Intitulé de la communication : les labels au service de la protection de l'artisanat

Manel Benabdelbaki
Doctorante
ESC – P.U Koléa – Algérie-

D.Kamila Ghidouche Aït-Yahia
Maitre de conference
– ENSM – P.U Koléa– Algérie-

Résumé :

L'artisanat algérien à la différence de l'artisanat des autres pays se caractérise par une grande richesse du à sa variété et à sa diversité sur le plan des formes, des couleurs des signes et des matériaux utilisés. Cette richesse reflète le patrimoine culturel des artisans Algériens. L'artisanat traditionnel détient une place importante dans les activités culturelles, économiques et patrimoniales du pays et c'est dans ce contexte que leur protection et leur promotion sont devenue une priorité et la responsabilité de toutes les parties prenantes.
Le label est l'un des composantes de la propriété intellectuelle du fait qu'il joue un rôle primordial de protection de l'aspect extérieur. De plus en plus d'artisans font appel au label d'origine afin de promouvoir les qualités résultantes de l'origine géographique de production.
L'objectif de ce papier est d'examiner le rôle l'intérêt que jouent les labels dans la stratégie de promotion des produits artisanaux et ainsi répondre à la question suivante : « Quel est le rôle du label dans la protection et la promotion des produits artisanaux ? ». Pour y parvenir, nous allons effectuer une revue de littérature sur le sujet mais aussi illustrer nos propos à travers l'exemple du royaume du Maroc connue par sa richesse artisanal.

Mots clés : propriété intellectuelle; labels, marques, artisanat

الملخص:

تتميز الحرفية الجزائرية على غرار حرف الدول الأخرى بمجموعة متنوعة وثرية على صعيد الشكل والعلامات والمواد المستخدمة وحتى الألوان فهي أصبحت ثروة تعكس التراث الثقافي للحرفية الجزائرية. الحرف التقليدية لها وزنها في الأنشطة الثقافية والاقتصادية والتراثية للبلاد وفي هذا السياق كانت حمايتها وتعزيزها من أولويات ومسؤوليات جميع الأطراف المعنية

الوسم هو واحد من مكونات الملكية الفكرية تلعب دورا حيويا لحماية عنصر من عناصر الملكية الفكرية ألا و هو : المظهر الخارجي لمتوج الحرف اليدوية و لهذا يسعى الحرفيين لاستغلال وسم " أصل المنتوج" الذي يختلف عن المؤشر الجغرافي و يسعى لترويج المنتج وتعزيز الجودة و الناتجة عن المنشأ الجغرافي

الهدف من هذه المشاركة هو التركيز على واحدة من آليات الملكية الفكرية و التي هي العلامة: علامة الجماعية و علامة الشهادة من أجل دراسة دورها الذي يمثل حجر الزاوية لحماية هذه الحرفة والدور الذي تلعبه هذه الأوسمة في الحرف اليدوية و إستراتيجية ترويج المنتوجات الحرفية عن طريق محاولة الإجابة على الإشكالية التالية "ما هو دور الوسم احد مكونات الملكية الفكرية في حماية وتعزيز الحرف اليدوية؟" و للإجابة على هذه الأطروحة سنتطرق لدراسة مكتبية حول الموضوع و تبريرها بدراسة مملكة المغرب المعروفة بصناعتها التقليدية.

الكلمات المفتاحية: الملكية الفكرية، الوسم ،العلامة ،الحرفية

Introduction

L'artisanat est considéré comme une porte de développement économique mondiale en perspective. IBN KHELDOUNE dans son chef d'œuvre « EL MOKADIMAH » Tome II disait « La valeur d'un homme c'est ce qu'il sait faire (de ses mains et de son cerveau » ce qui veut dire que toute la valeur de l'humain réside dans sa capacité à créer de la valeur ajouté physiquement et mentalement. Les savoirs traditionnels et les expressions culturelles traditionnelles, y compris les produits de l'artisanat, sont des actifs culturels, sociaux et historiques précieux pour les communautés qui les perpétuent, les exploitent et les développent.

Ce sont aussi des actifs économiques qui peuvent être utilisés, commercialisés ou concédés sous licence aux fins de la création de recettes et du progrès économique. Malheureusement, les techniques traditionnelles, ainsi que l'esthétique, la réputation et le style des produits de l'artisanat, sont toutefois exposées à l'imitation et à l'appropriation illicite. Des imitations trop souvent bon marché nuisent aux ventes des produits de l'artisanat traditionnel et à la réputation de qualité des produits authentiques.[1]

Le droit de la propriété intellectuelle est, dans la société de la connaissance d'aujourd'hui, couramment associé aux stratégies d'innovation des entreprises et aux politiques destinées à la promouvoir (Foray, 2000 ; Laperche, 2001). Brevets, marques, modèles, mais aussi droit d'auteur sont les mécanismes qu'offrent la propriété intellectuelle (PI) afin de protéger et limiter les imitations déloyale que subissent toute catégorie de produits confondue ou l'artisanat fait partie.

1. Revue de littérature :

a. Définition de l'artisanat :

Selon le guide de l'artisan Algérien il existe de type d'artisanat, l'artisanat traditionnel et l'artisanat d'art et donne ces deux définitions[2] :

L'artisanat traditionnelle : « On entend par artisanat traditionnel, 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, la dinanderie, etc... »

L'artisanat d'art : « L'artisanat d'art se caractérise essentiellement par la mise en œuvre de la part de l'artisan, d'un savoir faire et d'une créativité, authenticité et exclusivité. Il suppose en d'autres termes, une grande qualification de l'artisan. »

b. Droit de la propriété intellectuelle :

La propriété intellectuelle fait partie de la propriété immatérielle qui peut être revendiquée par des personnes physiques, ou moral. En effet, les DPI sont exercés sous la forme de droits exclusifs sur les produits qui incorporent l'information protégée [Lallement, 2009]. Or, les Droits à la Propriété Intellectuelle (DPI) sont les droits conférés à l'individu par une création intellectuelle. Ils donnent généralement au créateur un droit exclusif sur l'utilisation de sa création pendant une certaine période (20 ans en moyenne). La PI regroupe la propriété industrielle et la propriété littéraire et artistique.

Pour ce qui est de la propriété industrielle, elle vise la protection et la valorisation des inventions, des innovations et des créations. Ces droits s'acquièrent suite au dépôt d'un brevet, d'un dessin ou d'un modèle ou d'une marque. Ils donnent à son détenteur l'exclusivité d'exploitation (sanctionné par l'action en contrefaçon).

Ils constituent de ce fait une «arme» défensive et offensive pour les entreprises détentrices de ces droits (CDIP/OMPI, 2010).

Pour ce qui est de la propriété littéraire et artistique, elle s'attelle avec le droit d'auteur à protéger les œuvres littéraires, l'artisanat ; les créations musicales, graphiques, plastiques, créations de mode, les logiciels et «droits voisins» (les artistes-interprètes, les entreprises de communication audiovisuelle, etc.).

1.La propriété intellectuelle et l'artisanat :

Du point de vue de la propriété intellectuelle, les produits de l'artisanat peuvent avoir trois composantes distinctes :

• le savoir-faire : l'ensemble des compétences et des connaissances requises pour les créer et les fabriquer.

• l'apparence extérieure : la forme et l'esthétique;

• la réputation : résultat du style du produit artisanal, de son origine ou de sa qualité;

Chaque composante peut être protégée par un droit de propriété intellectuelle distinct. Par exemple, le savoir-faire pourrait être protégé par des brevets ou en tant que secret d'affaires, l'apparence extérieure par le droit d'auteur ou au titre de dessins ou modèles industriels et la réputation par des marques de produits, des labels, des indications géographiques ou la législation sur la concurrence déloyale.

1.1 Protéger le savoir-faire associé aux produits de l'artisanat

Brevets

Un brevet est un droit exclusif conféré sur une invention. En règle générale, un brevet octroie à son titulaire le droit de décider de la manière et de la possibilité que l'invention peut être utilisée par des tiers. En contrepartie, le titulaire du brevet met les informations techniques sur l'invention à la disposition du public dans le document de brevet publié aussi le titulaire d'un brevet pourra empêcher les tiers d'utiliser l'invention pendant une période déterminée, en général 20 ans (Wipo 2016)

Les brevets peuvent conférer une protection indirecte aux produits de l'artisanat en protégeant le procédé ou les outils utilisés pour les fabriquer lorsqu'un artisan a amélioré considérablement un procédé antérieur ou inventé un nouveau procédé pouvant faire l'objet d'une application industrielle.

Secrets d'affaires

A la différence des marques, du droit d'auteur, des dessins, modèles et brevets, les secrets d'affaire qui font partie intégrante de la stratégie créative de 75% des sociétés (Annabelle Gauberti) et s'explique par toute information confidentielle procurant à l'artisan un avantage concurrentiel, Les secrets d'affaires portent sur la composition ou la conception d'un produit, une méthode de fabrication ou le savoir-faire nécessaire pour réaliser une opération particulière.Les artisans qui détiennent des secrets d'affaires peuvent empêcher les tiers de les acquérir, de les divulguer ou de les utiliser sans leur autorisation.

2. Protéger l'apparence extérieure des produits de l'artisanat :

Droit d'auteur

Les artisans recourent à la production des œuvres créatives qui peuvent être protégées au titre de la législation sur le droit d'auteur cette protection par le droit d'auteur prend effet automatiquement

dès la création d'une œuvre et protège les produits issus de la créativité et confère aux titulaires des droits exclusifs qui leur permettent de bénéficier de ressources financières à long terme mais d'une durée déterminée, en général jusqu'à 50 ans après le décès de l'auteur la protection conférée au titre du droit d'auteur comprend aussi le droit moral comme la revendication de la paternité de l'œuvre ou du respect de l'intégrité de l'œuvre.

Dessins et modèles

Parmi les éléments les plus importants dans les produits artisanaux est son design, son apparence extérieure sa forme et couleurs comme la forme d'une jarre ou bien les couleurs et le modèle d'un collier, ces éléments font appel à la protection à travers le dépôt des modèles et dessins.

Dans la plupart des pays, un dessin doit être enregistré pour pouvoir être protégé. En outre, il doit être nouveau et original et avoir un caractère individuel sa protection est accordée pour une durée limitée en général 25 ans au maximum mais ce n'est pas un cas échéant pour tous les pays car d'autres ne donnent ce privilège qu'au modèles et dessins industriel et exclut l'artisanat.

Protection de la réputation et du caractère distinctif des produits de l'artisanat :

La protection des caractères distinctifs des produits de l'artisanat se fait par l'appel de plusieurs mécanismes dont les marques ou on trouve les labels, les indications géographiques et la concurrence déloyale.

Les marques :

La marques est un ensemble de signes comme : les mots, les chiffres, les couleurs ou les formes qui sert à distinguer les produits et services disponible sur le marché et indiquer leurs origines

L'enregistrement et l'utilisation d'une marque visent à développer l'aspect conatif des produits artisanaux authentiques aux consommateurs et d'accroître leur valeur commerciale, l'enregistrement confère au propriétaire de la marque le droit exclusif d'empêcher les tiers d'utiliser, pour des produits ou services identiques ou similaires ce qui évite leur confusion, la législation sur les marques confère aussi une protection contre l'enregistrement de marques trompeuses par des tiers. Par exemple, si quelqu'un dépose une demande d'enregistrement d'une marque qui suggère de façon erronée qu'un produit ou service a une origine autochtone pour inciter les consommateurs à l'acheter, l'unité chargée de l'enregistrement doit la rejeté (CDIP/OMPI, 2010).

Labels marques collectives et de certification :

Marques collectives : elles sont définit comme marques qui sont utilisées pour distinguer les produits et/ou services des membres d'une association (d'un group de personnes) de produits et/ou services d'autres personnes Il n'y a aucune exigence de certification et tous les membres de l'association ont le droit d'utiliser la marque (Wipo 2010) [3], Aussi on retrouve le « label collectif » qui pour en bénéficier de ce label l'entreprise doit être membre de l'organisation qui est en est propriétaire. Ce qui signifie être une entité commerciale propriétaire d'une marque préexistante. Le label collectif est l'expression d'une stratégie de co-marquage (co-branding).

- <u>Marque et label de certification :</u>

Selon Chameroy et Chandon[1] (2010) on parle dans ce cas du « label de certification » qui est la traduction de l'expression anglo-saxonne « Certification marks » et qui signifie que l'entreprise répond aux normes, au cahier de charge et au contrôle. Le label est l'expression symbolique de cette certification.

Certification ne doit pas être confondue avec « approbation », la marque certifiée est seulement conforme à un cahier des charges. Il existe une nuance avec ce que les anglosaxons appellent « seal of

approval » que l'on pourrait traduire par « label de garantie ». Dans ce cas, l'organisme qui gère ce type de label, qu'il y ait ou non un cahier des charges, s'engage financièrement à régler d'éventuels litiges.

L'enregistrement et l'utilisation d'une marque collective ou d'une marque de certification peuvent aider les communautés à différencier leurs produits artisanaux et à faire la promotion, au niveau national et international, et améliorer le niveau de vie des artistes qui les ont fabriqué et leur permettre d'obtenir des revenus justes et équitables. Ces marques permettent de sensibiliser le public et prouver l'authenticité des produits ce qui permet de fournir des assurances aux consommateurs dans ce domaine.

Si les marques de certification et les labels d'authenticité n'empêchent pas la vente d'imitations, elles peuvent toutefois avoir un effet dissuasif en permettant de distinguer les produits de l'artisanat traditionnel qui sont authentiques[4].

Indications géographiques :

Une indication géographique est un signe apposé sur des produits ayant une origine géographique particulière, qui possèdent des qualités ou une renommée dues à ce lieu d'origine. En règle générale, une indication géographique se compose du nom du lieu d'origine du produit : c'est le cas de "Jamaica Blue Mountain" ou "Darjeeling". Mais des noms qui ne sont pas des noms géographiques, tels que ou "huile d'argan", ou des symboles couramment associés à un lieu, peuvent aussi constituer une indication géographique. En substance, c'est la législation nationale et la perception des consommateurs qui permettront de déterminer si un signe constitue ou non une indication géographique « wipo 2015 [5]».

La différence entre indication géographique et label d'origine (Appellation d'origine protégée AOP) :

L'appellation d'origine est un type spécial d'indication géographique. Ce terme, qui figure dans la Convention de Paris, est défini dans l'Arrangement de Lisbonne comme « […] la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains » (article n°2 de l'arrangement de Lisbonne).

La principale différence entre l'indication géographique et l'AOP est qu'n produit protégé par une appellation d'origine doit avoir la qualité ou les caractères découlant exclusivement ou essentiellement de son origine géographique, cela implique, en général, que les matières premières doivent provenir du lieu d'origine et que le produit doit aussi être fabriqué dans cette aire géographique mais pour l'indication géographique, il suffit qu'un seul critère soit imputable à l'origine géographique, qu'il s'agisse d'une qualité ou d'une autre caractéristique du produit ou uniquement de sa réputation. En outre, les matières premières, la mise au point ou le traitement d'un produit protégé par une indication géographique ne sont pas nécessairement originaires, dans leur intégralité, de la zone géographie définie.

Concurrence déloyale

La législation sur la concurrence déloyale est utilisée pour minimiser les pratiques d'imitation des produits sur le marché et peut constituer un moyen utile de lutter contre les revendications d'authenticité ou d'origine fausses et trompeuses.

2. Partie empirique

Dans cette partie nous allons nous basé sur des études menés au Maroc dans le but du lancement d'un « label national de l'artisanat » initiative menée en réponses aux objectifs stratégiques de la « Vision 2015 » dans le cadre de la : stratégie nationale de labellisation du secteur artisanal.

L'artisanat marocain présente une force d'admiration qui fascine bien les visiteurs nationaux et internationaux, il est considéré tel un savoir-faire ancestral profondément ancré dans le patrimoine du Maroc. Ce secteur socio-économique est l'acteur le plus productif et le plus générateur d'emplois, c'est ainsi un atout de savoir faire et d'ingéniosité diversifié qui recèle un énorme potentiel de croissance et une référence universelle c'est pour cela que sa protection et sa promotion prend une grande place dans la préoccupation du ministère de l'artisanat et de l'économie sociale et solidaire du Maroc à travers notamment la mise en place des dispositif de labellisation et de promotion de l'art artisanal marocain

1. Analyse en volume du secteur artisanal marocain :

Dans les quatre coins du royaume du Maroc l'artisanat est présent dans tout les magasins, demeures, Riads et Hôtel, faisant vivre 2,3 millions d'hommes et de femmes soit 20% de la population marocaine exercent l'artisanat ainsi on compte 700 PME dans le secteur.

Le secteur de l'artisanat à fort contenu culturel à réalisé en 2012 un CA de 19.1 milliard de Dhs soit une augmentation de 8.3% par rapport à 2011. Ce chiffre provient des activités de sources différentes : les mono-artisans urbain ; les mono-artisans ruraux et les PME.[6]

Tableau n°1 : Fragmentation du Chiffre d'affaires artisanal 2011-2012

	VOLUME D'ACTIVITÉ			
Acteur	2011	% CA 2012	2012	12 / 11
Mono-artisans urbains	13.552.774.530	76,9%	14.698.457.212	8,5%
Mono-artisans ruraux	1.841.808.172	10,6%	2.021.595.175	9,8%
PMEs	2.256.152.378	12,5%	2.394.202.800	6,1%
Total	17.650.735.080	100,0%	19.114.255.187	8,3%

Source : panorama de l'artisanat, 7ème Edition de l'observation nationale de l'artisanat, Edition 2013.

Par cible ce sont les mono-artisans ruraux qui affichent un rythme accéléré de croissance (9.8%) mettant en évidence le potentiel d'amélioration de leur activité en termes de productivité. A cet égard l'essentiel du CA global provient des mono-artisans urbains avec une participation de 76.9 % suivie de loin des PME avec 12.5 % et en dernier viens les mono-artisans ruraux avec une participation modeste de 10.6%.

Par ville, l'essentiel de l'activité du secteur se réalise dans les centres urbains qui représentent en effet 90% du chiffres d'affaires global, la concentration géographique de la production artisanale est mise en exergue puisque les principaux poles du secteur (Casablanca, Marrakech, Fès, Tanger-Tétouan et Rabat-Salé) représentent près de 60% du CA Total.

Par métier les activités de bois, des vêtements et de la bijouterie préservent leur position privilégiée en participant à hauteur de 50% dans le CA su secteur. Le bois arrive en tête avec 20.6%du CA, suivi par les vêtements avec 18% et la bijouterie 10.4% .

Par type de client, l'artisanat marocain reste dépendant de la clientèle interne dont au moins de 60% des ventes sont destiné aux ménages résidents.

2. Mise en place du « **Label national de l'artisanat du Maroc** » :

Label national de l'artisanat, destiné à promouvoir la qualité et l'excellence dans le secteur de l'artisanat par la création d'un panel de labels et de marques . Ce projet consiste en la mise en place d'un label national destiné aux produits de l'artisanat à fort contenu culturel, considéré comme un outil permettant une reconnaissance de l'engagement et de l'effort de l'artisan en lien avec les critères de qualité et d'authenticité qui seront proposés par le label.

3. Intérêt de la mise en place du « label national de l'artisanat » :

Le label comme composant incontournable de la propriété intellectuelle vise à la fois à la protection des droits de propriété des artisans de leur innovation et créativité, mais aussi à servir comme un signe de qualité exigé par le consommateur local et international surtout que le Maroc représente la destination touristique la plus fréquentée au grand Maghreb. Son intérêt est marqué en deux axes :

Les artisans :

- Préservation du savoir-faire marocain et lutte contre la contrefaçon
- L'authenticité et le savoir-faire ancestral
- Le développement durable et la protection de l'environnement
- Les meilleures conditions de travail
- Reconnaissance de l'engagement 'Qualité'
- Outil marketing pour l'accès à de nouveaux marchés

Les consommateurs :

- Traçabilité et garantie de l'origine et la qualité du produit artisanal
- Aide au choix du produit lors de l'achat (différenciation)
- La bonne qualité ou l'excellence

4. Le label national de l'artisanat : approche stratégique :

4.1 Programme de labellisation établie par la stratégie de labellisation :

La Stratégie Nationale de Labellisation de l'artisanat est axée sur un Label National et cinq catégories de labels touchant 32 filiales artisanales schématisées comme suit :

Figure n°1 : Programme de labellisation établie par la stratégie de labellisation

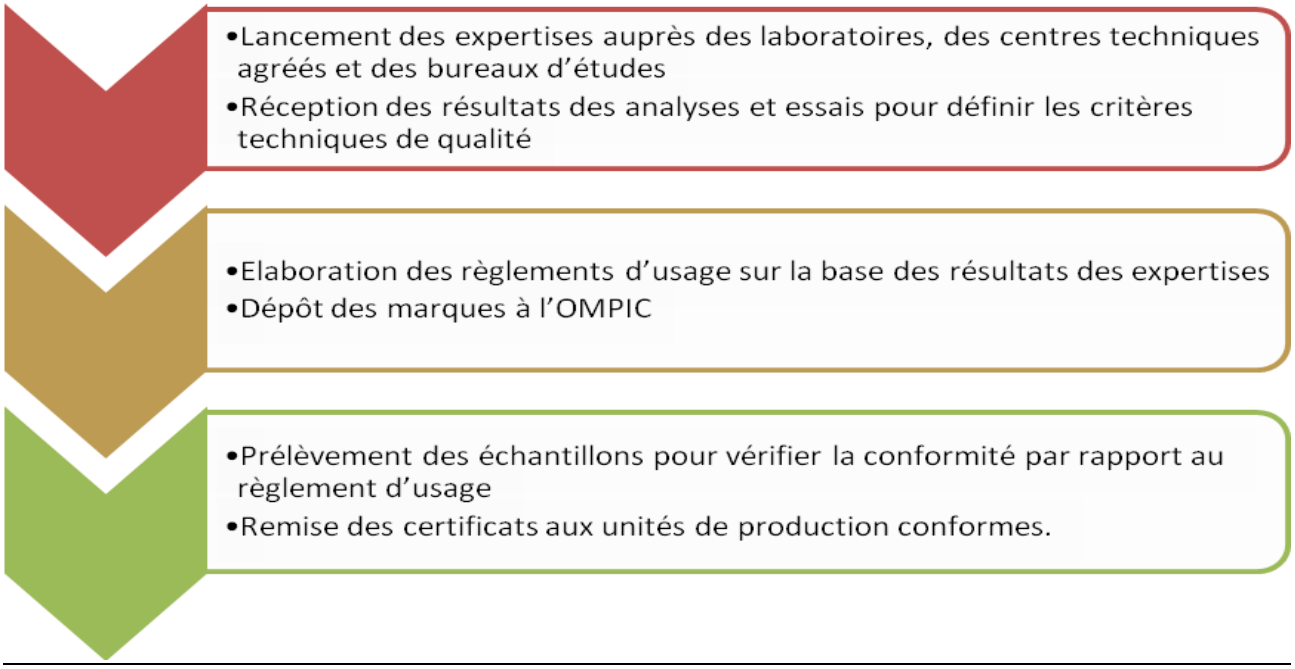
Le label « **Qualité Prémium** » : pour recomposer une qualité de luxe.
Le label « **Artisanat Régional** » : pour distinguer les produits locaux.
Le label « **Qualité Certifiée** » : pour garantir le respect de normes d'usage.
Le label « **Madmoun** » : pour protéger la santé et la sécurité des consommateurs.
Le label « **Artisan Responsable** » : pour protéger l'environnement et garantir le respect des conditions de travail des artisans.

Cette stratégie se base sur un programme normatif des produits de l'artisanat en vue de généraliser les différents outils que propose le système normatif national : certification, normes d'application obligatoires, labellisation, marques collectives de certification, indications géographiques, etc.
C'est dans ce cadre qu'en 2009 la première marque collective « Madmoun » a vu le jour. Elle garantit les produits de la poterie céramiques à usage culinaire.

4.2 Le processus de la mise en place du « label national de l'artisanat » :

La mise en œuvre d'un tel label d'envergure nécessite la passation par des étapes cruciales et obligatoires afin qu'il soit un signe crédible et rigoureux de qualité renvoyant une image de confiance à la fois aux artisans et aux consommateurs ; ces étapes ce résume dans le schéma ci-dessous :

Figure n°2 : processus de mise en place du « label national de l'artisanat Maroc »



4.3 Les orientations du label national de l'artisanat du Maroc[7] :

Trois grandes orientations sous-tendent la nouvelle stratégie nationale de développement du secteur de l'artisanat, la stratégie vise en premier lieu la création d'emplois additionnels pour absorber une partie des chômeurs et leur permettre l'accès à une vie digne. Cette orientation est indissociable de deux autres, celle de réhabiliter le secteur en tant que vecteur de développement économique et social, et celle du changement du rôle de l'administration, appelée à passer d'une administration de gestion à une administration de développement. Les leviers qui ont été actionnés pour le développement du secteur concernent :

a. ***Le développement d'un tissu de production fort et structuré*** *:*

Il va sans dire que la rentabilité du secteur est étroitement liée à sa capacité à générer des chiffres d'affaires suffisants, sans lesquels il serait vain de s'attendre à ce qu'il contribue à la création d'emplois. La demande potentielle du produit de l'artisanat marocain, particulièrement l'artisanat à contenu culturel, identifiée comme forte par l'analyse synthétique du marché. Celui-ci a servi de base à ladite stratégie, exigeait en effet une massification de la production et une adaptation du produit aux segments ciblés du marché, à savoir la clientèle moderne des grandes agglomérations nationales et européennes. Or, le tissu productif tel qu'il existait en 2006 n'était guère en mesure de répondre à ces deux critères.

b. ***La promotion et la commercialisation du produit artisanal :***

Il ne suffit pas d'accroître la production pour générer des chiffres d'affaires additionnels, il faut aussi accroître les achats de produits artisanaux marocains sur les marchés intérieur et extérieur. C'est

pourquoi label national fait de la promotion et de la commercialisation un outil principal pour le développement de l'artisanat et un pilier de l'action du Ministère en la matière.

- ***La promotion :***

Stimuler la demande des produits de l'artisanat marocain dans le contexte concurrentiel d'aujourd'hui nécessite des efforts importants pour obtenir un impact sur les perceptions et les décisions des consommateurs et de créer un changement dans le comportement de consommation des clients en faveur de ces produits. Pour ce faire, la stratégie mise sur une politique visant à construire une image d'excellence de l'artisanat marocain auprès des marchés cibles et à accroître la visibilité des produits artisanaux sur ces marchés.

- ***La commercialisation :***

L'augmentation du chiffre d'affaires du secteur passe aussi par la distribution et la vente des produits. L'une des difficultés auxquelles sont confrontées les entreprises marocaines étant la pénétration des réseaux de distribution modernes, à l'étranger notamment, dont le rôle est central pour atteindre les consommateurs.

La stratégie de développement du secteur s'est fixée d'autres priorités qui consistent à introduire les produits artisanaux dans les réseaux de distribution modernes, à prospecter de nouveaux réseaux de vente pour ces produits, notamment à l'international, à appuyer les PME dans la connaissance des marchés, des comportements des consommateurs cibles et des contextes concurrentiels, à œuvrer pour la mise en relation des producteurs/fournisseurs des produits artisanaux avec les canaux de distributions nationaux et internationaux.

D'autres actions d'aide à la distribution et à la vente sont menées au profit des mono artisans, notamment l'accroissement du trafic commercial, l'élargissement des puis des contacts avec les clients et la facilitation de la transaction d'achat.

- ***Objectifs chiffrés de la Vision 2015 à travers du label national :***

- Doubler le chiffre d'affaires de l'artisanat à fort contenu culturel;
- Générer 4 milliards de dirhams de PIB supplémentaire;
- Multiplier par 10 les exportations formelles;
- Passer à 300 entreprises dont 15 à 20 acteurs de référence;
- Créer 115 000 emplois additionnels;
- Atteindre 60 000 lauréats de la formation professionnelle;
- Atteindre 15 000 à 17 000 TPE.

Conclusion :

Dans tous les secteurs d'activité, les entreprises multiplient les initiatives pour afficher la qualité de leurs produits ou de leurs services. Et elles font appel pour cela à une multitude de formules aux statuts très divers : certification de produits, labels officiels de qualité, certification de services, garanties de marques, certificats d'organisation selon les normes ISO ou plus modestement labels commerciaux et chartes privées de qualité, le secteur de l'artisanat ne fait pas exception à cette règle et se dote lui aussi des labels artisanal car le socle qui donne à l'artisanat toute son importance et qui est le savoir faire et la créativité sont le plus susceptible d'être imiter ou contrefait .

Nous sommes projetés dans notre étude sur la cas du Maroc un pays riche par sa culture artisanale et qui présente une part non négligeable dans l'économie du pays, son importance et son poids à poussé l'Etat au lancement d'un programme de labellisation national du secteur de l'artisanat sous le nom du « label national de l'artisanat ».

D'après cette étude nous avons pu conclure que la mise en place d'un label : composant de la propriété intellectuelle permet d'agir sur plusieurs niveau : sociale, économique et commercial et cela

pourra se manifester en objectifs chiffrés et mesurable, ce qui nous permet de confirmer notre problématique et d'y répondre qu'effectivement le label constitue à la fois un outil de protection et de valorisation des produits artisanaux mais aussi un argument commerciale très convainquant à la promotion de ces produit à l'échelle locale et internationale.

Bibliographie :

[1] Rapport N°5 du dossier d'information de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, Genève, 2016, p1

[2] Guide fiscal de l'artisan traditionnel, Ministère des finances, direction générale des impôts, Alger, 2015, p5

[3] http://www.wipo.int/export/sites/www/sct/en/comments/pdf/sct21/cert_moldova.pdf visité le 26/09/2016 à 14h:37

[4] Rapport N°5 du dossier d'information de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle, Genève, 2016, p2

[5] http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/geographical/952/wipo_pub_952.pdf consulté le 26/09/2016 à 16h08

[6] panorama de l'artisanat, 7ème Edition de l'observation nationale de l'artisanat , ministère de l'artisanat et de l'économie sociale et solidaire, Edition 2013

[7] http://www.artisanat.gov.ma/fr/node/454 consulté le 19/10/2016 à 15h:36