

LES LEVIERS D'INSERTION DE L'ARTISANAT ALGÉRIEN DANS L'ÉCONOMIE FONDÉE SUR LA CONNAISSANCE

Par : **LAOUDJ Ouardia**

Docteur en sciences commerciales
Maître de Conférences A – EHEC–Alger

Les leviers d'insertion de l'artisanat algérien dans l'économie fondée sur la connaissance

Par : **LAUDJ Ouardia**

Docteur en sciences commerciales
Maître de Conférences A – EHEC-Alger

Résumé

Cet article s'inscrit dans un travail de recherche qui a été confronté à «l'épreuve de l'étude de terrain». Il s'agit d'une part, de proposer les éléments théoriques qui nous semblent pertinents pour envisager la question de passage du secteur de l'artisanat à l'économie fondée sur la connaissance (EFC). Et d'autre part d'analyser les principaux leviers d'insertion du secteur dans l'économie du savoir, dont les artisans doivent s'approprier afin de développer des avantages comparatifs permettant à l'artisanat traditionnel algérien une meilleure visibilité sur le marché global.

Mots clefs: économie de la connaissance, Artisanat traditionnel, artisans, compétitivité, avantage concurrentiel.

Abstract

This article is part of a research that has been tested in the field. On the one hand, it provides the theoretical elements which seem relevant to consider the question of the craft sector passage into the knowledge-based economy (KBE). On the other hand, it allows us to analyze the main leverages of the sector integration in the knowledge economy of which the craftsmen must take ownership in order to develop comparative advantages allowing a better visibility to the Algerian traditional craft industry on the global market.

Key-words: economy based on knowledge, traditional handcraft, craftsmen, competitiveness, comparative advantage.

Introduction

La globalisation et le marché mondial ont ouvert les possibilités de développer la commercialisation de l'artisanat sur le marché global. La concurrence accrue a fait l'émergence de courants novateurs, qui moyennant les mécanismes de l'économie de connaissance dans l'artisanat, ont favorisé l'identification de l'avantage concurrentiel basé sur une réduction des coûts, et l'amélioration des valeurs distinctives (authenticité originalité, culturelles, artistiques) pour se démarquer des produits industriels sensiblement similaires.

Dans cette optique, des stratégies groupées d'approvisionnement, de formation, d'innovation, de promotion et de commercialisation se sont développées. Par ailleurs, la simplification de design traditionnels et la création d'autres, nouveaux, plus adaptés au goût du jour, ainsi que l'intégration des nouvelles technologies dans le processus de production et de commercialisation ont permis d'augmenter la compétitivité et garantir à beaucoup d'entreprises une meilleure position sur le marché.

Cette situation de l'artisanat dans le monde a donné naissance à un mouvement de révalorisation des produits artisanaux sur le marché mondial. C'est dans ce cadre que le symposium international de l'artisanat mondial de 1997 a fondé ses travaux sur l'évaluation **de la situation des produits de l'artisanat sur le marché mondial**. Au cours de ces travaux les participants ont été appelés à examiner les conclusions et les propositions formulées dans le document de travail "Situation présente et perspectives futures" (document CLT/CONF/604/5)¹. Cette évaluation confirme également l'importance d'une codification de ces produits afin d'assurer une nette distinction entre ceux-ci et les produits manufacturés. En fin dans sa globalité, le symposium a permis aux différents pays dans le monde d'exprimer leur forte volonté de développer leur artisanat.

Par ailleurs les principales préoccupations des nations à propos de la mise en valeur de leurs produits artisanaux sur le marché global ont été directement liées aux principaux piliers de l'économie fondée sur la connaissance.

Toutefois, malgré ses spécificités relatives à la culture, au patrimoine, l'histoire et à l'originalité, et l'authenticité, etc, l'artisanat d'art algérien confronte des barrières à l'entrée sur un marché global, dominé par une concurrence féroce. Car le consommateur est devenu plus exigeant ; Il exprime au jour le jour son besoin en produits plus innovants, et conformes aux normes de qualité, et de modernité.

À cet effet, nous tenterons à l'issu de cet article d'analyser et de comprendre, comment l'économie fondée sur la connaissance, pourrait-elle contribuer au développement des avantages compétitifs défendables, dans le secteur de l'artisanat traditionnel. Autrement dit ; voir comment générer des valeurs distinctives, permettant à l'artisanat de se différencier de ses concurrents, et de même, créer et maintenir une position concurrentielle sur un marché local et international. Notre problématique s'articule ainsi autour de la question principale suivante :

Dans quelles mesures l'économie fondée sur la connaissance (EFC) pourrait-elle promouvoir l'artisanat Algérien et augmenter sa compétitivité sur le marché?

¹ (Le Symposium international sur "L'artisanat et le marché mondial: commerce et codification douanière", organisé par l'UNESCO et le Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI), s'est déroulé au (PICC), à Manille, du 6 au 8 octobre 1997.

A la base d'une revue de la littérature traitant les principes fondamentaux du concept de l'économie fondée sur la connaissance, nous mettons en relief l'importance de l'EFC dans le développement de la compétitivité des entreprises et notamment les entreprises artisanales. nous tenterons suivant une démarche exploratoire du terrain à l'aide d'une enquête par sondage, sur un échantillon représentatif d'artisans, de vérifier La capacité d'appropriation des nouveaux savoirs par ce secteur dans un souci d'amélioration de sa position concurrentielle en termes d'attractivité et de compétitivité sur le marché.

I – les préoccupations des Etats, relatives aux produits de l'artisanat mondial sur le marché international.

Suite aux rapports des travaux du symposium de manille 1997, sont élaborés les fameux plans d'action de développement de l'artisanat traditionnel dans le monde . Leur contenu a été porté sur trois points fondamentaux liés aux questions qui ont été abordées et examinées par les participants ²(la codification, la protection et la commercialisation).

Les Etats participants ont posé leurs préoccupations (seront développées après la définition de l'artisanat) tout en se basant sur la définition des produits artisanaux maintenue lors du symposium:

« On entend par produits artisanaux les produits fabriqués par des artisans, soit entièrement à la main, soit à l'aide d'outils à main ou même de moyens mécaniques, pourvu que la contribution manuelle directe de l'artisan demeure la composante la plus importante du produit fini. Ces produits sont fabriqués sans restriction en termes de quantité et en utilisant des matières premières prélevées sur des ressources durables. La nature spéciale des produits artisanaux se fonde sur leurs caractères distinctifs, lesquels peuvent être utilitaires, esthétiques, artistiques, créatifs, culturels, décoratifs, fonctionnels, traditionnels, symboliques et importants d'un point de vue religieux ou social. »³

1– la codification :

Les participants ont examiné la question de la codification en se basant sur la définition des produits artisanaux formulée par l'UNESCO et le CCI. Il a été souligné que les agents des douanes auraient du mal à identifier les produits artisanaux en se basant sur une définition aussi générale que “essentiellement fabriqués à la main ou à l'aide d'outils à main” sans indication précise du pourcentage du produit fabriqué par ces moyens.

De même, les participants ont souligné la nécessité d'une nouvelle approche à l'égard de la question de l'utilisation exclusive de matières premières naturelles en voie d'extinction qui cèdent la place aux “matériaux durables”. Le concept de “quantité limitée” a également été évoqué.

2 122 délégués représentants des organismes publics, des organisations non gouvernementales, ainsi que des organisations régionales et internationales intervenant dans le secteur de l'artisanat dans 44 pays ont pris part au Symposium de manille 1997.)

3 Définition proposée par les membres lors du symposium international 1997 : “L'ARTISANAT ET LE MARCHÉ MONDIAL: COMMERCE ET CODIFICATION DOUANIÈRE” (Manille, Philippines, 6-8 octobre 1997)

2– La Protection :

Pour ce qui est de la protection, les participants ont brièvement examiné le cadre juridique institué par l'adoption de l'Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle (ADPIC), qui est une composante essentielle du renforcement juridique du système multilatéral de commerce. Par ailleurs l'importance de l'utilisation de moyens électroniques, concernant les créations artisanales aussi bien traditionnelles que modernes, ainsi que ses implications, ont été évoquées.

Le représentant d'une association artisanale amérindienne a expliqué la manière dont les tribus indigènes utilisent les dispositions juridiques disponibles pour protéger leur patrimoine traditionnel. Chaque tribu a déposé une marque de fabrique/commerce qui est utilisé par ses artisans, parfois en y associant leurs propres noms ou symboles. En même temps, une marque d'origine indélébile est exigée pour les produits étrangers similaires afin de protéger les consommateurs contre toute confusion.

Les participants ont souligné la nécessité d'un système de codification spécifique, base indispensable de toute protection.

3–la commercialisation :

En ce qui concerne la promotion, la même évaluation indique que le recours à de nouveaux outils, notamment l'Internet, en plus des méthodes conventionnelles (salons, catalogues) nécessite une réflexion approfondie sur leurs avantages et leurs inconvénients.

A ce propos, les participants ont souligné l'importance de l'ouverture et du développement des marchés internationaux.

II– Les principes fondamentaux de l'économie fondée sur la connaissance (EFC)

a– Le concept d'EFC :

plusieurs auteurs en économie (David, Lundvall, Eliasson, Pavitt, Winter, Teece) et en gestion (Drucker, Reich, Prahalad, Hamel), soulignent que dans un contexte où l'information devient abondante, le facteur rare devient la connaissance (source de compétitivité), c'est-à-dire la capacité à interpréter et traiter l'information caractérise le fondement de l'EFC (The Knowledge-Based Economy). Elle caractérise ainsi la transformation profonde– actuelle– du système économique. Cette transformation progressive de la société organisée autour de la production, de la circulation et de l'échange des savoirs, affecte tout à la fois les modes de production et de consommation, les sources de la croissance et de la compétitivité, les modes d'organisation et de management des entreprises, le processus de construction de compétences et d'acquisition de qualifications nouvelles pour le capital humain⁴.

⁴ <https://zonecours2.hec.ca/portail/?FR#cours=6-005-06> consulté à 20H52 LE 10/03/14

Plus récemment encore, Foray donne une définition des économies basées sur la Connaissance, selon laquelle, les économies contemporaines peuvent être considérées comme des économies dans lesquelles «la part des emplois intensifs en connaissance s'est considérablement accrue, le poids économique des secteurs d'information est devenu déterminant et la part du capital intangible a dépassé celle du capital tangible dans le stock réel de capital » (Foray 2000).

Pour Foray, l'économie actuelle est le résultat de deux « tendances longues » qui sont l'augmentation des ressources consacrées à la production et à la transmission des connaissances et l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication.⁵ Il définit ainsi l'économie de la connaissance « comme le secteur de production et de service, dont les activités sont intensives en connaissance, c'est-à-dire fondamentalement orientées vers l'innovation en vue d'offrir continuellement des produits et des services nouveaux à l'échelle mondiale » (Lundvall et Foray 1994)⁶.

Le terme « économie fondée sur le savoir » découle de la reconnaissance grandissante de l'importance de la connaissance et de la technologie dans les économies modernes de l'OCDE. Les économies de l'OCDE s'appuient de plus en plus sur le savoir et l'information⁷.

b– caractéristiques :

Pour Lundvall et Johnson (1994)⁸ les caractéristiques de l'économie basée sur la connaissance sont les suivantes : économie mixte, au niveau de laquelle le secteur public et ses politiques jouent un rôle important. Toutefois ses institutions de base, les entreprises et les marchés, sont mixtes. Ses marchés sont constitués d'habitudes, de règles et de normes et ils sont organisés pour la communication et l'échange d'information qualitative auquel il n'est pas possible de donner un prix. Ses entreprises montrent une diversité de formes organisationnelles qui influencent la communication entre les différentes personnes et services. Ses institutions en perpétuelle évolution créent un environnement pour des processus d'apprentissage interactif en produisant (interactive learning-by-producing) et d'apprentissage interactif en cherchant (interactive learning-by-searching), qui sont les principaux mécanismes de recombinaison et d'introduction de la connaissance au sein de l'économie.

c– les piliers de l'EFC

La compétitivité des entreprises à l'ère de l'économie du savoir demeure en étroite dépendance de l'efficacité du processus de production, de diffusion et de valorisation de la connaissance. En effet, il est de plus en plus reconnu que toutes les potentialités et tous les atouts dont dispose l'entreprise reposent sur le capital humain.

5 Frédéric Duvinage, op.cit.p24

6 Mohamed Cherchem, op.cit. p.4

7 <http://www.oecd.org/fr/science/sci-tech/1913029.pdf> consulté le 16/03/2014 à 15H19

8 Mohamed Cherchem, ibid

De nombreux travaux empiriques montrent que des secteurs se spécialisent dans la production de la connaissance (éducation, recherche et développement, formation, etc.....) alors que la connaissance est présente dans les différents domaines d'activités économiques : production, technologie, organisation et management, marketing, finances etc.

La compétitivité d'un pays, d'une entreprise ou d'un territoire dépend de sa capacité à accumuler et à mobiliser la connaissance qui est devenue un actif immatériel; une nouvelle forme de capital dans la sphère de biens immatériels.⁹ Quatre éléments sur lesquels se base l'EFC dans sa forme originale (Dahlman 2003)¹⁰, représente les quatre piliers de l'économie de la connaissance :

- un régime institutionnel et des incitations économiques qui incitent à l'usage de la connaissance existante et nouvelle et à la floraison de l'entrepreneuriat.
- des gens bien éduqués, qualifiés et créatifs.
- une infrastructure de communication qui permet un usage massif des TIC.
- un système national d'innovation (SNI) effectif.

Entre autre un cinquième pilier jugé essentiel c'est la gouvernance.¹¹

III– les leviers d'insertion du secteur de l'artisanat algérien dans l'EFC.

Etant donné que le champ de notre investigation c'est le secteur de l'artisanat traditionnel, nous allons étudier les dispositifs mis en place pour sa relance, et surtout ceux qui sont relatifs aux actions de l'innovation, de formation, et d'utilisation des TIC.

Ces actions constituent en réalité, les principaux piliers permettant à un secteur le passage vers l'économie de la connaissance.

1– Quelques éléments, sur le potentiel permettant au secteur de l'artisanat le passage à l'économie de la connaissance.

L'ordonnance n° 96 –01 a permis de mettre en place les formes de protection, de valorisation du secteur et d'assurer le cadre de son développement et de sa promotion.

a– La population des artisans et les valeurs générées

A la fin du premier semestre 2013, le nombre des entreprises artisanales était de 168801, voir une part de 22,57% de la population totale des PME dont leur nombre s'élève à 747 387¹². La population des artisans est répartie en fonction des domaines définis par la loi 01/96 à savoir l'artisanat de production des biens, l'artisanat de services et l'artisanat d'art. Ce dernier occupe depuis 2011 la

⁹ Djeflat. A, l'Algérie et les défis de l'économie ; Friedrich et Berti, 2008 ,p.6

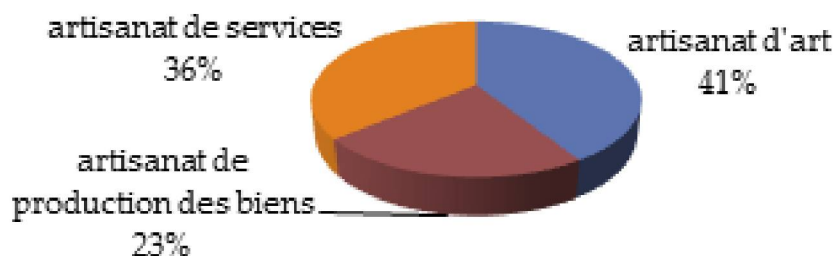
¹⁰ World bank , knowledge products and strategy ;emerging lessons, Avril 2003

¹¹ Djeflat.A, op.cit. p.8 (ce pilier a été proposé lors du séminaire d'Alger organisé conjointement par le CNES et la WBI les 10/11 septembre 2007.

¹² Ministère de développement industriel et de la promotion de l'investissements , bulletin d'information statistique de la PME , Alger ,1^{er} semestre 2013 ,p10

première place 41% , vu l'augmentation d'effectif féminin dans ce domaine (voir la figure n° 1).

Figure n° 1 : répartition des artisans selon les domaines de l'artisanat (2011)



Source : Direction des statistiques ; ministère du tourisme et l'artisanat : <http://www.mta.gov.dz>

Ces entreprises génèrent 345000 activités artisanales avec une contribution au cours de la même période d'environ 200 milliards DA à un taux de 1,09%.

En 2012, plus de 31 778 emplois ont été créés avec une part de 46% générée par le secteur de l'artisanat. Ce dernier demeure un moteur de développement économique et social, bien qu'il offre actuellement 572000 emplois, ce qui représente environ 5% de la main d'œuvre active.

Ces chiffres restent loin du besoin social et économique, tandis que le Maroc enregistre un poids considérable dans le PIB, avoisinant 19 %, faisant travailler près de 2 millions d'actifs, sur tout l'espace national, tant urbain que rural, ainsi que la Tunisie qui marque environ 5% dans le PIB avec 10% de la population active et 523 entreprises exportatrices des produits de l'artisanat d'art.

Le potentiel du secteur de l'artisanat réside dans la diversité et la richesse des activités artisanales, l'implantation géographique, l'existence de matières premières locales et l'abondance de la main d'œuvre et du savoir et savoir-faire ancestral.

La région Est a marqué la plus importante implantation des artisans (environ 45%), tandis que la région Centre du pays a inscrit un double pourcentage par rapport à l'Ouest (30%). Les 11% d'artisans restants sont implantés dans la région Sud. Cela peut être expliqué par la concentration des habitants dans la région Nord du pays et par le rapprochement de l'artisan du point d'approvisionnement¹³.

Les femmes activent avec une plus grande part dans les métiers d'artisanat d'art (31%), tandis que dans l'artisanat de services elles sont présentes avec une part de 11% hors que les hommes activent dans tous les secteurs avec une part dominante par rapport aux femmes, vu que cette population féminine exerce son métier à domicile et dans l'informel¹⁴.

¹³ : idem

¹⁴ Site du ministère du tourisme et d'artisanat ; <http://www.mta.gov.dz>

b– la formation : Plus de la moitié des artisans (56%) a acquis le savoir-faire principalement par le biais de :

- l'apprentissage auprès des maîtres artisans, qui a concerné 29% des artisans,
- la formation professionnelle dans un CFPA pour près de 27% d'artisans.

Pour le cas de l'apprentissage auprès d'un maître artisan, on note que les artisans n'étaient pas inscrits en parallèle dans un CFPA pour valider leurs acquis professionnels par un diplôme ou une attestation. Les artisans qui se déclarent autodidactes sont près de 18%.

Toujours dans le volet formation, une convention cadre a été signée entre le bureau international du travail et le gouvernement algérien représenté par le ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat en 2004, pour une formation en gestion d'entreprises (GERME)¹⁵.

c– la promotion et la commercialisation de l'artisanat traditionnel¹⁶:

Il s'agit du lancement d'un vaste programme de réalisation d'infrastructures de promotion, de soutien technique, de commercialisation et de contrôle de conformité des produits. La commercialisation des produits de l'artisanat traditionnel et d'art sur le marché national et international constitue un majeur obstacle pour le développement du secteur, notamment dans le domaine de l'artisanat traditionnel d'art. Pour cela, plusieurs plans annuels de promotion ont été mis en œuvre. Ils ont pour objectif d'inciter l'exportation des produits de l'artisanat traditionnels et d'art, et d'augmenter leur compétitivité et leur positionnement sur le marché étranger.

d – au niveau de la démarche qualité

Pour la démarche qualité, un vaste programme de réhabilitation et de qualification était mis en place entre autres nous citons :

- La formation par apprentissage auprès de maîtres artisans de 5000 jeunes dans différentes filières de l'artisanat traditionnel et d'art.
- L'organisation de 10 sessions de formation au bénéfice des cadres du secteur et d'artisans dans le domaine du design, du marketing et des techniques d'estampillage et de contrôle de conformité.
- La création des centres d'estampillage des tapis au niveau de Tipaza
- Lancement du processus de la normalisation avec l'institut algérien de la normalisation «l'IANOR ».

e– l'accompagnement économique et mise en réseau des artisans : des mesures d'accompagnement ont été mises en place pour permettre l'essor et le développement de cette filière :

- L'augmentation du nombre de chambres de l'artisanat et des métiers, à 48 chambres.

¹⁵ <http://www.mta.gov.dz/> le 12/10/13 à 01H

¹⁶ Idem, 2009 op.cit., p18-27

- Le soutien à l'émergence d'une confédération professionnelle nationale d'artisans et d'associations dans certaines activités (céramique, tapis et tissages, bijoux).
- Promotion de l'approche Nucléus pour une mise en réseau des artisans.
- Promotion du système productif local (SPL) dans une perspective du développement économique local.
- Création de trois pôles d'excellence vers la fin 2013 dans les domaines d'activité de dinanderie à Constantine, la céramique à Tipaza et l'orfèvrerie à Tiaret. Ils englobent des établissements publics de formation, de recherche scientifique, d'expérimentation, d'experts artistiques, d'encadrement et des artisans.
- Ouverture d'une école de formation à Tamanrasset en novembre 2013 par le secteur à l'aide des experts brésiliens, afin de former des maîtres artisans bijoutiers dans la taille de pierres de gemme semi- précieuses vu l'existence d'un important gisement de la matière première sur le site.

f- le financement ¹⁷: Selon une étude menée auprès des artisans en 2010, globalement plus de trois quarts (77%) des artisans déclarent connaître au moins un dispositif d'appui à l'investissement pour la création d'entreprise. Ils ne sont que 12%, parmi ceux qui les connaissent, à s'être inscrits dans l'un des dispositifs, soit environ 10 000 artisans. C'est d'ailleurs le dispositif de l'ANSEJ qui a été le plus sollicité par rapport à la CNAC et L'ANGEM, avec près de 7000 artisans.

Par ailleurs, le fonds national de la promotion de l'artisanat traditionnel (FNPAAT) contribue davantage au financement des artisans selon leur besoin, suivant une lourde procédure administrative.

g- l'Innovation et la créativité : les acheteurs identifient les produits artisanaux par leur degré de créativité qui constitue un élément principal d'attractivité. Pour cela l'innovation dans la production a été possible grâce au plan de formation qui est en cours depuis 2007. Ces formations sont destinés aux artisans afin qu'ils puissent acquérir des nouvelles techniques de fabrication et d'utiliser la nouvelle technologie dans la conception de leurs produits exemple : dessin assisté par ordinateur « DAO » et l'art numérique etc.

L'innovation commerciale aussi est rendue acquise grâce à l'internet via les réseaux sociaux, les outils du « web 2.0 » et les mobiles (la 3G).

La propriété intellectuelle quant à elle peut protéger les créativités et réduire le danger d'imitation et de la contrefaçon¹⁸. Elle incite aussi l'innovation et la création. Deux organismes à l'échelle nationale existent et capables de protéger les créativités des artisans à savoir : l'ONDA et l'INAPI

¹⁷ Dalil souami, l'analyse de secteur de l'artisanat, séminaire de formation, cnam, 2010 .

¹⁸ Guide pratique, OMPI, « le marketing des produits de l'artisanat et des arts visuels; le rôle de la propriété intellectuelle ; Genève ; 2003 ; p5. www.wipo.int/fr/index.html

h– la gouvernance : en vue de renforcer le dialogue entre les institutions publiques et les artisans d'une part, et de créer une vraie dynamique de travail collaboratif d'autre part, des mécanismes de coordination sont nécessaires au bon fonctionnement du réseau de Nucléus, des SPLs et des pôles d'excellence. Dans ce sens, le nombre de chambres de l'artisanat et des métiers a été augmenté, il est passé en 2011 de 31 à 48 pour une moyenne d'une CAM par wilaya. L'émergence d'une confédération professionnelle nationale d'artisans et d'associations a été consolidée dans certaines activités (céramique, tapis et tissages, bijoux) exemple : Association nationale des céramistes « AYADI » et le réseau national des femmes artisanes « ARESART ».

g– Les TIC : la technologie d'information et de communication est l'un des facteurs impératifs au développement, à la promotion et à l'innovation de l'artisanat, la raison pour laquelle est installé le système d'information PROMETICA, CIDATA, et les sites internet des organismes d'encadrement de l'artisanat : CNAM, CAM et ANART.

A cet effet une vitrine nationale des artisans sur le web à travers un annuaire des artisans en ligne, a été créée par l'ANART en lien avec les CAMs.

Pour une stratégie de formation large, le secteur est doté d'une plate-forme de formation à distance (e-learning), destinée aux artisans (en phase d'essai).

Le système d'information constitue aussi un outil de communication et d'aide à la prise de décision exemple : PROMETICA pour la gestion du fichier statistique au niveau de la CNAM

2–quelques résultats de notre enquête ; relatifs aux leviers d'insertion du secteur dans l'EFC.

Les résultats qui vont être présentés, sont tirés d'une étude quantitative du terrain, fondée sur une enquête lors du 17ème salon international de l'artisanat en Algérie, du 3 au 14 novembre 2012, auprès d'un échantillon de 244 artisans exposants déterminé par convenance, composé de 48% femmes et 52% hommes. Ils sont venus de 41 wilayas du pays, de différentes régions, étant la plus grande représentation de wilayas d'Alger, de Tizi-Ouzou et de Telemcen, appartenant à des domaines d'artisanat divers, selon la spécificité régionale. La totalité des exposants sont interviewés en face à face par les étudiants en Master, de l'école des hautes études commerciales (HEC Alger).

Pour notre analyse de données, on a utilisé le Tri à plat et le Tri coisé (analyse univariable et bivariable) moyennant le logiciel SPSS. L'association des variables étudiées a été testée par le paramètre d'association Khi-deux.

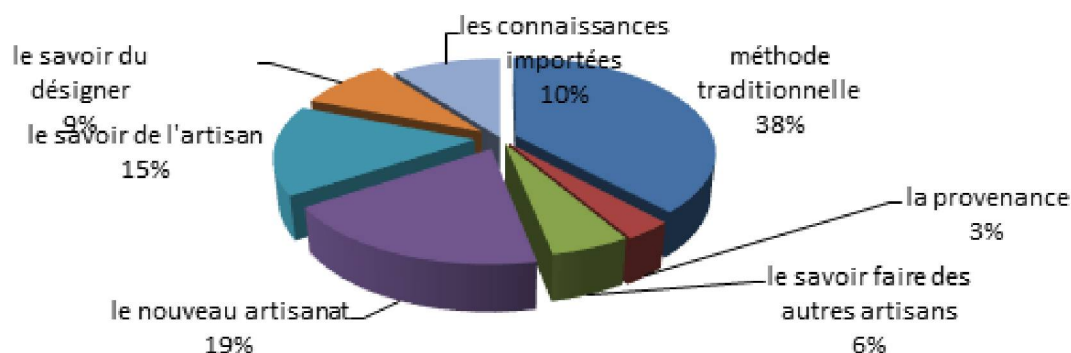
Nous allons discuter quelques résultats obtenus dans le cadre de la problématique de notre sujet dans les points suivants :

a – au niveau de l'innovation :

● le savoir utilisé dans la conception des produits artisanaux

concernant la conception des produits de l'artisanat d'art, les artisans se réfèrent principalement aux méthodes traditionnelles avec un taux de réponse de 38% . une tendance vers le nouveau artisanat estimé à un taux de 19% de reponse. les artisans préfèrent utiliser leur savoir au lieu d'importer d'autres connaissances appartenants au autres artisans ou bien les designers (voir la figure n°2) .

Figure n°2 : le savoir utilisé dans la conception des produits artisanaux

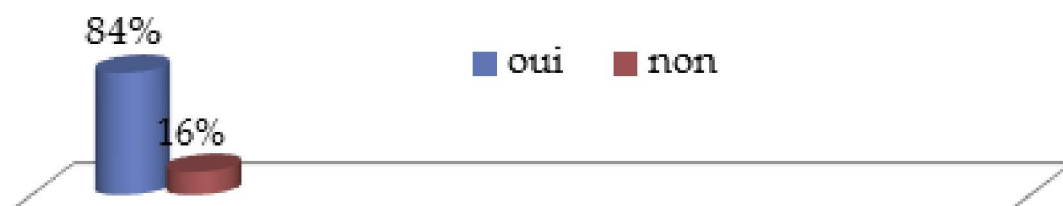


● l'innovation facteur de sauvegarde de l'artisanat

Sauvegarder le métier ancestral, représente en temps actuel une vraie problématique du secteur. Car d'un côté l'artisan doit innover afin de répondre à la nouvelle tendance de consommation, donc cela constitue un réel défi pour les artisans sur un marché concurrentiel. Et d'un autre coté il se voit responsable du symbole, émetteur des messages de l'histoire et un défenseur de l'identité et du patrimoine du pays.

Dans cette optique, le résultat obtenu montre clairement que la balance se penche fortement dans le sens d'innovation, avec un taux de réponse de 84%. Donc les répondants sont convaincus que l'innovation est un facteur de sauvegarde de l'artisanat.

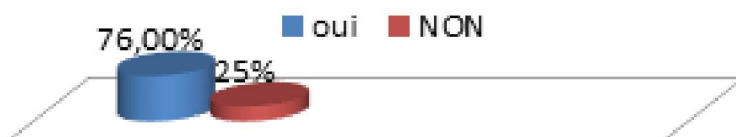
Figure n°4 : l'innovation facteur de sauvegarde de l'artisanat



● **la technologie est un facteur d'innovation dans l'artisanat**

L'utilisation de la technologie est considérée par les artisans comme un facteur important dans l'innovation de leurs produits, avec un taux de réponse de 76%, (voir la figure n°4).

Figure n°5 : la technologie est un facteur d'innovation dans l'artisanat



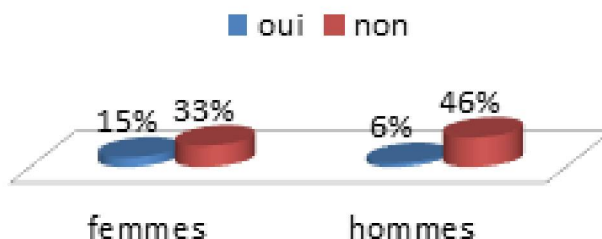
Les artisans expriment une perception positive d'appropriation des nouvelles technologies. Ceci traduit leur aptitude et leur volonté d'être insérés dans une approche d'économie fondée sur l'innovation.

b– Au niveau des TIC :

● **utilisation d'internet dans la conception des produits artisanaux**

Un autre élément impératif, c'est l'utilisation de l'internet dans le développement de l'artisanat. Nous avons constaté que la majorité des répondants (artisans) n'utilisent pas l'internet dans leur activité. Ainsi les résultats montrent que pour ceux qui l'utilisent, le taux de femmes dépasse deux fois le taux des hommes (voir la figure n°5). Donc les femmes artisanes ont plus d'aptitude de faire passer leur activité à l'économie du savoir.

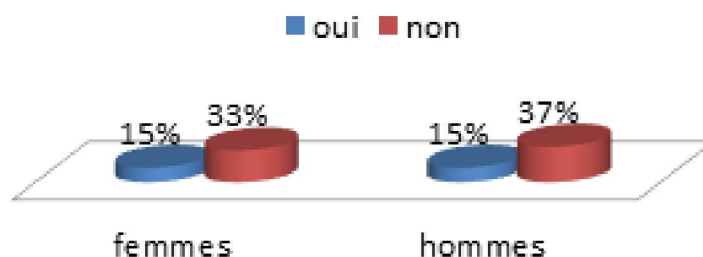
Figure n°5 : utilisation d'internet dans la conception des produits artisanaux



● **Utilisation de l'ordinateur dans la production des produits artisanaux**

C'est vrai que la perception des artisans est positive par rapport à la nécessité d'introduction des nouvelles technologies dans la fabrication de leur produit, mais d'après les résultats, les répondants non utilisateurs de l'ordinateur (DAO) dans la phase de conception représentent le double de ceux qui l'utilisent. Cela explique que les artisans s'attachent toujours aux anciennes méthodes héritées, donc ceci confirme le premier résultat (voir figure n°2).

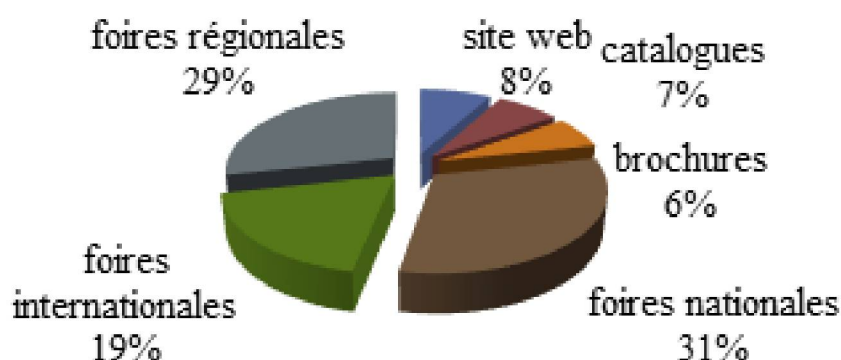
Figure n°6 : Utilisation de bordinateur dans la production des produits artisanaux



● Utilisation du site web dans la promotion de l'artisanat

Un très faible taux d'utilisation des sites web. 8% seulement des artisans répondants s'approprient d'un site internet, dans le but de promouvoir et vendre leur produit (voir la figure n°7et8).

Figure n°7 : techniques promotionnelles



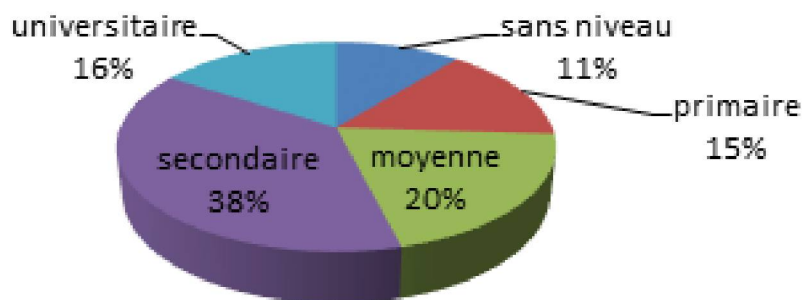
Les techniques les plus appropriées par les répondants sont les foires. Car ça leur permet non seulement de mieux convaincre leurs clients directement (tester, sentir, toucher et goûter le produit) mais aussi de vendre une quantité considérable en un temps record par rapport à la vente en ligne (D'après les entretiens avec les artisans).

C- au niveau de la formation

● Le niveau de la scolarisation

Vu que l'exercice de l'artisanat repose principalement sur le savoir et le savoir-faire hérité, transféré du père en fils par l'apprentissage, le niveau de la majorité des artisans répondants se limite d'après les résultats au niveau secondaire avec un taux de 38%. On constate aussi qu'un taux considérable de 16% représente les artisans du niveau universitaire et que le plus faible taux (11%) représente les répondants qui n'ont aucun niveau. Cela explique l'émergence d'une nouvelle tendance d'appropriation des métiers par une population d'un haut niveau du savoir. Ceci constitue un indicateur positif de passage du secteur vers l'EFC.

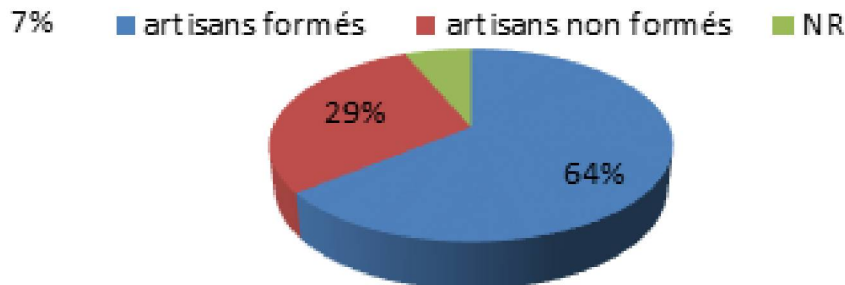
Figure n°8 : le niveau de scolarisation des artisans



● **Taux d'artisans formés et non formés:**

La carte d'artisan est l'un des critères obligatoires pour participer au salon, sachant que l'obtention de celle-ci exige de l'artisan d'être titulaire d'un certificat ou d'un diplôme de formation. Ce qui signifie que tous les artisans participants doivent être formés dans leurs métiers, hors qu'un taux de 29% d'artisans non formés ressort des résultats obtenus. On peut constater donc que les artisans détenant la carte d'artisan ne sont pas forcément passés par une formation qualifiante ou bien les participants ne détiennent pas la carte d'artisan! Par ailleurs un taux élevé de 64% des artisans qui sont formés dans leur métier permet un éventuel passage à l'EFC (voir la figure n°9).

Figure n°9 : Artisans formés et non formés:

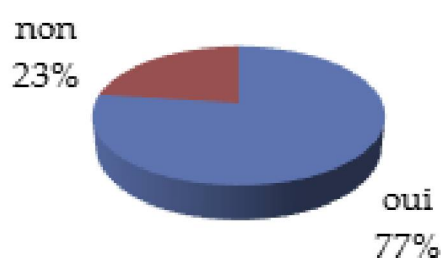


D- au niveau des autres leviers importants pour le passage du secteur à l'EFC

Financement des actions promotionnelles et notamment la participation aux foires et salons

Les techniques promotionnelles les plus utilisées par les artisans sont les foires et salons. Malgré le coût élevé, 77% des répondants financent eux même leur participation. Les artisans désormais expriment leur propre volonté de communiquer et de promouvoir leurs produits.

Figure n°11 : le financement de la participation au salon

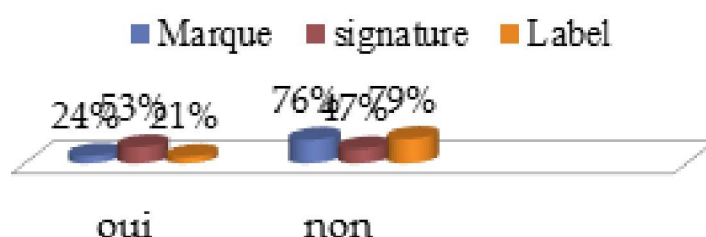


● La protection des créativités

Le dépôt légal de marques de certification, de marques collectives, des indicateurs géographiques, des brevets, de dessin ou de modèles créatifs, permet non seulement d'identifier la source d'un produit artisanal, mais aussi de garantir la qualité constante des créativités et protège ainsi les artisans contre les copies ou imitations illégales¹⁹.

Ce qui ressort de nos résultats, à propos de la perception des artisans interrogés par rapport à la protection de leurs produits, un taux de 53% des répondants qui mettent leur signature sur le produit afin de l'identifier, et seulement 24% qui possède une marque ou un label (voir la figure n°12). Ceci peut être expliqué par le manque de culture de protection de produit et l'ignorance du rôle important de la propriété intellectuelle dans la promotion et la compétitivité.

Figure n°12 : la protection des produits artisanaux

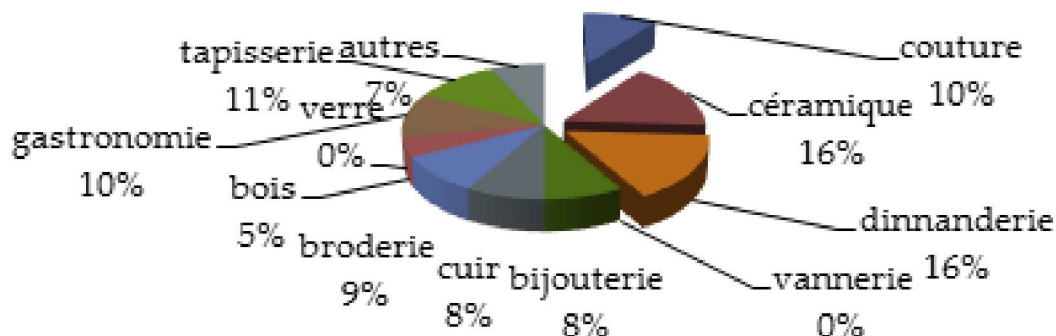


● L'exportation de l'artisanat

Concernant la vente des produits de l'artisanat traditionnel sur le marché étranger, les artisans souffrent de divers goulots d'étranglement se rapportant à la logistique, au financement et lourdeurs administratives. Les artisans céramistes et dinandiers, représentent le taux le plus élevé en matière d'exportation. Dans le reste des métiers très peu d'artisans qui exportent (moins de 10%) et dans la vannerie aucun n'exporte. le tapis enregistre un énorme recule depuis les années 80, dont que 11% des répondants déclarent l'exportation voir figure n°13.

¹⁹ CCI/OMPI, Le marketing des produits de l'artisanat et des arts visuels :Le rôle de la propriété intellectuelle Guide pratique, Genève, 2003, P.59

Figure n°13 : répartition des artisans par produits exportés



Conclusion

Le secteur de l'artisanat vu son instabilité, institutionnelle, organisationnelle, et structurelle, très peu des objectifs de sa politique de développement qui ont pu voir le jour, malgré tous les dispositifs institutionnels exprimés par le pouvoir public. Ces dispositifs si ont été mobilisés avec toutes les capacités humaines existantes et notamment les artisans dans les différents métiers de l'artisanat, qui compte actuellement environ 340 activités, et à l'aide des 48 chambres veillant sur l'organisation et l'application des plans d'action mis en place, les résultats attendus dans le cadre de grandes orientations stratégiques en corporation avec les institutions étrangères et notamment avec l'union européenne à travers les programmes de mise à niveau et de jumelage P3A auraient été atteints.

Le constat qu'on peut faire après notre étude est que la croissance et la compétitivité de ce secteur, dépendent fortement de la capacité d'intégration de toutes ses composantes dans une approche de management de la connaissance. Les artisans ne peuvent faire pousser seuls les leviers de leur croissance vers la hausse si les infrastructures ne répondent pas aux exigences de l'économie fondée sur la connaissance.

Des progrès importants ont été faits, plus au moins dans la formation mais, il reste un énorme travail à faire dans les autres piliers majeurs de l'EFC, à savoir : l'innovation, les TIC, les mécanismes de financement, et institutionnels, l'organisation et la gouvernance des institutions d'encadrement des artisans ainsi que la promotion, la protection de leurs créativités et la revalorisation du patrimoine culturel

Bibliographie.

- Benchimol, Guy : L'Entreprise à l'heure de l'Économie de la Connaissance, Edition Guy Benchimol, 2006
- Barney J. B., « The Resource-Based Theory of the Firm », Organization Science, vol. 5, 1996, p. 469-486.
- Cherchem Mohamed, La connaissance et l'innovation dans les services comme un facteur de compétitivité : cas des banques et des assurances publiques algériennes ; colloque international, le capital humain dans les économies contemporaines, CHELEF, Algérie, 13-14- 12-2011,
- CCI/OMPI, Le marketing des produits de l'artisanat et des arts visuels :Le rôle de la propriété intellectuelle Guide pratique, Genève, 2003,
- Djeflat, Abdelkader « l'Algérie et les défis de l'économie de connaissance » ;in, <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/algerien/06412-etude.pdf>
- Djeflat. A, l'Algérie et les défis de l'économie ; Friedrich et Berti, 2008
- Foray Dominique, l'économie de la connaissance, la découverte, Paris, 2009
- Foney Hervé, la gestion de la connaissance métier », in <http://dialog.ac-Reims.fr>.
- Guilhon Bernard, Levet Jean-Louis, De l'intelligence économique à l'économie de la Connaissance ; Economica, paris, 2003
- SADIK Hanane, Le transfert intergénérationnel de connaissance : de quoi parlons-nous Survol théorique et empirique, in, ouvertes.fr/docs/00/08/42/58/PDF/ .
- OUBRICH Mourad, Processus d'intelligence économique : Transformer l'information en connaissance, article Université de la Méditerranée, consulté en ligne.
- OCDE/GD(96)102, l'économie fondée sur le savoir, paris, 1996
- Verna Gérard, Durst Nicolas : Intelligence économique de la « gesticulation » à la « déception », article publié dans la revue de gestion, n : 4, volume 17, 2000
- World bank , knowledge products and strategy ;emerging lessons, Avril 2003.