés à l'origine.

⁷⁸ Loi n° 08-16 du AouelCha,bane 1429 correspondant au 3 aout 2008 portant orientation agricole.

⁷⁹ a expliqué le président du comité, Hamid Hamdani.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Cette initiative fait partie du programme d'appui à la mise en œuvre de l'Accord d'association, signé entre l'Algérie et l'UE en 2005, qui prévoit l'instauration d'une zone de libre-échange en 2020.

Des experts européens se sont déplacés dans les différentes régions concernées pour former les techniciens et les professionnels à s'organiser autour de ces produits pilotes.

"D'ici fin 2015, nous aurons des équipes bien formées qui seront en mesure d'appliquer le système de labellisation et de former à leur tour ceux qui prendront la relève".

Section 2 : l'économie locale et savoir faire locale

La famille constitue, dans le cas de la Kabylie précoloniale, la structure économique de base qui, par ses caractéristiques, forme un type particulier d'entreprise économique familiale⁸⁰

Selon ZORELI, la société kabyle précoloniale s'est retrouvée dans l'obligation de réaliser par elle-même l'essentiel de ses besoins, à cause des circonstances géopolitiques et économiques particulières ;c'est pourquoi la cellule économique de base s'est organisée d'une manière à ce qu'elle puisse répondre à ses besoins d'une façon autonome .

Et ce fait, il existe plusieurs activités à savoir : agricoles, artisanales, d'échanges, etc. Dans la montagne de Kabylie, il ya une grande diversification d'activités agricoles.

Pour ZORELI, « *l'arboriculture occupe la première position, notamment l'olivier et le figuier, favorisé par l'adaptation de la culture aux qualités de la terre. En deuxième position vient la céréaliculture pour le niveau de consommation des produits qui y dérivent et des possibilités de stockage des produits. En troisième position, il ya la culture maraichère pour l'utilité des produits. Enfin, en dernière position, il ya l'activité d'élevage, qui est pratiquée en vue de satisfaire le juste minimum des besoins domestiques* »

L'artisanat demeure un acteur prépondérant dans la vie économique du pays, avec une valeur ajoutée de 74 millions de dinars en 2014. C'est un secteur qui emploie 690.603 personnes, soit 5,4% de la population active, dans quelque 59 entreprises et 278 coopératives artisanales.

⁸⁰ ZORELI M A, « l'historique construit au niveau local et dynamique de développement :cas de Kabylie »,éditions le SAVOIR, Tizi-Ouzou,2006 ,P30

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

2.1 Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou

La wilaya de TiziOuzou est situé dans la région de Kabylie au Nord de l'Algérie, elle est délimité au nord : par la Méditerranée, à l'est, par la wilaya de Bejaia ,à l'ouest par la wilaya de Boumerdes au sud par l wilaya de Bouira la wilaya se caractérise par son relief montagneux riche en potentialité a exploités

Elle est divisée administrativement en 67 communes et 21 Daïras, de ce fait, elle contient le plus grands nombre de commune en Algérie⁸¹

L'activité agricole risque de disparaître du fait que les ressource minérale et énergétiques sont inexistantes. la surface agricole utile dans la wilaya est de 98842HA, la surface agricole utile dont irriguée représente 6729HA⁸²

De par la variété de ses richesse naturelle, la wilaya est considéré comme une des régions les plus touristiques du pays .elle renferme un potentiel naturel alternant entre tourisme Culturel, balnéaire (région côtière) et climatique (région de montagne) auquel il faut ajouter une richesse artisanale. la wilaya dispose d'un riche patrimoine archéologique dont une grande partie se trouve dans la zone côtière de Tizirt et Azzefoune

La wilaya de TiziOuzou détiens aussi divers potentialité tel que :

- **La potentialité touristique :**

Le massif montagneux de Djurdjura dont les sites de Tala guilef, lallaKhadîdja ,le lac d'Agoulmime ,le gouffre du Boussouil, la grotte du Macchabée le pic d'azrou N'Thor

- **La foret :**

Celle de yakourenne, de béni ghobri, de Mizrana

- **Les plages :**

Tizirt, Azzefoune,

- **La faune :**

la faune giboyeuse (sanglier, lièvres, perdrix, étourneaux, grives,...)

le singe magot (*Macacus sylvana*) ou singe commun d'Afrique du Nord

- **sites archéologique**

ruine romaine de Tizirt , d'Azzefoune, le mausolée de Taksebt, les allés couvertes d'ATH R'Ahouna

- **Monument historique :**

⁸¹ Annuaire statistique 2014

⁸² Document non référencié

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Village d'ait el kaid, station d'eau de Boghni, résidence d'aitkaci, zaouia sidi ali moussa, la maison du martyr Aban remdan, thakhelwith de lala fatma nsoumer, zaouia de sidi abderahmane el illouli⁸³

2.2 Présentation de la commune d'Ath Yahia :

La commune d'Ath Yahia est créée par la Loi 34/09 du 04/02/1994 relative à l'organisation territoriale du pays, d'une superficie de 5244 Hectar, pour une population de 16086 Habitants au 25/06/1998, son territoire communal se compose d'une série de crêtes d'une zone de vallées, vers l'ouest Boubhir, l'altitude moyenne est de 850M avec des points cote allant jusqu'à 1100M, son climat est méditerranéen avec un hiver froid et des étés secs et chaud.

2.2.1 Historique du village

Le village d'Ait Hichem est perché sur une Crête, à près de 120M d'altitude et a trois kilomètres de Ain El hammam c'est le plus élevé de la commune d'Ait Yahia, dont il fait partie.

Sillonné par deux routes nationales menant vers Mekla et Azzazga, deux communes limitrophes.

Selon CHANTREAUX, institutrice à Ait Hichem entre 1937 et 1939 (ETHNOLOGUE), il y a plus de 50ans (1892), les Ait Hichem vivaient surtout de l'argent qu'envoyais de France ceux qui s'y expatriaient et de l'appui appréciable d'un artisanat féminin local (**le tissage**) nouvellement revivifié

Le passé d'Ath Hichem se confond toujours avec celui de sa tribu, hors les Ait Yahia sont bien connus pour avoir joué un certain rôle dans l'histoire de la Kabylie, et même de la régence d'Alger, au XVIe XVIIe siècle, le village était en effet de la mouvance de ces « Roysdecuco » (royaume de koukou), ait hichem est formé de trois quartier (IDERMA), Ath mahdi, Atwesbaa et AtMendil, ils étaient le lieu de rencontre des citoyens des villages voisins, il est le centre stratégique et économique de la commune.

Les Ait Hichem exerçaient des métiers d'artisanat local et notamment le tissage du tapis, c'est une activité réservée aux femmes dans tous les domiciles avant d'être introduit dans

⁸³ Guide distribué par la direction du tourisme et de l'artisanat l'or de la journée internationale du tourisme à la maison de la culture Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

l'école de tissage en 1892. cet art ancestral, a sans cesse enrichi le village tant sur le plan économique et culturel.

1.2.2 Histoire du tissage :

Le tissage est élevé du rang de l'artisanat à celui de l'art grâce aux mains généreuses et savantes des femmes d'Ait Hichem

Il est vrai que cette activité est connue de toute l'humanité à travers les âges

Tous les peuples, avant l'industrialisation, ont tissé eux même leurs habits

En Algérie, et particulièrement en Kabylie, chaque maison avait son « azzeta », trônant au coin le plus éclairé de la maison « tasga », mais il ne reste, sa et la, que des réalisations artisanales, identifiables à telle ou telle région

Car les anciens métiers à tisser sont rangés, ne produisant plus les couvertures et autres burnous, heureusement, le ciel artisanal est illuminé par le travail des tisseuses d'aithichem, de Ghardaia ; et cela donne de belle maison, ayant leur ancrage dans l'histoire de ces femmes, leur mode de vie et leur culture

Cette pérennité est assurée grâce à la transmission de génération en génération et, pour le cas d'Ait Hichem, grâce à la formation et l'apprentissage

En l'effet, d'apprentissage, créée en 1892, a permis la codification de ce métier (ses motifs et ses techniques) facilitant ainsi son apprentissage, elle a permis de mettre en valeur la symbolique des tapis d'Ait Hichem, les filles d'Ait Hichem ont initiées au tissage dès leur jeune âge. elles apprennent les rudiments de cette activité

Grace au tissage beaucoup de famille ont trouvé un moyen de vivre dignement, au moment où le travail de la terre ne suffisait plus et que l'immigration ne faisait que prendre les hommes

Beaucoup d'actuels pères ou grand père ont été élevé grâce au fils de laine tissés par leur mère. En plus d'être un moyen de subsistance, le tapis est aussi un moyen d'expression, les dessins et les motifs sur les tapis expriment leurs humeur, leurs peine, leurs espoir, c'est de cela que le tapis d'ait Hichem tire sa particularité, il est reconnaissable parmi d'autre tapis nationaux et étrangers, mais il est possible de trouver un substrat commun à tout l'artisanat maghrébin

Les fêtes, les festivals, les salons, les conférences et autre symposiums, ont montré l'homogénéité de l'art du tissage maghrébin, à travers les motifs et les méthodes de tissage

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Le festival a permis de voir et de tâter ce que les mains targui, mozabites, Bordji ou soufi ont réalisé et d'y percevoir les différences

Le festival est aussi le rendez-vous de tout l'artisanat, au grand bonheur des citoyens qui affluent sur les sites des expositions

Le festival du tapis d'Ait Hichem est surtout le moment solennel de l'hommage aux tisseuses, mortes ou vivante qui ont pérennisé l'art du tissage et lui donnent encore ses lettres de noblesse.

Le tissage d'Ait Hichem se distingue par ces différents types tels que, *akhellal, aadhil, aaban, takdhifh, abarnous*, voir tableau en annexe avec ses tapis ,la localités d'Ait Hichem a le privilège d'abriter depuis 1989, plusieurs éditions de la traditionnelle fête et festival du tapis, occasion pour le public de découvrir le produit de la région qui mérite d'avoir une place dans le patrimoine national

1.2.3Ecole du Tissage AIT HICHEM :

L'école d'Ait Hichem est la plus ancienne école de filles dans toute la Kabylie, construite en 1892. A l'époque coloniale, c'était une vieille battisse située à l'entrée du village. Cette école témoigne de plus d'un siècle d'histoire et on y enseigne à ce jour les secrets du tissage. d'après madame Germaine Laoust-Chantréaux : « Les Ait Hichem vivaient de l'appui appréciable d'un artisanat féminin local(tissage)nouvellement revivifié ».

Elle a été construite sur la terre du bachagha qui fit admettre ses filles et sa belle fille Abdeslam Melater qui deviendra par la suite la première institutrice de cette école, elle apporta de nouvelles méthodes et techniques pour la confection des tapis dont l'utilisation du papier millimètre

Elle confectionnait les motifs repris sur un ancien type local de gilet que les femmes portaient à l'occasion de fêtes de mariage, elle enseigna a ces élèves une nouvelle forme de tissage et ensemble elles ont développés et enrichit ce vêtement et prendre forme d'un tapis typique à la région dessins et les motifs qui agrémentent le tapis portent tous un nom d'inspiration diverses, par exemple :boumeya,bourbaa,tuccar.....

L'école du tissage a connu une période d'attente pendant la guerre de révolution 1954-1962, elle était un camp militaire, c'est en 1963 que l'école de tissage a été ré ouvert et dirigée par madame Ait IssadGuenima

Actuellement l'enseignement du tissage est confié au CFPA de Boukhalfa

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

De cette école sont sorties plusieurs générations de tisseuses qui ont perpétué cet art. Elles ont participé à plusieurs expositions et manifestations économiques, certaines d'entre elles ont été reconnues et primées

Dans les années soixante-dix, le tapis d'Ait Hichem fut un véritable attrait touristique

Section 3 : Appui de l'autorité publique pour la Labellisation du Tapis d'Ait Hichem :

3.1 Mise en place d'un musée

Le projet d'un musée du Tapis a Ait Hichem est la vocation de la direction de la culture pour promouvoir et assurer le développement de la région et préserver ce savoir faire ancestrale transmis de génération en génération

- **Définition du musée** ⁸⁴:

Est considéré musée, toute institution permanente disposant de collections et /ou d'objet constitutifs de collection dont la conservation et la présentation revêtent un intérêt public et qui sont organisé et présenté en vue de la connaissance, de l'éducation, de la culture, et du divertissement

Ils sont chargés de plusieurs missions⁸⁵ :

- ✓ Conserver, restaurer, étudier, acquérir et enrichir les collections et/ou d'objets constitutifs de collections
- ✓ Créer des espaces d'information et de communication, des ateliers pédagogiques et des espaces de rencontre
- ✓ Organiser et participer à des séminaires et stage de formation et de perfectionnement
- ✓ Entretenir des relations d'échange et de coopération avec les institutions similaires

Le musée du Tapis d'Ait Hichem aura le caractère d'un Musée Public National qui sera orné d'un LABEL « musée d'Algérie » en reconnaissance de la qualité des collections, de leur originalité, et du degré de satisfaction aux missions de service et d'utilité publics.

L'accès à ce label doit satisfaire à des indicateurs d'efficacité et de performance, notamment en matière de politique de conservation de la qualité d'accueil du public et du dynamisme de la gestion du musée

⁸⁴ Art 2 du decretexecutif n°116352 du 7dhou el kaada 1432 correspondnat au 5octobre 2011 fixant le statut-type des musées et des centre d'interprétation à caractère muséal

⁸⁵ Art 3 IDEM

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

- **Définition du Musée public National ⁸⁶:**

Le musée public national est un établissement public à caractère administratif, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière

✓ Musée national du Tapis :

On se base sur les informations récoltés sur l'enquête de terrain un musée du tapis en 2016 selon la directrice par intérim de la culture de la wilaya de Tizi-Ouzou Mlle Goumeziane, un musée du tapis sera érigée en 2016 sur les lieux mêmes de l'actuelle maison du Tapis à Ait Hichem un musée qui sera cette vitrine de l'histoire de ce remarquable produit qu'est le Tapis de Ait-Hichem. Un Tapis exclusivement mural. En effet selon le commissaire du Festival du tapis d'Ath Hichem, Amokrane OuldBélaïd le tapis est accroché pour décorer une pièce ou une grande salle voire même des halls et des entrées d'institutions mais jamais sur le sol. « Il est si noble qu'il ne se piétine pas »

3.2 Festival du tapis d'Ath Hichem :

3.2.1 Définition de la fête :

« La fête est l'ensemble de manifestation et e réjouissances sociales qui sont souvent fondées sur des événements historique ou mythique réinsérer dans le présent par une communauté qui réaffirmé grâce à des symboles et allégories son identité culturelle, religieuse ou politique .si quelques-unes marquent la survivance des traditions, d'autres ont été greffées sur un substrat ancien et certaines en milieu urbain »⁸⁷

3.2.2 Définition du festival :

« Un festival est un moyen de sauvegarde, de promotion et de diffusion de la culture traditionnelle, en particulier à travers les genres d'expression tels que la musique, la danse, les rites, les coutumes, le savoir –faire des artisans et d'autre arts, pour contribuer de manière significative à la préservation et à la valorisation de l'identité et de la diversité culturelle, un festival doit être réalisé dans un contexte culturel approprié »⁸⁸

⁸⁶ Art 7 idem

⁸⁷ EMMANUEL Nathalie : »le festival et le droit «, Thèse Doctorat Université de Grenoble,2011 »

⁸⁸ Guide pour les festivals Internationaux CIOFF, Rédigé et publié en 2005 par la commission des festivals.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Depuis 2009, le ministère de la Culture a décidé de doter la fête du tapis d'Ait Hichem du statut de festival dénommée "Festival culturel local du tapis berbère d'Ait Hichem". En juin 2010, ce statut a été officialisé pour une meilleure prise en charge avec des moyens conséquents, considérant l'initiative comme un "renouveau qui devrait donner de l'élan au métier de l'artisan.

La délocalisation du festival du village d'Ait Hicham vers le chef lieu de Tizi-Ouzou à fin de booster l'économie et le tourisme dans la commune, le festival culturel local du tapis d'Ait Hichem sera doté d'un cachet national à partir de l'année prochaine dans la perspective d'une participation plus large représentative de tout le pays.⁸⁹

L'élargissement de la participation à l'échelle nationale favorisera le développement de ce métier.

Le Festival du tapis d'Ath Hichem s'organise chaque année il revient cette année pour sa 6^{ème} édition qui s'est tenu du 22 au 26 Aout, au niveau de la Maison de la culture Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, sous le thème «**L'artisanat au service du développement local**». Cet événement désormais incontournable, qui célèbre le savoir-faire des femmes d'Ath Hichem, prends ses quartiers, pour la deuxième année consécutive, dans la capitale du Djurdjura.

Comme chaque édition, ya eu l'estampillage des tapis par des spécialistes chevronnés. Au programme de ce festival, une rencontre a été organisée avec les artisans autour de la thématique «**Le patrimoine et l'artisanat**».

Des concours du meilleur tapis fait main a étai lancé par les organisateurs de la manifestation. Cette 6^{ème} édition, placée sous le patronage du ministère de la Culture en collaboration avec l'APW de Tizi-Ouzou et des directions du tourisme et de l'artisanat et celle de la formation professionnelle, s'est achevé par la remise de prix et de cadeaux aux participants ainsi qu'aux artisans qui se seront distingués par leurs ouvrages.

Interrogé sur la production du tapis d'Ait-Hichem, les tisseuses produisent annuellement une moyenne de 100 tapis standards (2/2 mètres) qui sont écoulés à travers les différentes manifestations organisées par les directions de la culture des différentes wilayas, par le biais des ministères pour leurs besoins, ainsi que des touristes de passage et notre communauté émigrée.

⁸⁹ Ministre de la culture l'or de l'ouverture de la 6eme édition du tapis

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

L'interview avec le commissaire du festival nous a donné l'information qu'avec l'ex-wali de Tizi-Ouzou, Abdelkader Bouazgui, une tentative d'industrialisation du produit a été soumise, mais malheureusement aucun industriel n'a souhaité investir un tel créneau. « La proposition est toujours d'actualité et nous réitérons notre invitation à tout industriel intéressé pour se rapprocher du commissariat du festival ».

Tout en insistant sur la nécessité de voir la wilaya de Tizi-Ouzou disposer de son centre d'estampillage, au lieu que « nos tisseuses parcourent des centaines de kilomètres pour estampiller leur tapis à Tipaza ou à Ghardaïa, dont les centres sont les seuls habilités à le faire ».

Un estampillage qui parfois reste tributaire de la qualité de la laine et non de celle du tissage pour sa sixième édition le festival verra la participation de 15 wilayas, 35 artisans du tapis et 12 de différents artisanats, ainsi que des centres de formations de Ait-Hichem, Ouaghzen et le CFPAT de Boukhalfa ainsi que :

- ✓ **20 ateliers locaux**
- ✓ **3 ateliers nationaux venant de Biskra, Guardaia et Tiaret**

Les artisanes, invoquent les prix prohibitifs de la matière première, souvent indisponible sur le marché. Un kilo de laine pure coûterait 850 dinars alors qu'il valait quatre cents dinars, il y a deux ans.

3.3 Les impacts d'un festival sur son territoire :

Si l'on considère que l'enjeu du développement local est de « mettre en évidence une dynamique qui valorise l'efficacité des relations non exclusivement marchandes entre les hommes pour valoriser la richesse dont il dispose » les festivals ont un grand rôle à y jouer par leurs effets économiques, ces effets économiques ils sont importants en terme de développement économique local.

3.3.1 Les impacts économiques

Le rôle économique des festivités n'est pas contesté aujourd'hui ; le rapport Decharte allant jusqu'à évoqué « une économie nouvelle née et se nourrissant de la vie culturelle »⁹⁰ il existe une relation positive entre le déroulement d'un fait et l'augmentation de l'activité économique du lieu ou de la région concernée, il profite considérablement à l'économie locale

⁹⁰ Maud Robert, « festivals et politique culturelle régionale »

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

« Les festivals sont devenus des espaces et des institutions qui ont contribué à l'amélioration de l'impact socio-économique et d'asseoir un mouvement et une dynamique dans une optique économique et socialement responsable » en mobilisant les énergies au service des consommateurs et de la wilaya » ces festivals créent des emplois directs et indirects

3.3.1.1 Les emplois directs :

Ces emplois directs et l'insertion sociale de personnes en difficulté, selon les responsables des festivals, les emplois occasionnels créés pour réussir les différents événements sont importants, soit 430 emplois occasionnels pour l'organisation du festival du tapis d'Ath Hichem. 220 pour la poterie, les rémunérations sont acceptables, avec un minimum de 300 DA. Avec une prise en charge de la restauration et du transport.

3.3.1.2 Les emplois indirects

Parmi ces emplois directs, ces emplois indirects concernent l'hôtellerie, la restauration, le transport....

3.4 Nouveau programme pour le secteur de l'artisanat

Un programme de développement intégré de l'artisanat vient d'être mis en place par les pouvoirs publics.

Un plan d'action à long terme qui sera effectif jusqu'à l'horizon 2020. A l'issue de ce programme, la main d'œuvre du secteur devra atteindre 07% de la main d'œuvre générale active, soit le double du taux actuel qui est à 3,5 %. « Nous pensons atteindre les 10% à l'horizon 2025. Création, à l'horizon 2020, 550 000 emplois. Au total, près d'un million d'emplois dans ce secteur si nous comptons les 410 000 emplois créés dans le cadre du programme de développement de l'artisanat 2003-2010.

probable d'atteindre un chiffre d'affaires de 334 000 milliards de DA en 2020 au lieu de 129 milliards de DA enregistré actuellement, indique-t-il sur la base du programme de développement 2003-2010, qui a permis la création de 81 infrastructures dans le secteur, plus d'une vingtaine de chambres d'artisanat et la formation de 48 artisans par le Bureau international du travail qui ont formé, à leur tour, près de 700 artisans.

Par le biais de ce nouveau programme, le secteur s'attend à ce que les produits répondent, d'ici 2020, aux normes internationales, à ce que les capacités soient améliorées par

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

excellence et surtout, à ce que la matière première soit exploitée au lieu de continuer à être importée avec des propositions à des artisans de se lancer dans des projets de transformation de la matière première.

Ceci nous fournira non seulement de la matière mais aussi des emplois. Une étude a été lancée pour évaluer le volume de notre potentiel en matière première. Mais en attendant que tout cela aboutisse, nous avons chargé les chambres de l'artisanat, en collaboration avec la Badr, d'importer la matière première et la vendre ensuite aux artisans sans imposer de marge bénéficiaire»,

Les chambres de l'artisanat chargées d'importer la matière première l'autre objectif de ce programme, est de labelliser une vingtaine de produits.

Un produit labellisé, le tapis, qui est actuellement commercialisé en Allemagne notamment. Selon des statistiques, le touriste dépense environ 120 euros dans l'achat de nos produits»,

En matière de contrôle des produits, l'évaluation soit assurée par une institution extérieure au secteur. 99% de l'activité artisanale soit individuelle et non collective les produits doivent être compétitifs avant que l'accord avec l'UE ne soit appliqué en 2017. Nous devons également nous préparer avant notre entrée à l'OMC. Pour cela, les artisans doivent se concerter dans des organisations collectives, dans des PME notamment, pour pouvoir se positionner sur le marché international

Sous-section 1 : présentation et exploitation des interviews

L'absence de prise en compte réelle de l'artisanat dans les plans de développement nationaux et la dispersion des autorités de tutelle ainsi que la non-valorisation sociale du secteur, ont entraîné une absence d'information, qui ainsi les données économique et statistique disponibles ne sont pas satisfaisante elles peuvent apporter des précisions ou des éclaircissements sur certains aspects mais ne fournissent pas de renseignement a la hauteur de la demande

Analyse et résultat :

- **l'état du secteur de l'artisanat au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou :**

Ce secteur est en progression constante l'on voudra pour preuve le nombre croissant des artisans enregistrés au service d'inscription mais surtout l'engouement à l'exercice de ces

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

métiers créateur de richesse et pourvoyeur d'emploi de ce fait le secteur aura un avenir promoteur au vu des mesures d'accompagnement et des aides aux artisans réservés par les pouvoirs publics

- **le cycle de formation des artisans**

le cycle a été lancé en 2007, il s'agit d'un cycle suivant le programme du BIT qui vise à accompagner l'artisan par le biais de la formation, elle consiste à les aider à trouver leurs idées le « Tri » qui est aussi valable pour les gens hors métier de l'artisanat jusqu'à la création de leur entreprise et le montage d'un plan d'affaire qui par la suite viendra l'étape dite « Germe » qui veut dire mieux gérer son entreprise l'artisan se perfectionne à travers une formation poussée qui inclut la gestion des stocks, calcul des coûts.

- **les subventions accordées aux artisans**

il s'agit de aides du fond national de promotion des métiers de l'artisanat, ces aides viennent en application des instructions données par le ministère de la PME et de l'artisanat, le soutien de l'état ne se limite pas à l'aide directe, l'état soutient tout ce qui est en rapport avec la promotion de l'activité artisanale tel que l'attribution d'un million de dinar pour les fêtes et festivals

Tableau9 : les subventions accordées aux artisans

Subvention	2006	850 000,00 DA
	2008	1 000 000,00 DA
	2013	10 500 000,00 DA

Source : guide fiscal de l'artisanat

- **Le nombre de visiteurs pour la 6^{ème} édition**

Lors de la 6^{ème} édition, il y a eu une affluence très nombreuse avec + de 7000 visiteurs par jours

- **Le volet financier de la 6^{ème} édition**

l'apport financier pour ce festival pour cette 6^{ème} édition est faible des subventions de la part de l'apw, ministère des PME, ministère du tourisme, mais y a eu des contrats de sponsoring de la part de la radio Tizi-Ouzou, Chaîne 3, dépêche de Kabylie ...

- **production annuelle**

Les tisseuses produisent 100 tapis standards annuellement (2/2 METRE), cela est dû à la législation du travail qui devrait se pencher sur le cas des femmes tisseuses avec des lois cadre qui leur conservera le statut de travailleurs à part entière

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Les tarifs des tapis varient entre la qualité et les dimensions “ les dimensions standards : 2m x1m – 2 m x 2 m – 1 m x 0,5 m vont de 8 000 DA à 12 000 DA le mètre carré

Les apprenties sont payer par le bureau de main-d’œuvre paie à 8 000 DA par mois “ le temps qu’elle passe est différent d’un tapis à un autre et durant les différentes récoltes (olives, figues) le tapis est mis de côté.

Pout les exposants de tapis de la wilaya de Ghardaïa aux motifs berbères et produits artisanaux de la région. Les prix varient. Pour des tapis traditionnels (15 000 et 25 000 DA) et des tapis industriels (jusqu’à 30 000 DA et plus pour les plus grandes dimensions

Les exposants présents viennent de plusieurs localités de la wilaya de Tizi-Ouzou : Ath Yenni (Bijoux), Maâtkas ,Tirmitine (poterie) , Ouadhias (robe kabyle et vannerie), Iferhounène (sculpture de bois) ... et d’autres Wilaya du pays : Touggourt, Ghardaïa, entre autres, exposant leurs produits artisanaux de haute qualité faits avec amour et adresse.

- **Recul qualitatif du Tapis**

ce recul est du essentiellement à la mauvaise pris en charge de l’artisanat et le manque d’aide des pouvoirs publics, et l’utilisation du synthétique au lieu de la laine pure par manque des producteur de la laine locale vu que celle importer et très chère

un moyen de dépanner avec les pelotes de laine (tricotage) et il lui faut huit paquets de chaque couleur pour un tapis de petites dimensions et qui revient à 15 000 DA.

- **les contraintes qui handicapent les tisseuses d’Ath Hichem**

Le problème est la commercialisation des produits a été soulevé, une mise en place d’une dynamique de coopération doit être mise en place pour promouvoir la qualité et la transparence qui serait un grand secours du Tapis

- **d’autre solution envisageable pour la relance du secteur**

pour la relance de l’artisanat et de la tapisserie à Ait Hichem ,la promotion du patrimoine culturel en est justement une bonne opportunité pour dégager des perspectives sérieuses et des solutions concrètes ,ainsi que des convention avec la direction de la formation professionnelle pour une formation qui portera sur le sujet , des associations s’engagerons a donner des cours au sein de l’école d’Ait Hichem qui portera sur l’historique du tapis ,ainsi que la perspective de créer un musée et un atelier de solidarité pour les femmes tisseuses à domicile.

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Sous-Section2 : Création d'un SPL autour de la filière du tissage dans la willaya de Tizi-Ouzou :

2.1SPL TISSAGE

Comme ces notre cas pratique on a envisagé d'insérer et de mettre en place un SPL tissage au niveau local vu les potentialités dans recèle la région de Tizi-Ouzou tout en se basons sur un ensemble de critère qui qualifie cet activité artisanale qui est le Tissage

- Forte concentration de l'activité tissage au niveau d'Ath Hichem et de ben zmenzar
- Le tapis d'Ath Hichem est réputé pour son désigne et ces couleur et ces matière première
- Il reflète l'identité Kabyle donc défini un marketing territorial
- Créateur de richesse et d'emploi

2.2 Démarche SPL

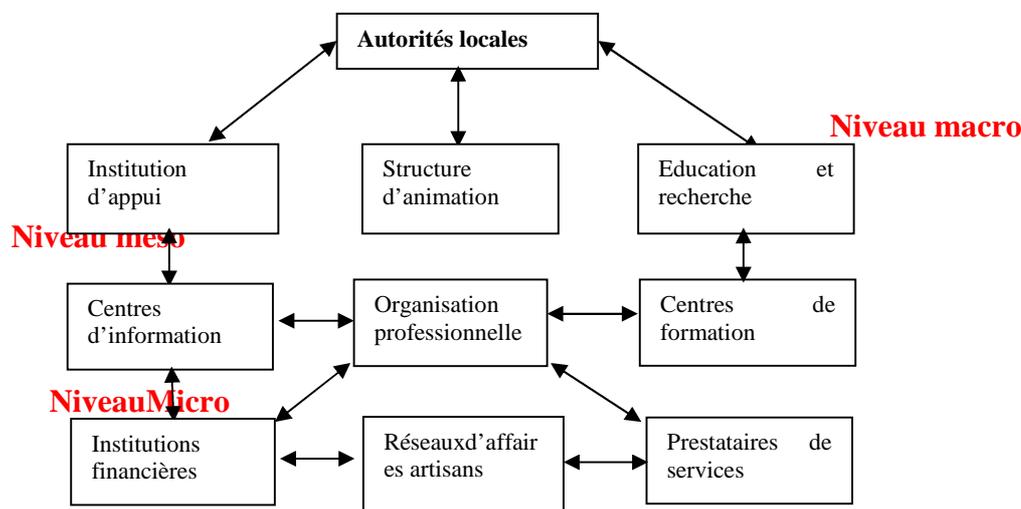
L'activité artisanale Tissage reprend largement aux l'exigence d'un SPL :

- Des entreprises d'une même filière productive
- Ancrées sur un même territoire
- Entretien entre elles des relations de coopération
- Animés par une structure d'animation (université, CAM)
- Soutenues par les acteurs publics locaux : il doit être soutenu par les différentes directions (tourisme et artisanat, impôt, PME, collectivité territoriale ...)
- Mettant en œuvre des projets collectifs (travail de groupe, achat groupé de matière première)
- Ayant un impact sur la compétitivité individuelle et sectorielle

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

2.2 Les partenaires d'un SPL :

Les acteurs du SPL tissage sont présentés dans la figure qui suit : **Figure5 : les acteurs du SPL**



Source ; chambre de l'artisanat et des métiers de TO ait zerouksaadi

Au niveau MACRO : les autorités locales : direction du tourisme et de l'artisanat, direction de la culture, la chambre de l'artisanat et des métiers, direction des impôts

Au niveau MESO : on trouve

- ✓ Les institutions d'appui : ANGEM, ANSEJ, CNAC
- ✓ Centre d'information et de formation, organisation professionnelle : CFPA de Boukhalfa, école du tissage d'Ath Hichem

Au niveau MICRO on trouve :

- ✓ Institution financière, établissement bancaire
- ✓ Prestataire de service, CASNOS (caisse national de sécurité sociale des non salarié)
- ✓ Les fournisseurs de la matière première
- ✓ Les artisans sont le noyau du SPL
- ✓

2.4 Stratégie de projet

- **Objectif de développement** : contribuer a la croissance économique et sociale de la wilaya de Tizi-Ouzou
- **Objectif spécifique** : développer durablement l'activité artisanale

2.5 Résultats du Système Productif Local :

Au niveau :

Macro : Le cadre physique, légale, réglementaire et incitatif des entreprises devraient être adapté

Méso : les organismes d'appui tant publics que privés vont se renforcé dans leurs capacité de promotion du secteur

Micro : de nouvelles unités artisanales vont être crée et les entreprises existante vont se renforcé et se développer

2.6 Résultats de recherche

2.6.1 Les freins de valorisation et de Labellisation des savoir faire locaux notamment le

Tapis :

On pourra faire ressortir ces différents freins selon leur nature à partir des propos des différentes personnes interrogés :

- ✓ Le fond de l'artisanat traditionnel ne subventionne pas la matière première
- ✓ Le désintéressement des jeunes pour le métier artisanaux ce qui engendre le manque d'apprentis

- ✓ Les métiers en voix de disparition tels que la sellerie, tamiserie
- ✓ Manque de matière première de bonne qualité telle que la laine
- ✓ Cherté de la matière première
- ✓ L'indisponibilité du fil de laine
- ✓ L'artisan activant dans l'artisanat traditionnel doit remplir un cahier de charge au niveau de la direction des impôts pour être exonérer de l'impôt qui lui exige d'avoir au moins 2apprentis , la contrainte posé :la non disponibilité des apprentis faute de formation tel que le tissage la poterie

- ✓ Manque de réseau d'exportation des produits
- ✓ Manque d'établissement chargé de vente des produits
- ✓ Manque de réseau d'approvisionnement de matière première les produit de l'artisanat traditionnel a part le tapis n'ayant pas le label de qualité destiné aux produit estampillé « dénommée artisanat d'Algérie » qui est une exigence pour l'exportation vers l'étranger

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

✓ Sur le plan institutionnel l'instabilité du secteur de l'artisanat, il dépendait du ministère de l'industrie et des mines puis du tourisme et de l'artisanat puis au PME et enfin au ministre du tourisme et de l'artisanat

✓ Refus de quelque de quelque artisan la transmission des savoir faire

✓ Centralisation de structure gérant l'artisanat au niveau du chef lieu

✓ La non reconnaissance de la valeur artistique du produit artisanal authentique

✓ La tendance vers l'industrialisation du produit

✓ Et en fin l'insuffisance d'appuis dans sa promotion

✓ Absence de publicité et d'études de marché pour apprécier le niveau de la demande et la nature de la concurrence ce qui influe sur la compétitivité et la survie des entreprise qui sont face à des concurrents plus puissants(chine, Turquie ,Indonésie ,Malaisie)les artisans sont peu informés des différentes opportunités de marchés qui existent du fait qu'elles sont en dehors des circuits d'informations

✓ Les artisans ne sont pas toujours en mesure d'atteindre les marchés et de vendre directement leurs produits artisanaux, il ya plusieurs intermédiaires qui remplissent des fonctions multiples ayant trait à l'approvisionnement et à la commercialisation

✓ Nous notons que la connaissance du marché se résume au marché de proximité réduit bien souvent à un marché de type « relationnel ».ces intermédiaires tirent le maximum de profit de chaque opération, ce qui porte préjudice au développement des producteurs de base et maintient souvent les artisans dans une situation de précarité économique

✓ La faiblesse de la qualité qui est due essentiellement à :

-l'absence d'information pertinentes sur les concepts liés à la qualité (normes, coûts de non qualité, politique de qualité)

-le recours à l'utilisation de matière faible qualité a fin de dégagé un prix de revient faible pour s'aligner sur les prix de vente pratiqués sur le marché informel

-l'artisan ne constitue ni stock ni fonds de roulement et ne peut acheter la qualité doit-il a besoin qu'aux cours que lui impose le marché et selon la nature de la commande il subit les difficultés de l'approvisionnement

-l'intervention des intermédiaires et des négociants en position de monopole qui augmente le prix des matières premières ce qui forcément pénalise l'artisan

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

✓ Les filles de la régions d'Ait Hichem préfèrent d'autres métiers plus rentables et moins contraignants". Pour avoir de la laine, " il faut se déplacer à Ghardaïa, avec tous les aléas du voyage.

2.7Contrainte de labellisation des produits artisanaux

✓ un abandon de certains produits artisanaux comme le tapis et le plateau en cuivre au profit de produits asiatiques. Le tapis algérien est onéreux car la matière première est chère. On peut songer à des possibilités pour faire baisser son prix et le hisser au rang de produit compétitif.

✓ désengagement des femmes détentrices de savoir-faire en matière d'artisanat à transmettre leur expérience et à former les jeunes pour pérenniser le patrimoine artisanal national

✓ la préservation et la labellisation du tapis Algérien n'est pas une priorité des pouvoirs publics,

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Conclusion :

A l'heure de la mondialisation, le retour aux savoir-faire locaux s'affirme comme gage du développement durable. Cette prise de conscience gagne de plus en plus de terrains à l'échelle mondiale et se traduit à travers la revitalisation des systèmes productifs traditionnels sur la base de la mise en place des démarches conciliant le besoin d'avoir des produits de qualité et respectueux de l'environnement, et la réhabilitation des savoir-faire en déperdition

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Conclusion a la seconde partie :

En reprenant les critères d'identification des SPL, on peut dire que nous sommes effectivement en présence d'une concentration géographique d'unité artisanale dans la wilaya de Tizi-Ouzou pour l'activité du Tissage, toute organisation de cet activité artisanale sous forme de SPL ou de Nuclei permet au territoire de profiter de tout les avantages que ces mode procurent.

Conclusion générale :

Nous arrivons au terme de ce mémoire ou nous avons tenté de répondre au mieux à notre problématique

Dans notre travail de recherche, nous avons dressé la question de savoir faire et leurs valorisations ainsi que la labellisation des produits de terroir en application des SPL dans ce domaine

Des actions et mesure doivent être entreprise pour promouvoir la labellisation des produit de terroir et la valorisation des savoir faire artisanaux on les résume comme suit :

- ✓ mise en place d'une démarche de qualité efficace à travers des actions de labellisation des produits locaux qui permettra de promouvoir ces produits
- ✓ une meilleure coordination entre les acteurs locaux
- ✓ préconiser des formations selon les besoin du secteur de l'artisanat
- ✓ incitation des artisans a ce regroupé en SPL et Nucleus
- ✓ création d'un centre d'estampillage de proximité

L'organisation de l'activité de tissage sous forme d'un SPL permet au territoire de profiter de tout les avantages que ce mode d'organisation offre a fin de décrocher des marchés s'il y aura une véritable prise en charge par les autorités publique via :

- ✓ la résolution de l'indisponibilité de la laine
- ✓ création de coopérative ou d'association de producteur pour l'approvisionnement en matière première
- ✓ encourager le secteur de l'élevage de mouton et la mise en place des unités de production de laine
- ✓ L'appui à la commercialisation

L'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou à l'instar des artisanats des autre wilayets du pays est d'une incontestable richesse créatrice d'emploi et contribue au développement territorial de la willaya

Actuellement, les réglementations et les institutions se mettent peu à peu en place et une dynamique nouvelle est en train de s'opérer en faveur de la promotion des produits de qualité spécifique, notamment en prévision de l'ouverture des marchés. Cependant il est nécessaire pour promouvoir les ressources et les produits locaux que les acteurs locaux – notamment les opérateurs des filières de produits de terroir – soient non seulement soutenus, mais appuyés pour organiser et coordonner leurs actions.

L'organisation de l'activité artisanale sous formes d'un SPL permet au territoire d'être plus attractif et de profiter de tous les avantages que ce mode d'organisation offre notamment d'être flexible et dynamique pour faire face à l'évolution du marché

Les entreprises artisanales représentent un moteur économique essentiel du développement local et par conséquent participe au développement équilibré des territoires

La quête de labellisation atteste de la solidité des partenariats tissés entre les acteurs locaux qui s'engagent collectivement pour ce qui est perçu comme une cause : la préservation des savoirs faire locaux et ainsi agencées une stratégie pour faire émerger un projet territorial tout en prenant en considération l'importance de la correspondance entre les enjeux de l'action publique et ceux de la labellisation.

L'évolution de l'action publique multi-échelle et de la structuration d'une ingénierie territoriale de projet professionnalisée, la conservation, la valorisation ainsi que la labellisation évoluer au niveau des enjeux de vulnérabilité, distinction et de développement.

Et on conclut ce qui suit concernant la lenteur des démarches d'estampillage:

- ✓ Manque ou même une quasi absence d'information pour les artisans sur les normes en vigueur en matière de contrôle du tapis algérien, en vue de son estampillage et de son exportation vers l'étranger.
- ✓ Manqué d'infrastructure tel qu'un centre d'estampillage au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou pour conseiller et d'orienter les artisans vers la confection de tapis destinés à l'exportation ainsi que la mise en place de Maisons de l'Artisanat, par wilaya, permettra de revaloriser l'artisanat mais également d'être garant de la traduction.
- ✓ Le non respect des normes obligatoires pour l'estampillage du tapis qui sont l'utilisation de produits naturels, à savoir la laine et les fils, ainsi que les couleurs qui ne doivent, en aucun cas, être synthétiques, respecter le poids et la symétrie .
- ✓ Multiplier les rencontres pour expliquer l'estampillage, car c'est la garantie d'une bonne qualité en vue de sa commercialisation
- ✓ Solliciter les autorités publiques pour réaliser une unité de production de laine de mouton à Tizi-Ouzou

- ✓ Pour remédier à cette situation, la direction de la PME, la chambre de l'artisanat et la direction de la formation professionnelle doivent prendre une série de mesures pour relancer cette manufacture et sa réhabilitation en ouvrant des sections de formation en tapisserie et en encourageant les jeunes investisseurs à ouvrir des ateliers de tissage dans le cadre du dispositif de l'ANSEJ et la réouverture du centre d'estampillage des tapis pour préserver la qualité.
- ✓ Les politiques conçues pour sa relance n'ont jamais fait l'objet d'une attention sérieuse de la part des gouvernements, y compris à l'échelle locale, à l'instar de nombreux autres secteurs d'activité utilisateurs d'une forte main-d'œuvre.
- ✓ L'estampillage incite les tisseuses à améliorer leurs produits

L'artisanat algérien, marginalisé depuis des lustres, mérite aujourd'hui une prise en charge, et d'une politique concrète qui encourage les « fées » algériennes qui souffrent en silence dans leurs ateliers, en milieu urbain et en milieu rural. Ainsi qu'une réglementation algérienne qui devrait être la plus proche possible de la réglementation internationale (voire européenne).pour l'exportation des produits de terroir

La laine a été remplacée par les fils synthétiques aux différentes couleurs pour produire des tapis. Le tapis algérien traditionnel est aujourd'hui menacé de disparition. Mais à quoi sert le centre d'estampillage du tapis, si les artisans ne bénéficient pas concrètement d'un soutien de l'Etat.

ANNEXE 1:

L'ensemble des activités artisanales de la wilaya de Tizi-Ouzou, le lieu de production, la matière première utilisée et les différents produits fabriqués sont résumés dans l'annexe

Tableau 10 : les activités de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou

Le produit	Le lieu de production	Matière première utilisée	Produit fabriqué	Observation
La poterie	Ait-kheir, maatkasbounouh, ouadhias, agouni-gueghrane, ait mesbah, ifigha, cheurfa, bouzguéne ; draa-el- mizane, boghni , aoumar, lakhdaria, tizighennif, chabet-el-ameur, at-atelli, at- arif, ataissaouzegane, at-ahmed, at-zmenzer	-L'argile - engobes blancs et rouge foncé -l'oxyde de manganèse brun-noir- violacé	Les «Inyen » les « Ikufan », jarres à l'huile et à eau, plats à couscous, les vases, les cruches, les cruchons, les lampes à huile, les marmites et couscoussiers, le grand plat à rouler le couscous « Igefna », le tajine, les petites assiettes, les plats doubles ou triples, les saucières, les amphores, « tiberkect », objets fonctionnels à l'extraction d'huile d'olive, cendriers, figurines animales, chandeliers, vases, pots de fleurs...	Dans tous les lieux de production, les poteries fabriquées sont destinées soit pour l'usage domestique, soit à des fins commerciales, certains villages ont introduit des poteries décoratives très appréciées des connaisseurs
La bijouterie	At- yenni, taourirtmimoun ait-larbaa, ait- lahcenne, agouni-ahmed, taourirt el-hadjedj, boghni, taguemout-ukerrouche, maatkas, ouadhias, ain- el hammam, tiziouzou	-l'argent -les pièces de monnaie -les bijoux désaffectés -le maillechort (bublik) -le corail (Imerjan) -les clous de girofle(qrenfel) -l'émail (nnil)	Les anneaux de chevilles, les colliers, Les diadèmes, les boucles d'oreilles les petites fibules, les fibules rondes , les fibules triangulaires, les bagues, les bracelets, les ceintures.	Production très variée. Les bijoux des at- yenni ne trouvent nulle part leur semblable. Présence d'émaux : bleu, vert, jaune et corail. La production de boghni se caractérise par le bijou blanc sans émail

La vannerie	Djemaa- saharidj, ouadhias, tiziouzou, ain-méziab, ait aggouacha, borj-ménaïel, dellys	L'alfa, le raphia, l'osier, le rotin, le bambou, le (sarawak), le contre plaqué, le bois, le bois d'olivier sauvage, la colle, les teintes, le vernis	<p>-les produits en roseau : (taqechwalt, aqechwal,aferrug,dduh, sella, acwari).</p> <p>- les produits en alfa et raphia :</p> <p>Les dessous de verres et de plats, les corbeilles à linge, les rondes de serviettes de table,(lemdala), les boites à ouvrage, les bonbonnières et coffrets pour dattes, les coquetiers, les plateaux et les cache-pots.</p> <p>-les produits traditionnels en osier :</p> <p>Les paniers à figue et à œufs, les corbeilles à pain, à fruits les malles avec couvercle et avec une main, le panier ovale avec deux poignets, les berceaux et les landaus</p>	La vannerie en roseau est pratiquée par une main-d'œuvre masculine appréciable. Produit utilitaire et décoratif par excellence, activité peu pratiquée en Kabylie.
Le tissage	Ait hichem, ouaghzen,atzmenzer, maatkas, ouadhias, taourirtabdellah, ait abdelkrim, atatelli, azazga, bouzguéne	La laine, les teintes, le matériel traditionnel (peigne, peigne-batteur, cardes à monture de bois, montants et ensouples, roseaux, grand fuseau)	Couvertures, vêtements traditionnels (ajellab, aqeccabi, axellal,burnous), les articles modernes (dessus de divans, de chaises, des coussins, des tentures murales, des dessus de lit et tables).	Activité familiale répondant aux besoins domestiques. La décoration des tissages varie d'un village à l'autre. Production utilitaire et décorative

La sellerie et la tamiserie	Ouacifs, at - abbas			Cette activité est utilitaire pour le roulement de couscous, la région des ouacifs est la plus connue de cette activité. Activité en voie de disparition
Le costume traditionnel	Ouadhias, bouzguéne, at-douala, maatkas, mekla, fréha, ouaguenoun, at-zemenzer			Le costume traditionnel est l'outil de communication et le moyen d'information par excellence. La robe kabyle et le burnous sont les seules pièces survivantes face au phénomène de mode actuelle
Le couscous traditionnel	Presque dans toutes les régions de la Kabylie			Le couscous traditionnel roulé à la main à base d'orge ou de blé ou les deux, planté dans toutes les régions de tiziouzou, il est considéré le repas principal des familles. Sa qualité lui a permis d'avoir un renom mondiale.

Source : la direction de la culture de tiziouzou

Annexe 2: Grille de question

Nous présenterons ci-dessous les grilles de questions qui ont servi de support à nos entretiens auprès des acteurs locaux, les questions varient en fonction d'acteur

Grille de question : (organisateur d'évènement de la 6eme édition du festival du tapis et directeur de l'association « Tiliwa d'Ait Hichem »)

Aout 2015

L'enquête s'inscrit dans le cadre d'un master académique « management territoriale et ingénierie de projets », réalisant un travail de recherche et de fin d'étude qui a pour objet d'analyser la situation actuel de l'artisanat au niveau local

Q1 : quel est le nombre de participant pour cette année ?

.....
.....
.....
.....

Q2 : dans quel contexte abordez-vous cette 6^{ème} édition du festival du Tapis d' Ait Hichem ?

.....
.....
.....
.....

Q3 : vous tablez sur quel nombre de visiteurs pour cette 6eme édition ?

.....
.....
.....
.....
.....

Q4 : parlons du volet financier, cette 6eme édition a-t-elle eu le soutien voulu de la part des autorités compétente ?

.....
.....
.....
.....

Q5 : toujours sur le plan financement, avez –vous pu décrocher des contrats de sponsoring ?

.....
.....
.....
.....

Q6 : la question de la recherche scientifique, c’est une nouveauté pour ce festival d’autant plus que vous organiserez un séminaire sur l’artisanat, comment est venue cette idée ?

.....
.....
.....
.....

Q7 : combien peuvent produire les artisans du Tapis annuellement ?

.....
.....
.....
.....
.....

Q8 : quel jugement portez vous sur l’état des lieux du tapis d’Ait Hichem ?

.....
.....
.....
.....

Q9 : vous avez parlé d’un recule « qualitatif »du Tapis, cela est du à quoi à votre sens ?

.....
.....
.....
.....

Q10 : quels sont, selon vous les contraintes qui handicapes le travail des artisans, ceux d'Ath Hichem ont posé surtout le problème du manque de la matière première, est-ce le cas pour vous ?

.....
.....
.....
.....
.....

Q11 : vous avez certainement prévu une animation culturelle spéciale à l'occasion ?

.....
.....
.....
.....
.....

Q12 : les conditions dans lesquelles se déroule ce festival sont différentes de celles de l'an dernier, quel a été le rôle des différentes institutions ?

.....
.....
.....
.....
.....

Q13 : du point de vue économique jusqu'a présent pouvez vous dire que la situation est satisfaisante ?

.....
.....
.....
.....

Q14 : quel sont les objectifs attendus de cette 6 eme édition ?

.....
.....
.....
.....
.....

Q14 : avez-vous entendus parler de la labellisation du Tapis, si oui, qu'elles sont les freins de cela ?

.....
.....
.....
.....
.....

Q14 : on vous laisse le soin de conclure ;

.....
.....
.....
.....

Grille de question :(directeur de la chambre de l'artisanat et des métiers de Tizi-Ouzou CAMTO)

Aout 2015

L'enquête s'inscrit dans le cadre d'un master académique « management territoriale et ingénierie de projets », réalisant un travail de recherche et de fin d'étude qui a pour objet d'analyser la situation actuel de l'artisanat au niveau local

Q1 : Premièrement pouvez vous nous situer l'état du secteur de l'artisanat au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou

.....
.....
.....
.....

Q2 : Peut-on avoir justement le nombre exact des artisans enregistrés à votre niveau ?

.....
.....
.....
.....

Q3 : vous avez lancés un cycle de formation destiné aux artisans, qu'en est-il au juste ?

.....
.....
.....
.....
.....

Q4 : Cette formation a-t-elle été bien accueillie par les artisans ?

.....
.....
.....
.....
.....

Q5 : Qu'en est-il des subventions accordées directement aux artisans ?

.....
.....
.....
.....
.....

Q6 : Plusieurs artisans, notamment les TISSEUSES évoquent les problèmes auxquels ils font face, la non disponibilité de la matière première entre autres, quel est votre avis à ce sujet ?

.....
.....
.....
.....
.....

La préparation de la laine :



Tonte des moutons.



Séchage de la laine.



Lavage



Cardage



filage



le métier à tissé (*azetta*)

Le métier à tisser, *azetta* héritage culturel, demeure une activité très répandue en Kabylie. Jadis, presque chaque foyer disposait du matériel du métier à tisser.

Aux différents moments du tissage, certains rites étaient accomplis ; La veille du montage du métier, avec les éléments nécessaires rassemblés dans un tamis, les femmes ajoutaient du sel pour favoriser la réussite du travail. Les parentes ou voisines qui viennent aider au montage et au nattage de la chaîne, partagent avec la tisseuse un repas de *seksou d'ibawen* le "couscous aux fèves" et de *tighrifin*, les "beignets", symboles de prospérité et de solidarité. Et pendant les vingt à trente jours que dure le tissage, on en prend grand soin, en évitant de le traverser, de s'endormir auprès, et de tisser longtemps dans nuit¹.

Derrière leur métier à tisser, les tisseuses inventent tout un univers de signes qui traduit leurs vécus, en chantant leurs soucis comme leurs joies. Lorsque le Tissage libère la femme de l'entrave

- ¹Germain Laoust- Chantréaux, Kabylie, coté femmes, la vie féminine à Ait Hichem 1937-1939. EDISUD, 1990.

Ay argaz m ur d-akhwiŷ *Ô homme si je te déplais*
Taxxamt n baba tella *La maisonnette de mon père existe*
Ad zdeyabernusurqiq *Je tisserai des burnous bien fins*
Ad-d rreyddur'amlehwa *Et l'argent tombera comme pluie*
Ad ççeŷyidentimzin *Je mangerai du blé, de l'orge*
Rtahey i zwağ n tura *Et éviterai les mauvais mariages de maintenant*

Site internet :

- <http://agriculture.gov.fr/IMG/P1> Philippe PREVOT et Patrice LALLEMAND « l'approche terroir » : pour une démarche de recherche formation action publié dans ISDA2010 ,Montpellier :France(2010)page2disponible sur www.ISDA2010.netDF/Terroirs_et_origine.pdf
- www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg
- www.hotellerierestauration.ac6versailles.fr/.../pdf/Diaporama-La_Qual...
- www.lemangeur-ocha.com « Appellation d'origine protégée (AOP) : Un même signe de reconnaissance pour l'Union Européenne », Mise en ligne septembre 2008, page 7
- Site officiel de LarbaaNathIrathen : « fort comme fort national, infos détente et culture »
- <http://www.tizi-ouzou-dz.com/tourisme-artisanat-présentation-historique.htm>
- www.artisanat-tiziouzou.com
- <http://www.leconews.com>.
- CAM de Tizi-Ouzou
- « LA BONNE GESTION DE SON ENTREPRISE »GERME est un programme de formation destiné à la gestion des entreprises, agréé par le bureau international du travail. Ce programme a été distribué sur plus de 80 pays au monde (Europe, Afrique, Asie, Amérique Latine). Ce programme a été traduit de l'anglais vers plus de 40 langues, dont l'espagnole, le français, l'arabe. www.mta.gov.dz
- <http://www.cam-tiziouzou.com>
- <http://www.Nucleus-algerie.com>

Textes juridiques et textes réglementaires :

- Art 5 ordonnance n96-01 chaabane 1416 correspondant au 10 janvier 1996 fixant les règles régissant l'artisanat et les métiers
- Art 8 ordonnance n96-01 chaabane 1416 correspondant au 10 janvier 1996 fixant les règles régissant l'artisanat et les métiers
- Loi d'Orientation agricole - Art.136 ; Accords SPS/OMC ; Accords ADPIC/OMC- Partie II, sect.3, Art.22/23 et Partie II, sect.5, Art. (27/31)
- Art 10 de l'ordonnance n96-01 du 19 chaabane 1416correspondant au 10janvier 1996 fixant les règlesrégissant l'artisanat et les métiers
- Décret exécutif n° 93-06 du 2 Janvier 1993 fixant les modalités de fonctionnement du compte d'affectation spéciale n° 302-066 initiale « Fonds National de la promotion des Activités de l'Artisanat Traditionnel».
- décret exécutif n° 92-12 du 09 Janvier 1992.
- décret exécutif n° 97-100 du 30 Mars 1997.
- décret exécutif n° : 97-101 du 29 Mars 1997.

- décret exécutif n° 92-12 du 09 Janvier 1992.
- décret exécutif n° 97-100 du 30 Mars 1997.
- décret exécutif n° : 97-101 du 29 Mars 1997.
- Art .2 du Décret exécutif n°97-390 du 17 Joumadathania 1418 correspondant au 19 octobre 1997fixant conditions, modalités et formes de délivrance du label de qualité, d'authenticité et de l'estampillage des produits de l'artisanat traditionnel
- Art 4 Décret exécutif n°97-390 du 17 Joumadathania 1418 correspondant au 19 octobre 1997fixant conditions, modalités et formes de délivrance du label de qualité, d'authenticité et de l'estampillage des produits de l'artisanat traditionnel
- Loi n° 08-16 du AouelChabane 1429 correspondant au 3 août 2008 portant orientation agricole.
- Art 2,Art 3,Art 7 du décretexécutif n'116352 du 7dhou el kaada 1432 correspondant au 5octobre 2011 fixant le statut-type des musées et des centre d'interprétation à caractère muséal

OUVRAGES

Alavoine-Mornas F., « Fruits et légumes de terroir : quelles relations entre les distributeurs et leurs fournisseurs ? », *La Grande Distribution Alimentaire*, Colloque SFER, Montpellier, 1997.

Bérard L., Marchenay P., « Le vivant, le culturel et le marchand : les produits de terroir », *Autrement*, n° 194

COURLET C *L'économie territoriale*, Grenoble, (2008) .

Claude Courlet : « Territoire et développement économique au Maroc : le cas des systèmes productifs localisés »,

DAMIEN ET DORVILLE (Le patrimoine de nos régions : ruine ou richesse future, Exemples de dynamiques territoriales 2011

DE LANNOY EL'accompagnement des entreprises artisanales par le réseau des chambres des métiers et de l'artisanat. L'offre de services. *in BOUTILIER S.L'artisanat et la dynamique de réseaux*, Université Côte d'Opale, Paris, l'Harmattan, .. (2011)

Dimou M, la dynamique d'évolution des systèmes productifs locaux, Grenoble, ,1994

DONSIMONI M, PERRET C. Capital social et développement territorial. Le cas de deux ensembles de Wilayate de Kabylie, colloque international, Développement local et gouvernance des territoires, Université de Jijel (Algérie), 3 au 5 novembre 2008.

DONSIMONI.M, KEMMAR.M, PERRET-KARNOT.C, *Les bijoutiers d'Ath Yenni : Construire une attractivité territoriale sur les savoir-faire artisanaux ancestraux*, Tizi-Ouzou, édition Achab.(2010)

Dr BARJOLLE, Institut d'économie rurale, « le lien au terroir » Mai 1998

Gouvernance locale et développement territorial, le cas des pays du sud, Améziane Férguène l'Harmattan, (2004)

Kotler P, Dubois B, Manceau D. « Marketing management », 13 éditions Person Education France, p.5.(2009),

LOUP S, RAKOTOVAHINY.M-A. (2010) Protection et valorisation de la créativité artisanale, *Management et Avenir* .

Maud Robert, »festivals et politique culturelle régional

Marchesnay M., Fourcade C., « Rationalités des politiques de développement local et PME », *3e Congrès*

Mollard A., Pecqueur B., Lacroix A.Y., « La rencontre entre qualité et territoire : une relecture de la théorie de la rente dans une perspective de développement territorial », *2nd International Conference of European Society for Ecological Economics*, université de Genève, 1998.

Nuria Ackermann Fabio Russo « les consortiums de valorisation de produits de terroir : une clé pour la valorisation inclusive et durable des produits typiques avec indication géographique », *in colloque national mondial sur les indications géographique-Lima /Perou juin 2011.*

Oussalem M-O Kabylie : Economie Contemporaine (artisanat et industrie), *Encyclopédie Berbère, XXVI Judaïsme-Kabylie*, Aix-en-Provence, EDISUD, (2004)

PERRET C. Capital social et Nucleus d'entreprises en Algérie, *Monde en développement*, n° 149,2010

PRODUITS DU TERROIR MEDITERRANEEN : CONDITIONS D'EMERGENCE, D'EFFICACITE et MODES DE GOUVERNANCE (PTM : CEE et MG) RAPPORT FINAL Juin 2005 Coordonné par Hélène Ilbert

SCUDELLER A, les produits sous indications géographiques. Avantages et inconvénients pour les producteurs ; le rôle des institutions régionales et locales, option Méditerranéennes : Série A .Séminaires Méditerranéens, N89,(2009),

SASSU A. Connaissances, progrès technique et développement économique.in SASSU A, *Savoir-faire et production locales dans les pays de la méditerranée*, Paris, ISPRON/PUBLISUD (2001).

Younes Adli(La Kabylie à l'épreuve des invasions, des phéniciens à 1900 - Ziriyab éditions)

ZORELI M A, « l'historique construit au niveau local et dynamique de développement : cas de Kabylie », éditions le SAVOIR, Tizi-Ouzou, 2006

THESE ET MEMOIR

- Thèse de LABIADH INES, sous la direction de Bernard Pecqueur : « le développement territorial et la valorisation des ressources spécifiques dans les zones difficiles : acteurs et gouvernance. Cas de la région Nord Ouest de la Tunisie » ; université Pierre Mendès France.
- CHERIET A *Mondialisation et stratégies industrielles : Cas de l'Algérie*, thèse en vue d'obtention d'un doctorat d'Etat en Sciences Economiques, Université Mentouri Constantine. (2007)
- Cours de stratégie de développement territorial, M2, semestre2 »management territorial et ingénierie de projet »2013.
- Cours de madame Tadjin module d'analyse territoriale.
- EMMANUEL Nathalie : »le festival et le droit «, Thèse Doctorat Université de Grenoble, 2011

TABLES DES MATIERES :

Introduction générale.....	1
PARTIE1 : SAVOIR FAIRE ET PRODUIT DE TERROIR : INSTRUMENTS D'ATTRACTIVITE TERRITORIALE.....	5
Introduction à la partie	5
CHAPITRE1 : PRODUITS DE TERROIR : DEFINITION DES CONCEPTS	6
Introduction	6
Section1 : élément théorique des produits de terroir.....	6
1.1 Définition des produits de terroir	7
1.2 Qu'est-ce que le patrimoine culturel immatériel ?.....	7
1.2.1 Définition du patrimoine culturel immatériel :.....	7
1.2 .2 Caractéristique du patrimoine culturel immatériel	12
1.3 Définition de l'artisanat :.....	12
1.4 Savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel.....	13
Section 2 : Produits de terroir en Algérie	15
2.1 Les dispositifs réglementaires et institutionnels concernant les produits de qualité.....	16
2.1.1Le dispositif réglementaire et législatif concernant la normalisation, la certification et les appellations d'origine	16
2.1.1.1Une première loi fondamentale	16
2.1.1.2 Des lois et des instruments juridiques et réglementaires spécifiques au domaine agricole et agroalimentaire et à la normalisation	17
2.1.1.3 Une loi cadre : la loi cadre 89-93 relative à la normalisation et à la propriété industrielle,	17
2.1.1.4 Des dispositifs juridiques et réglementaires relatifs à la valorisation de la qualité et des produits de qualité	17
2.1.1.5 Dispositifs institutionnels mis en place	17
2.2 Les produits de labels et à indication géographique.....	18
Conclusion	19
CHAPITRE2 : ESSAI D'INVENTAIRE DES PRODUITS DE TERROIR DANS LA WILLAYA DE TIZI-OUZOU	20
Introduction :.....	20
Section 1 : Recensement des savoir-faire traditionnels dans la willaya de Tizi-Ouzou (Artisanat d'art traditionnel) et plat traditionnelle.....	20
Sous-section1 : Fiche descriptive d'artisanat d'art et traditionnel de la willaya de Tizi-Ouzou :.....	22
1-1 L'historique du secteur de l'artisanat.....	22
1.2 Les missions du service de l'artisanat consistent essentiellement	23
1.3 L'artisanat a Tizi-Ouzou	24

1.3.1 Artisanat d'art traditionnel.....	26
1-3-2 Les principaux produits d'artisanats	26
1.3.2.1 La poterie <i>afekhar</i> :.....	26
Aperçu historique	26
1.3.2.2 La bijouterie et l'orfèvrerie <i>Lfettalaqvayel</i>	27
Aperçu historique	27
1.3.2.3 Tissage tapisserie(AZZETA).....	27
Aperçu historique :.....	27
1.3.2.4 La Sculpture.....	28
1.3.2.5 Peinture traditionnelle.....	29
1.3.2.6 La vannerie.....	29
1.3.3Définition d'un artisan	30
1.3.3.1 Avantage de la carte d'artisan	30
1.3.4Différents type d'artisanat	31
 Section2 : la valorisation des produits de terroirs par quel biais.....	32
2.1 Démarche des labels et les indications géographiques	32
2.1.1 Présentation des différents signes d'origine et de qualité.....	33
2.1.1.1 Les avantages des signes officiels d'origine et de qualité.....	34
2.2 Le marketing territorial	34
2.3La valorisation via les fêtes agraire de la wilaya.....	35
2.3.1 La fête de l'olivier.....	35
2.3.2La fête de la cerise.....	35
2.3.3La fête de la figue de barbarie.....	36
2.3.4 La fête de la figue.....	36
2.3.5 La fête des produits du terroir.....	36
2.4Valorisation via les manifestations locales:.....	36
2.4.1Les objectifs de ces événements.....	37
2.5 Création du musée de la ville de Tizi-Ouzou.....	38
2.6Le marketing de terroir par les acteurs externes au terroir.....	38
 Section3 : Le rôle et coordination des acteurs locaux	39
3.1Les acteurs institutionnel	39
3.1.1Direction du tourisme et de l'artisanat	39
3.1.1.1Les missions de la direction du tourisme et de l'artisanat et sa participation dans la valorisation de l'artisanat	40
3.1.1.2 Service de l'Artisanat	41
3.1.2 Direction de la culture.....	41
3.1.3 Les assemblés élus	42
3.2 Les acteurs sociaux	43
3.3 Les acteurs économiques.....	43
3.3.1 La maison de l'artisanat.....	43
3.3.2Les entreprises artisanales.....	44
3.4 Objectif de la coordination des acteurs.....	44

3.4.1 Définition de la gouvernance locale :	44
3.4.2 Le marketing de terroir par les acteurs du terroir.....	45
Conclusion	46
Conclusion de la partie 1.....	47

PARTIE2 : VALORISATION DES SAVOIR FAIRE ET DONC DES PRODUIT DE TERROIR : UNE CONTRIBUTION AU DEVELOPPEMENT TERRITORIALE

Introduction à la partie.....	48
CHAPITRE1 : ESSAI D'ANALYSE DU SECTEUR DE L'ARTISANAT EN ALGERIE ET LES DISPOSITIF MISE EN PLACE POUR SA VALORISATION.....	50
Section 1 : Les instruments de valorisation des savoir-faire artisanaux.....	50
1.1. Une valorisation du savoir-faire artisanal par la propriété intellectuelle.....	50
1.2 Une valorisation via les réseaux de l'artisanat	51
1.3 La valorisation par les acteurs consulaires	51
Sous section 1 : Genèse de La valorisation de l'artisanat traditionnel en Algérie	51
Section2 : système productif locaux pour le secteur de l'artisanat	54
2.1 Définition d'un SPL	54
2.2 Origines du système local de production SPL	56
2.3 Les caractéristiques du SPL	56
2.3.1 Le SPL, comme concentration géographique originale.....	56
2.3.2 Le système productif local	56
2.3.3 Une articulation forte entre le patrimoine socioculturel et la sphère économique.....	57
2.4 Points à retenir sur les systèmes locaux de production	58
2.5 Système productif local et artisanat : Essai de rapprochement.....	59
2.6 Les systèmes de productions locaux en Algérie pour le secteur de l'artisanat	62
Section3 : le rôle des institutions régionale et locales dans la valorisation des savoir faire locaux	64
3.1 La politique de promotion de l'artisanat	64
3.2 Les chambres de métiers et de l'artisanat CAM	65
3.2.1 Rôle et missions des CAM	67
3.3 Contribution de l'artisanat dans l'économie	67
3.3.1 L'évolution du nombre d'emploi crée.....	68
3.3.2 Évolution du nombre d'emploi créé par secteur.....	69
3.3.3 Encouragement de l'entrepreneuriat féminin	70
3.4 L'ANART « agence nationale de l'artisanat traditionnelle ».....	73
3.5 Le rôle des institutions régionales et locales	74
3.5.1 L'établissement de cahier des charges.....	74
3.5.2- la transmission et l'exploitation des normes administratives.....	75
3.5.3 -soutiens publics aux producteurs.....	75
3.5.4 Activités de promotion et d'information.....	76
3.6 Exonération fiscale des artisans activant dans l'artisanat traditionnel.....	76

3.6.1 Exonération en matière d'IFU.....	76
3.6.2 Exonération en terme IRG.....	76
3.7 Avantages fiscaux accordés aux jeunes promoteurs d'une activité artisanale.....	76
3.7.1 En matière d'enregistrement.....	76
3.7.2 En matière d'impôt direct.....	77
3.8 Les rôles de ces organismes l'ANART la CAMet la CNAM	77
Section4 : démarche Nucléi comme perspective de valorisation	78
4.1 Nuclei et territorialisation du capital social	78
4.2. Des expériences de gestion collectives créatrices de capital social en Algérie.....	80
4.2.1 Résultat	81
4.3 L'entrepreneuriat artisanal dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	81
Conclusion	82
CHAPITRE4 : ETUDE DE CAS AU NIVEAU LOCAL : EXEMPLE DU TAPIS D'ATH HICHEM.....	83
Introduction	83
Section 1: Estampillage des Tapis traditionnels Algériens.....	84
1.1 Les Caractéristiques et Estampillage des Tapis Traditionnels Algériens.....	84
1.1.1 Les caractéristiques techniques d'estampillage :.....	84
1.1.1.1 Les caractéristiques techniques de la production	85
1.1.1.2 Suivi de l'opération de l'évaluation de l'habilitation.....	87
1.1.2 Délivrance du Label de Qualité, d'Authenticité et de l'Estampillage des produits de l'Artisanat et des Métiers.....	87
Section 2 : démarche et outils de labellisation du Tapis.....	88
2.1 Quelques définitions juridiques	88
2.1.1 Les notions de labellisation et de certification.....	88
2.1.2 Le concept d'agrément	89
2.1.3 La certification	89
2.1.4 L'agrément.....	89
2.1.5 La labellisation (au sens du Code de la consommation)	90
2.1.6 La normalisation	90
2.1.6.1 les normes.....	91
2.1.7 Certification.....	91
2.1.8 Labels.....	92
2.2 ASPECTS ÉCONOMIQUES DE LA LABELLISATION	92
2.3 Lancement d'une Etude pour l'Elaboration d'un label des Produits Algériens.....	93
Section 3 : l'économie locale et savoir faire locale.....	97
2.1 Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	98
2.2 Présentation de la commune d'Ath Yahia :.....	99
2.2.1 Historique du village.....	99

1.2.2 Histoire du tissage	100
1.2.3 Ecole du Tissage AIT HICHEM	101
Section 4 : Appui de l'autorité publique pour la Labellisation du Tapis d'Ait Hichem	102
3.1 Mise en place d'un musée.....	102
3.2 Festival du tapis d'Ath Hichem	103
3.2.1 Définition de la fête	103
3.2.2 Définition du festival	104
3.3 Les impacts d'un festival sur son territoire	105
3.3.1 Les impacts économique.....	106
3.3.1.1 Les emplois directs	106
3.3.1.2 Les emplois indirects	106
3.4 Nouveau programme pour le secteur de l'artisanat.....	106
Sous-section 1 : présentation et exploitation des interviews.....	108
Sous-Section 2 : Création d'un SPL autour de la filière du tissage dans la willaya de Tizi-Ouzou	110
2.1 SPL TISSAGE	110
2.2 Démarche SPL.....	110
2.3 Les partenaires d'un SPL	111
2.4 Stratégie de projet.....	112
2.5 Résultats du Système Productif Local	112
2.6 Résultats de recherche.....	112
2.6.1 Les freins de valorisation et de Labellisation des savoir faire locaux notamment le Tapis	112
2.7 Contrainte de labellisation des produits artisanaux.....	114
Conclusion	114
Conclusion a la seconde partie	115
Conclusion générale.....	116
Annexes	
Référence bibliographique	
Liste des annexes et tableau	
Table des matières	