

**LA CULTURE, OUTIL DU MARKETING TERRITORIAL ET
DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE LOCAL :
UNE APPROCHE PAR LES METIERS D'ARTISANAT AU MAROC**

Pr Leila El Gnaoui¹, Pr Dounia Karimi¹.

¹ : Laboratoire Actuariat, Criminalité Financière et Migration Internationale (ACFIMI), Faculté des Sciences
Juridiques Economiques et Sociales, Université Hassan II. Casablanca, Maroc
.Correspondant : leila.elgnaoui@gmail.com

Résumé

Dans un contexte de mondialisation, la viabilité des territoires se base en majeure partie sur leur attractivité, sur l'image et la notoriété dont ils jouissent. En ce sens, et depuis l'évolution institutionnelle développant la politique de l'aménagement du territoire de manière très centralisée pour progressivement se diriger vers plus d'autonomie locale; les collectivités sont en grande partie maîtresse de leur direction en matière de politique culturelle.

En effet, la culture comme facteur de développement économique et social des territoires était souvent sous-estimée. Mais avec les multiples crises économiques, il a pu être pris en compte l'existence de facteurs non proprement économiques du développement. La culture est au nombre de ceux-ci ; désormais elle se trouve au centre des préoccupations des chercheurs et des décideurs. La culture est apparue ainsi comme un terrain d'expérimentation approprié pour les nouvelles avancées théoriques ; l'existence de relations multiples et complexes entre économie et culture peut être constatée dorénavant, au point d'évoquer «une convergence assez marquée entre l'économie et la culture dans le capitalisme moderne» (SCOTT et Le RICHE, 2005).

La culture est le fer de lance du développement et de la revitalisation urbaine et rurale ; C'est un facteur explicatif et un levier de développement des territoires, impliquant un changement de paradigme du développement économique. Elle apporte un supplément d'âme, car elle intègre le respect de l'histoire, le patrimoine sous toutes ses formes, les pratiques des habitants, la beauté d'un lieu, la fierté et le sentiment d'appartenance qui en découlent sont des facteurs de développement.

Toutefois, ce développement n'arrive pas seul, un principe de mobilisation doit agir pour que le développement se réalise.

A partir de l'exemple des métiers d'artisanat au Maroc, nous proposons de voir, d'une part le lien entre la culture et le développement économique et social territorial ; et d'autre part les conditions nécessaires de ce développement.

Mots clés : Culture, Développement économique, Attractivité territoriale ; Métiers d'artisanat.

Abstract

In a globalized world and economy, the survival and viability of territories is deeply linked to their attractiveness, meaning how they handle their public image and the way they display their assets and manage their notoriety. This has proven even more true ever since regional and local authorities have been given more freedom in the way they regulate themselves. As centralized power began to fade and local governments gained the means to actually choose their axis of development, one of the main subjects they have had to deal with is their cultural policies.

Indeed, culture has historically always been underestimated in its role as a vector of social and economic development for territories. But with the latest economic crisis, governments and local authorities have begun looking more closely into “unconventional” ways to develop their territories. Culture is one of the many tools they found at their disposal to do so. After years of experimentation and numerous attempts, cultural policy is now one of the key components to any urban development strategy, as evidenced by the attention it has gotten from both researchers and politicians. The existence of extremely strong links between economy and culture is now clearer than ever, all the more so as some actually mention a “strong convergence between economy and culture in modern capitalism” (SCOTT and LE RICHE – 2005).

Culture is the cutting edge of urban and rural development: it is a major factor underlying the dynamics behind the development of areas and territories, and understanding this eventually leads to a paradigm shift in terms of economic model. Culture often brings a little more soul into the equation: it implies researching historical facts, looking into the traditions of inhabitants, the beauty of the territory you’re investigating, therefore giving you a better understanding of its core essence and bringing more respect in the way you deal with it and plan to develop it.

However, this development does not come easy, and there needs to be a mobilizing framework of suitable means at the level of each and every territory. This paper will demonstrate, through the example of Moroccan handicrafts, the existence of a strong link between the way a territory showcases its culture and the economic and social development of that territory. This will also lead us to discuss the necessary conditions that are prerequisite to this development.

Keywords: Culture, Economic Development, Handicraft, Country attractiveness.

Introduction

Dans un contexte de mondialisation, les territoires doivent faire face à différents défis : rétrécissement des distances, accélération des savoirs et instantanéité des informations. La viabilité des territoires se base en majeure partie sur leur attractivité et sur l'image, la notoriété dont ils jouissent. En ce sens, et depuis l'évolution institutionnelle développant la politique de l'aménagement du territoire de manière très centralisée, pour progressivement se diriger vers plus d'autonomie locale qui est plus demandée, dans un contexte large de concurrence entre les territoires, les collectivités sont en grande partie maîtresse de leur direction en matière de politiques culturelles. De plus, les vagues de décentralisation successives ont achevé d'offrir aux collectivités locales de nouvelles compétences y compris en matière culturelle pour laquelle d'ailleurs les collectivités locales démontrent un réel engagement.

La culture se présente, ainsi comme un moyen à part entière pour les territoires de travailler leur image et de répondre à des enjeux qui dépassent parfois la simple question culturelle. La dimension très large de la culture présentée jusqu'à présent nous laisse penser que ses applications peuvent être très diverses concernant le marketing territorial et l'attractivité des territoires.

La culture peut bien apparaître à certains comme une charge à laquelle il faut consentir. Il peut aussi apparaître à certains que l'argent employé là serait bien mieux investi ailleurs.

D'autres, au contraire, ont compris qu'une politique culturelle bien pensée est un auxiliaire de poids dans la gestion des territoires, par la dynamique qu'elle génère auprès de la population, l'image qu'elle renvoie à ses propres habitants, voire l'attractivité qu'elle entretient auprès des territoires qui l'environnent.

La culture est un partenaire de chaque décideur qui a pour mission d'entraîner ses concitoyens sur la voie de développement. On peut en faire un auxiliaire de transformation, s'appuyer sur elle pour organiser l'évolution des esprits et des mentalités...

Dans ce contexte, notre travail propose de retracer, dans un premier lieu, les liens rapportés dans la littérature entre culture et développement territorial ; Ensuite, s'interroger, à travers les métiers d'artisanat au Maroc, sur les conditions nécessaires de ce développement, en

s'appuyant sur une enquête d'opinion portant sur la perception des métiers d'artisanat au Maroc.

I – Le territoire : Un nouveau paradigme de développement économique

1 – La reconnaissance récente du territoire en économie

Dans le régime fordiste des années 1945 à 1975, appelé période des trente glorieuses, ce sont les grandes entreprises qui assuraient le développement économique. Ce régime misait sur le triangle Etat, patronat, syndicat. Mais à compter de la seconde moitié des années 70 avec la crise pétrolière, ce régime a été mis à mal. Il s'en est suivi une période de bouleversements politiques, économiques et sociaux qui a fait émerger une quatrième force économique, la société civile.

Après la crise du pétrole, Philippe Aydalot, fondateur du groupe de recherche européen sur milieux innovateurs (GRMI), en examinant le fonctionnement de l'économie française, fit son premier constat : dans le régime fordiste des années 1945 – 1975, ce sont les grandes entreprises qui assuraient le développement économiques, mais à compter de la seconde moitié des années 1970, ces grandes entreprises ne semblaient plus en mesure d'impulser l'activité économique territoriale.

En 1980 Aydalot ¹ introduit expressément la ville et l'entreprise dans l'analyse et abandonne l'hypothèse d'homogénéité spatiale. Etudes empiriques et analyses conceptuelles prennent donc en compte l'existence de facteurs de développement locaux et non seulement économiques.

En d'autre terme, selon des chercheurs du GREMI, l'organisation productive et l'organisation territoriale s'appuient l'une sur l'autre et sont étroitement interdépendantes. Cette approche constitue une nouveauté par rapport aux théories antérieures et néo classiques qui mettaient de l'avant la convergence industrielle et la localisation des entreprises ainsi que le soutient la thèse de François Perroux (1964)² sur les pôles de développement. Perroux, auparavant (dans les années cinquante et soixante) a introduit la notion d'espace dans l'analyse économique classique, en lui conférant une dimension sociale : les échanges entre agents s'inscrivent dans des relations institutionnelles complexes tissées entre les organisations. Il donne un fondement théorique à la dimension spatiale de la croissance économique, et développe les

notions de pôle de croissance et d'industrie motrice ; il démontre que des pôles d'activités territorialement intégrés propagent la croissance sur d'autres entreprises, par des effets d'entraînement et des effets induits.

¹ : AYDALOT Ph, « 1980, *Dynamique spatiale et développement intégral*. Paris » ; *Economica*

² : PERROUX F, 1969, « *L'économie du XXème siècle* », 3^{ème} éd. Presses universitaires de France.

Mais, c'est la crise du modèle de production fordiste qui conduit les économistes, à partir de la fin des années soixante-dix à s'intéresser à des modèles alternatifs de développement.

Deux courants introduisent alors les facteurs sociaux, institutionnels et techniques dans l'analyse économique : l'un américain, avec la nouvelle école institutionnelle (PIORE, SABEL) et l'autre est français avec l'école de la régulation (AGLIETTA, BOYER, LIPIETZ, SAILLARD).

En 1984, l'ouvrage « the new industrial divide » de PIORE et SABEL³, en introduisant le modèle de la spécialisation flexible permet de substituer au modèle fordiste de production mono produit et rigide un modèle de production multi produits et flexible.

A partir du milieu des années quatre-vingt, d'autres travaux permettent de rapprocher analyses industrielles et régionales. TORRE (1991)⁴ cite, parmi les premiers travaux à avoir tenté de jeter un pont entre les deux types d'approches, ceux de BECATTINI (1987)⁵ et de FOURCADE (1987)⁶ et observe que, avec « l'apparition de la dimension locale au niveau des réalités et des politiques économiques », ces travaux ont consacré « l'émergence du local en tant que catégorie autonome (...) délimitant un espace nouveau d'application des recherches sur les entreprises et leurs formes de coopération ».

Aujourd'hui, la science économique admet l'existence de modes d'organisation de la vie sociale et de la production ancrés territorialement (BENKO, 2007)⁷, et donc considère le territoire un producteur de ressources et un acteur du développement. En conséquence, le développement territorial, « (...) n'est pas le fruit d'une suite de stratégies entrepreneuriales individuelles et isolées : il est avant tout la résultante de conditions « culturelles » favorables et d'un système d'actions qui associe étroitement, sur un territoire donné, des représentants de l'ensemble des sphères d'activités directement impliquées : économiques, politiques, sociales,.....» (ITCAINA et PALARD, 2007)⁸. Dès lors, la reconnaissance du territoire permet d'intégrer notamment les institutions locales et régionales dans l'analyse économique : il leur est reconnu un rôle d'acteur du développement économique, même si leur fonction d'objectif est encore difficile à cerner (KAHN, 2007).

³ : PIORE M ; SABEL C ; 1984 « *the second industrial divide*; New-york, Basic Book

⁴ : TORRE.A; 1991 “ *Relations industrielles et découpages spatiaux*, in ARNAR, BENZONIL ; DE BANDIJ , et ROMANI P-M (eds), *traité d'économie industrielle*, op, cit ; pp 310 – 322.

⁵ et ⁶ : BECATTINI G ; 1987, Mercato et forze locali : il distretto industriale, Bologna, il Mulino ; FOURCADE C. (eds), 1987 industries et régions, Paris, Economica.

⁷ : BENKO G ; 2007, Territoires et Sciences sociales, in ITCAINA X ; PALARD J. et SEGAS S. (eds), Régimes territoriaux et développement économique, op. cit, pp. 105 – 112.

⁸ : ITCAINA X ; PALARD J ; (eds) 2007; Régimes territoriaux et développement économique ; Collection espace et territoire, Rennes ; Presses ; Université de Rennes.

2 – Territoire et Marketing territorial : Quelle définition ?

2 -1 : La notion de territoire

Le terme « territoire » était longtemps, associé aux militaires et évoquait le nationalisme à travers la défense ou la surveillance du territoire.

Ce n'est que dans les années 1970 que les sciences sociales se sont appropriées ce terme à travers l'aménagement du territoire, les collectivités territoriales, le développement local ou territorial, ...

Selon les économistes, on distingue deux conceptions du territoire :

- Le « territoire institué, postulé » : un espace sur lequel s'exerce une autorité ou une juridiction ;
- Le « territoire construit, révélé » : un espace abstrait de coopération entre différents acteurs avec un ancrage géographique pour engendrer des ressources particulières et des solutions inédites.

Le territoire « est un système complexe, dynamique et caractérisé par de nombreuses variables interdépendantes. C'est une organisation collective animée par les acteurs qui la composent, le territoire désigne aussi un lieu de maîtrise, de synthèse, de compromis, d'expérimentation et d'évaluation »⁹.

Le territoire peut donc être considéré comme :

- Un espace physique, c'est-à-dire une zone définie selon des limites géographiques et un espace anthropique,
- Un lieu caractérisé par une certaine présence et l'implantation de l'homme,
- Un ensemble de valeurs culturelles et historiques lié à la tradition et au caractère typique des productions.

On peut ainsi dire que sous cette approche, le territoire devient une ressource, un acteur de la compétition économique et un objet de développement.

2 – 2 La notion du Marketing territorial

Plusieurs définitions ont été développées pour cerner la notion du Marketing territorial .On peut citer :

- Le marketing territorial est une démarche visant à attirer des entreprises sur un territoire, à faciliter l'activité des entreprises et à promouvoir une image du territoire favorable au développement endogène¹⁰.
- Le marketing d'une ville peut se définir comme ses actions individuelles ou collectives pour attirer des activités nouvelles sur son territoire, favoriser le développement des entreprises exerçant localement leurs activités et promouvoir globalement une image favorable¹¹.
- Le marketing territorial représente l'art de positionner un village, une ville, une région, une métropole sur le marché mondial¹².

Le marketing invite d'abord le territoire à prendre conscience de son identité et à connaître l'environnement dans lequel il se situe, ce qui permettra une connaissance rigoureuse des ressources présentes sur le territoire et de ses capacités spécifiques.

Ensuite, il s'agira d'identifier et d'analyser les besoins exprimés ou latents, voire même à les créer parfois, d'une population (personnes physique ou morale).

Enfin, il s'agira de mettre en œuvre une politique territoriale attractive et de concevoir une offre adaptée à la demande pour attirer de nouveaux investissements, de nouveaux touristes,... En effet, l'attractivité est avant tout une affaire de perception ; elle est le plus souvent intégrée aux facteurs de compétitivité des économies nationales. Le territoire, tout comme l'entreprise doit chercher à exploiter au mieux ses avantages compétitifs et à valoriser son image pour se différencier de manière durable de ses concurrents.

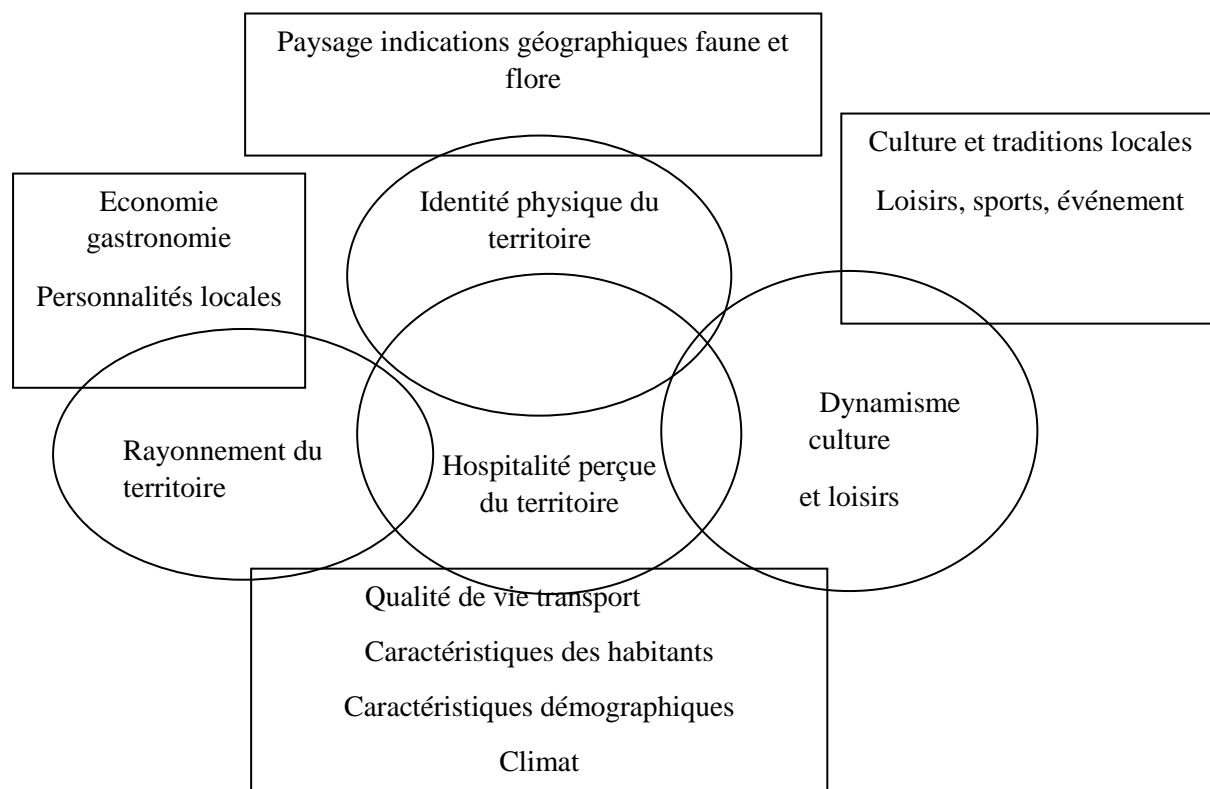
En somme, le marketing territorial est un des outils du développement économique car il permet de rechercher les meilleures réponses aux attentes des citoyens et des entreprises.

¹⁰ : CHAKOR Abdellatif « Le marketing territorial et ses applications au Maroc » Op. Cit. - P.7

¹¹ : TEXIER Laurence et VALLA Jean Paul « Le marketing territorial et ses enjeux » In Revue Française de Gestion – Janvier Février - 1992 – P.49

¹² : BENOIT Meyronin « Vers la notion de «servuction urbaine » ou Les apports du marketing des services au marketing territorial » Actes du 4^e congrès sur les tendances du marketing – Paris, France, 2005 – Document Internet www.escpeap.net/conferences/marketing/2005_cp/Materiali/Paper/Fr/MEYRONIN_VALLA.pdf

Schéma d'interaction des variables de marketing territorial



Source : CHAMARD 2014

II – La dimension culturelle du développement territorial

Les aspects culturels du développement territorial ont été presque totalement écartés, pendant longtemps, par les modèles de développement. Ils ont été qualifiés de facteurs invisibles (DOERINGER et al, 1987). De ce fait, seuls les travaux de certains sociologues et anthropologues établissaient traditionnellement un lien entre cultures régionales et développement territorial (DENEFFLE, 1990 ; BASSAND, 1990 ; CALLED, 2002) sans pour autant convaincre la communauté des économistes.

La situation a considérablement évolué ces dernières années. De multiples travaux théoriques et de validation empiriques ont été développés par les économistes pour confirmer la corrélation entre organisation institutionnelle et culturelle, d'une part et les performances des économies nationales et régionales, d'autre part. Sans prétendre être exhaustive, on va mentionner les travaux précurseurs d'AYDALOT, sur les nouveaux dynamismes spatiaux (1984) et l'aptitude des milieux locaux à promouvoir l'innovation (1986), d'AMIN et THRIFT sur la densité institutionnelle (1994), de MALLAT, sur les milieux innovateurs (1996), de JHONSON et LENARTOWICZ sur l'impact économique des valeurs culturelles (1998), de GREFFE sur les districts culturels (2002), de FLORIDA sur les régions apprenantes et la classe créative (1995-2002), d'AMIN et COHENDET sur les communautés cognitives (2004), de BOSCHMA sur les formes de proximité (2005), de COOK sur le capital social (2005), de THROSBY ou BENGHOZI sur les entreprises culturelles et industrielles et industries culturelles (2005), de SANTAGATA et STERNBERG sur la créativité (2008).

Il semble que ces travaux, et bien d'autres, ont contribué à la prise en compte de la variable « culturelle ». Il est à noter que les approches sont en général convergentes ou complémentaires pour affirmer que la culture (avec toutes ses composantes : savoir-faire, créativité, innovation, talent, capital social,...) constitue un facteur déterminant de croissance. D'où les développements de l'économie de la connaissance, selon laquelle la connaissance ou plus exactement le savoir serait devenu le facteur producteur le plus déterminant (CORZ, 2003). Les politiques locales et régionales de développement à l'échelle internationale, s'efforcent de mobiliser d'avantage les dimensions cognitives du patrimoine culturel.

1- Le rôle de la culture dans le développement territorial

Même si l'isolement de la culture par rapport aux activités à but économiques n'est plus de mise aujourd'hui, le débat quant au rôle de la culture dans le développement local reste essentiel. Le rôle de la culture dans le développement territorial a été d'abord explicité par la littérature du milieu innovateur, cette notion est depuis plus de vingt ans au cœur des recherches du GREMI. Fondées sur l'interaction entre travail de terrain et théorisation, ces recherches visent à comprendre le rôle des dynamiques locales dans l'évolution des économies de la société (COLLETIS. WAHL et al, 2006). L'innovation y est envisagée dans une conception territoriale, elle est le résultat d'une construction sociale (PECQUEUR, 2004). La notion clé est celle d'autoproduction de territoires locaux (DAVIET, 2005).

Le milieu innovateur fait référence au milieu « contexte » et au milieu « acteur » : « Le milieu est (.....) appréhendé comme un environnement (.....) mais, c'est aussi un sujet acteur de son développement » (MATTTEA CCIOLI et TABARIES, 2006)¹³.

¹³ : MATTEA CCIOLI et TABARIES M, 2006 ; Historique du GRMI. Les apports du GREMI à l'analyse territoriale de l'innovation, in CAMAGNI R et MAILLARD. (eds), Milieux innovateurs. Théorie et politiques ; op. Cit, pp. 3 -9

Le milieu innovateur présente aujourd'hui « un corpus conceptuel stabilisé » (CREVOISIER, 2001). Dans cette vision :

- Les ressources territoriales sont des inputs du développement,
- Le rôle du milieu est de valoriser des ressources existant à l'état de potentiel talent (Qu'il faut faire des actifs, c'est-à-dire des facteurs « en activités » (COLLETIS et PECQUEUR, 2004), des facteurs valorisés par le marché (PECQUEUR, 2004).

Le rôle de la culture dans le développement territorial a été explicité par l'UNESCO et l'UNION européenne (KANCEL et al. 2013), la culture constitue –au même titre que la connaissance- un nouveau capital inhérent à l'économie moderne. Renvoyant à la performance individuelle et collective, elle améliore la capacité productive des mains d'œuvres qualifiés en accroissant leur potentiel créatif, en facilitant la création de synergies originales ou encore en améliorant l'image et le bien être dans l'entreprise . Culture et créativité tendraient alors à magnifier les talents et la classe dite créative de FLORIDA (TREMBLAY et al. 2010). Dans ce cadre, la créativité n'agit pas seulement sur le côté producteur, elle génère aussi des dynamiques innovantes de la part des consommateurs (LIEFOOGHE, 2010).

La production et la consommation de bien et de services culturels, tangibles ou intangibles est liée à un patrimoine, une histoire, une mémoire, des savoirs. Dans cette perspective, la culture dépasse alors le cadre productif et crée du lien, de la spécificité du développement. Comme KUNZMANN (2004) l'a mentionné, « La culture promeut les images (.....), renforce l'identité (.....), met en valeur les localisations ».

FLORIDA, dans son analyse de la classe créative, donnerait aux élus « un double sésame : la solution à leurs problèmes économiques et à leurs problèmes urbains, tous deux dus au

manque d'attractivité » (GRESILLON, 2014). La culture devient alors, un moteur des stratégies de développement des territoires.

La culture joue donc divers rôles : une culture liée à la créativité, à la production de biens et services (mobiles ou immobiliers) constitue une ressource pour l'économie en général et améliore la richesse économique ; une culture liée au patrimoine soutient le développement d'un territoire y compris dans la dimension sociale et communautaire. Etant l'une et l'autre, elle constitue un facteur particulièrement dynamique, agissant au croisement des champs économique, social et politique.

2 – Les métiers d'artisanat comme ressources pour le développement territorial

2 – 1 Définition de l'artisan

La définition de l'artisan peut être effectuée sur deux plans : un plan sociologique et un autre juridique.

Sur le plan sociologique : L'artisan est en général une personne qui pratique un travail manuel sans aide automatisée. Il exerce une technique traditionnelle à son propre compte aidé souvent de sa famille et les apprentis qu'il forme. L'artisan peut également être défini par sa dimension humaine extrêmement forte : l'artisan est d'abord et avant tout un indépendant, qui valorise un savoir-faire spécifique, avec un enracinement très important dans le territoire.

Sur le plan juridique, la définition de l'artisan et de l'activité artisanale suivant la réglementation est différente d'un pays à l'autre. En générale, plusieurs pays se basent dans leur définition de l'artisan et de l'artisanat sur la taille de l'entreprise en termes de chiffre d'affaires et de nombre d'employés, indépendamment de la nature et de la manière d'exercice de l'activité.

2 - 2 Place de l'artisanat dans l'économie marocaine

Le secteur de l'artisanat est sous documenté du point de vue de l'analyse économique, il est surtout décrit au moyen des rapports commandités par les pouvoirs publics, qui permettent de poser des préoccupations du secteur et d'éclairer les choix publics.

Le secteur d'artisanat au Maroc est lié à une civilisation lointaine au patrimoine et à la culture de toute une population et à un art traditionnel, ce n'est pas seulement un secteur de production de biens et de services.

Avec une remontée dans l'histoire du Maroc, il ressort que la production artisanale couvrait l'essentiel des besoins de la société et participait activement à la croissance économique et sociale du pays. Les autorités françaises du protectorat se sont intéressées à l'artisanat sous l'angle de la production artistique (GOLVIN, 1965) et avait favorisé l'artisanat d'art.

Après l'indépendance, le Maroc s'est engagé dans une stratégie de développement économique basé sur l'édification des fondements de l'économie moderne.

Avec le premier plan quinquennal (1960 – 1964), l'Etat prévoyait une évolution de l'artisanat, qui devait se faire sur la base d'une reconversion des ateliers de production artisanale en unités de production semi industrielles de sorte qu'à long terme l'artisanat ainsi reconverti, devait s'insérer logiquement dans le secteur industriel.

Le plan triennal 1965 – 1967 marque un tournant décisif dans l'histoire de la politique économique du Maroc. L'industrie n'y occupa plus, parmi les objectifs fixés, qu'une place mineure (BELGHAZI, 2006). Ce plan marque un net changement d'orientation. Il élève le tourisme au niveau du secteur prioritaire et prévoit un recentrage de l'artisanat sur les exportations. Par ailleurs, seul l'artisanat citadin a pu bénéficier de ces grandes orientations, tandis que l'artisanat rural restait marginalisé.

Ensuite tous les autres programmes et stratégies mettaient l'accent sur le rôle du tourisme et de la demande extérieure dans la promotion et le développement de l'artisanat.

Toutefois, pendant les années 1980 le secteur d'artisanat se trouvait dans une situation de forte précarité caractérisée par une récession importante du marché, il s'en suit une crise structurelle et une marginalisation progressive des métiers de l'artisanat. On peut citer comme cause, d'une part la sécheresse qu'a connue le Maroc pendant cette période et qui a conduit à l'accélération d'un mouvement d'exode rural vers les grandes villes, dont les intéressés, pour une large part, vont être occupés dans le secteur de l'artisanat qui se trouve alors surpeuplé par le développement des activités informelles. D'autre part, l'ouverture du marché marocain aux produits manufacturés et importés, à bas prix, ainsi que l'apparition des modèles de production modernes. Depuis plusieurs programmes et stratégies de développement ont été mis en œuvre, par les pouvoirs publics, pour promouvoir le secteur d'artisanat. Perçu comme un secteur qui dispose d'un fort potentiel économique, du fait qu'il dispose des atouts majeurs « un ancrage territorial aussi bien en ville qu'à la campagne fait du secteur de l'artisanat un outil important d'aménagement du territoire et un facteur de développement de l'économie de proximité. Il présente une diversité et une variété d'activités exercées avec une compétence indéniable. De plus, sa contribution à l'emploi lui confère un rôle important dans la lutte contre le chômage, l'exclusion et la pauvreté ». (CHIKHAOUI, 2006, p.21). L'artisanat se

propose comme élément de synergie qui unit le territoire, son histoire, ses traditions et le savoir-faire de ses habitants.

En résumé, l'artisanat marocain est un secteur socio-économique considéré comme l'un des plus productifs et générateurs d'emplois, c'est ainsi un atout de savoir-faire et d'ingéniosités diversifié qui recèle un énorme potentiel de croissance et une référence universelle représentant le passé glorieux du royaume marocain.

Dotées d'un patrimoine culturel colossale et diversifié, chaque région du royaume marocain possède ses propres spécialités, tirées des matières premières qui s'y trouve en abondance. L'artisanat marocain exprime sa créativité par des formes multiples et des matériaux innombrables qui vont du bois au cuivre, de la peau au tissu, de la céramique à l'argile...

L'artisanat ne cesse de se développer, répondant aux exigences de la modernité, en satisfaisant les attentes des touristes et en répondant aux demandes d'exportations vers l'étranger, et en s'adaptant à perpétuité aux mutations chroniques du marché interne et externe.

La liste des métiers d'artisanat atteste à quel point le secteur est primordial pour le développement économique et social au Maroc.

- **Artisanat de production**

Cuir ; Poterie et pierre ; Textiles ; Produits végétaux ; Métaux ; Bois ; Bijouterie ; Fer forgé ;....

- **Artisanat de services**

Réparation TV ; Réparation machines et équipements ; Spécialistes moyens de transport
Soudure à l'étain ; Plomberie ; Vitrierie ; Horlogerie ; Coiffure ; Peinture décoration ;.....

Quelques éléments chiffrés aident aussi à cerner (grossièrement) le poids économique de ce secteur. Au Maroc, un habitant sur six vit directement de l'activité de l'artisanat ⁹, c'est un secteur productif employant plus de 2,5 millions d'artisans ¹⁰.

Le secteur, qui englobe l'artisanat de service (plombier, électricien.....) et l'artisanat traditionnel (à fort contenu culturel), a dégagé en 2016 un chiffre d'affaires total de 80MM DH (58 MMDH et 22 MMDH), soit une contribution de 7% du PIB marocain¹¹ ; Pour l'année 2017, les exportations des produits d'artisanat ont atteint 622,5MDH; Pour Janvier et Février de l'année 2018, elles ont enregistré une hausse de 15,8% par rapport à la même période de l'année 2017, selon les chiffres du ministère du tourisme, du transport aérien, de l'artisanat et de l'économie sociale ¹².

Toutefois, on doit reconnaître que malgré ces résultats, les performances économiques du secteur restent très insuffisantes par rapport à ses potentiels. Malgré les politiques de soutien qui accorde à l'artisanat une place particulière et un rôle primordial dans le développement économique et social du pays, le secteur n'arrive toujours pas à décoller et à sortir de la période de crise.

⁹ : La Gazette du Maroc : <https://WWWmghress.com> » la gazette

¹⁰ : <https://int.ma.l'artisanat-marocain>

¹¹ : <https://www.médias24.com>

¹² : www.artisanat.gov.ma

Pour mieux comprendre les causes de ce dysfonctionnement, et essayer de trouver une réponse aux handicaps et freins de développement de l'artisanat, il nous semble nécessaire de dresser un bilan des atouts et des faiblesses du secteur.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - L'ancrage territorial aussi bien urbain que rural fait du secteur de l'artisanat un outil important d'aménagement du territoire et un facteur de développement économique de proximité ; - Diversité et variété d'activités exercées avec une compétence indéniables ; - Sa contribution à l'emploi lui confère un rôle important dans la lutte contre le chômage ; - Sédentarisation de la structure des unités artisanales, leur assure la souplesse et la flexibilité pour une meilleure adaptation aux variations de rythme d'activité qui seraient fatales à des unités plus importantes et plus structurées ; - Existence d'un gisement important de ressources naturelles et de matières premières locales utilisés par les artisans ; - Savoir-faire ancestral dans le domaine 	<ul style="list-style-type: none"> - L'artisanat souffre de l'image de marque archaïque et rétrograde projetée sur le secteur ; - Malgré son importance et son rôle au sein de la société et la production nationale, l'artisanat reste actuellement mal connu ou ignoré, en tant qu'acteur économique, surtout par les jeunes, cette population appelée à jouer un rôle crucial dans le développement du secteur ; - Il semble que la jeune génération ne porte pas d'intérêt pour le secteur et considère que les métiers d'artisanat sont réservés aux élèves qui ne peuvent pas ou qui ne désirent pas poursuivre leurs études au-delà du cycle secondaire ou primaire. - Echec de la formation professionnelle dans l'artisanat qui est restée concentrée pour l'essentielle dans des niveaux de qualification modestes ; - L'artisanat reste dominé par la culture

<p>accumulé durant des siècles, la maîtrise technique et un patrimoine culturel riche et varié constituent une richesse et un potentiel mobilisateur.</p>	<p>traditionnelle : vendre ce qui est produit, et non produire ce qui se vend ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les contraintes financières obligent les artisans à se rabattre sur les matières médiocres ce qui a pour conséquence la baisse de la qualité des produits qui aboutit à un impact négatif sur leur écoulement ; - La faiblesse d'innovation constitue un frein supplémentaire pour l'offre de produits de qualité susceptibles de répondre aux goûts évolutifs et aux exigences des consommateurs ; - Insuffisance de structures professionnelles et d'agents économiques capables de prendre en charge efficacement la dimension commerciale du secteur - Absence d'une approche marketing intégrée et efficace ; - Faible diversification des produits exportés ; - Forte concentration des exportations sur le marché européen, ce qui accentue le risque de dépendance ; - Les coopératives dans le secteur de l'artisanat sont généralement créées sans l'impulsion des autorités publiques, en l'absence d'étude de faisabilité préalable, et sans prise en compte de leur viabilité socio-économique, conséquence, un nombre considérable est déclaré inactif ; - Incapacité des ensembles artisanaux de réaliser les objectifs pour lesquels, ils ont été créés faute d'études de faisabilité qui devaient précéder la construction de ces ensembles ; - La fragilité du levier associatif : les structures associatives dans l'artisanat souffrent de manque d'encadrement et d'absence de dynamisme ce qui influence l'efficacité de leurs actions ; - Absence d'évaluation systématique des résultats obtenus afin d'éviter l'inadéquation entre les programmes et les réalisations et d'expliquer les contre-performances ; - Le secteur de l'artisanat est constitué d'unités de production mal structurées, et il est dominé par le poids des activités informelles ; - Le manque d'informations fiables et de données statistiques sur le secteur constitue un
---	--

	sérieux handicap pour toute approche scientifique ;
--	---

Au total, le secteur de l'artisanat marocain est marqué par un tissu très fragmenté, où la prédominance du travail partiel et informel est fortement propagée. Il souffre également d'un manque d'organisation et d'une faible représentativité institutionnelle, entraînant un nombre de problèmes sociaux et économiques touchant principalement les mono-artistes ruraux et urbains.

A ce titre, certaines questions s'imposent :

- Comment espérer trouver une solution aux freins de développement du secteur d'artisanat ?
- Comment espérer créer un effet d'entraînement capable de redynamiser le secteur, accroître les postes d'emploi et de multiplier l'activité commerciale, améliorer les salaires et le niveau de vie des artisans... ?

La culture est ainsi convoquée pour apporter une réponse. Cette réponse devra nécessairement fournir un surcroît de visibilité là où le secteur d'artisanat en manque cruellement. Elle devra accorder à ce secteur une image renouvelée susceptible de faire secouer les courants de pensée et déplacer les sensibilités pour en faire un auxiliaire de poids dans le développement territorial.

Toutefois, il n'y a pas de développement qui s'opère seul, c'est-à-dire indépendamment des hommes et des femmes qui le porte, tout autant que celles et ceux auxquels, il est destiné.

Un projet de développement de territoire est avant toute chose, un projet de développement humain. La tâche de l'Etat, consiste non seulement à avoir un projet de développement, à le porter et mettre les moyens pour le réaliser, mais consiste également et surtout à impliquer, encourager et inciter les citoyens à devenir individuellement et bien sûr collectivement partenaire de ce projet.

Bien sûr, pour atteindre ces résultats, l'Etat doit mettre en œuvre un modèle de gouvernance qui favorise la participation vraie des citoyens. Cette gouvernance devra considérer que le développement des personnes est une pièce maîtresse.

2 – 2 Quel levier de développement et de transformation représente l'artisanat pour la population ?

Une politique culturelle bien pensée est un auxiliaire de poids dans la gestion d'un territoire, par la dynamique qu'elle génère auprès de la population, l'image qu'elle renvoie à ses propres habitants.

Afin de mesurer l'efficacité de cette politique, nous avons mené une enquête d'opinion portant sur la perception des métiers d'artisanat au Maroc.

Enquête : La perception des métiers d'artisanat au Maroc

Cette enquête descriptive vise à bâtir une base de données pour mesurer la perception du secteur de l'artisanat par une population spécifique (les jeunes et les artisans), et comprendre la réalité socio-économique de ce secteur.

A - Choix de la population

Cette étude a été conçue par des chercheurs scientifiques en se basant sur la littérature. Pour l'échantillonnage nous avons ciblé des jeunes marocains : élèves (collège, lycée), étudiants universitaires et des artisans.

B - Temps et lieu de déroulement de l'étude

Il est apparu nécessaire de mener cette étude en milieu scolaire (collèges, lycées, universités) et en milieu professionnel pour mieux organiser notre travail.

L'étude a été menée durant le mois Novembre 2018.

C- Déroulement de l'étude

Le questionnaire a été établi en se basant sur la littérature ; Il a porté sur les axes suivants :

- Images du secteur de l'artisanat ;
- Regard sur la formation ;
- Valorisation du métier d'artisan ;
- Perception du statut de l'artisan.

Deux versions du questionnaire ont été rédigées : française et arabe, afin de permettre une participation maximale.

Deux méthodes ont été adoptées pour collecter les données : l'entretien face à face avec le participant, et la version électronique du questionnaire. Le formulaire électronique est considéré comme une méthode alternative lorsque les participants ne sont pas disponibles au moment de l'entretien.

D – Résultats

Identification des participants :

Au total, 1000 questionnaires répondus ont été analysés, les participants ont été répartis comme suit : 25% artisans ; 28,3% et 40,7% respectivement élèves (collège, lycée) et étudiants universitaires (**Figure 1**).



Figure 1 : Identification des participants

Perception de l'évolution de l'artisanat :

60% des participants toute catégorie confondue, voient que le métier d'artisanat évolue plutôt en bien ces dernières années (**Figure 2**).



Figure 2 : Perception de l'évolution de l'artisanat

Rôle des différents secteurs dans la création d'emploi :

Concernant le secteur qui contribue le plus à la création d'emploi au Maroc, plus de 71% des participants ont opté pour le commerce, suivi par les services avec 43,3%, en suite viennent en ex éco l'artisanat et l'industrie avec 33,3% (**Figure 3**)

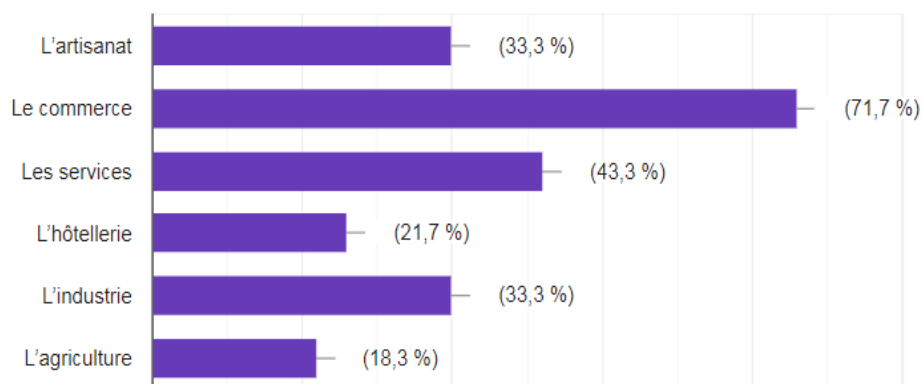


Figure 3 : Rôle des différents secteurs dans la création de l'emploi

Rôle des différents secteurs dans la formation des jeunes :

La formation pour un métier futur choisie par la plupart des enquêtés repose sur le Marketing et la communication avec 58,3%, suivi par l'artisanat qui est représentée par 26,7% (**Figure 4**).

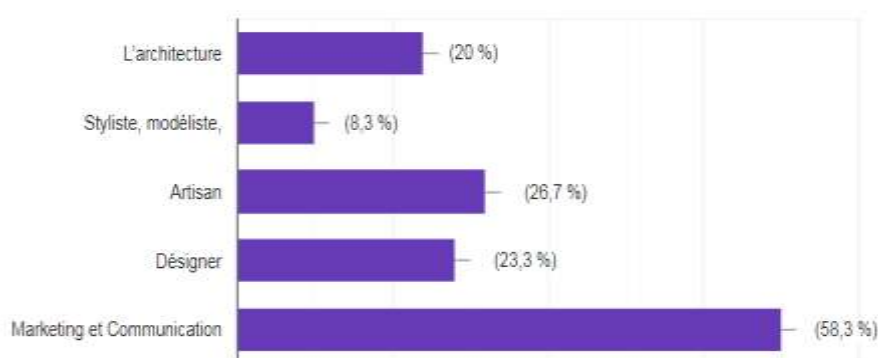


Figure 4 : Rôle des différents secteurs dans la formation des jeunes

Image du secteur de l'artisanat :

Plus de 86,7% des participants considèrent l'artisanat comme métier traditionnel, uniquement 8,3% le trouvent innovant (**Figure 5**).

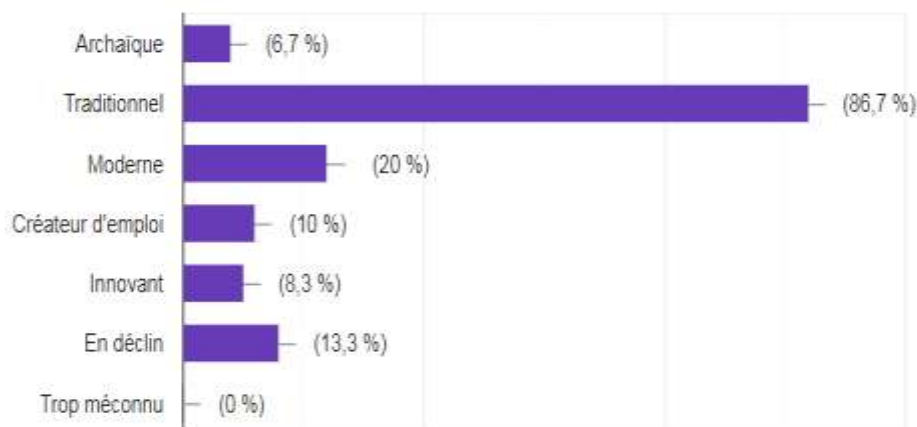


Figure 5 : Image du secteur de l'artisanat

Idées perçues sur l'artisanat (Figure 6, 7, 8)

- Presque la moitié des enquêtés considèrent l'artisanat comme une chance pour un jeune qui veut entreprendre et que les métiers d'artisanats permettent aux artisans de préserver leur liberté et leur qualité de vie, alors que 60% constatent qu'au cours des dernières années les métiers de l'artisanat ont contribué à l'amélioration du niveau de vie des artisans (**Figure 6**).



Figure 6 : Idées perçues sur l'artisanat

- Pour 65,5% des participants les métiers de l'artisanat sont réservés à ceux qui ne sont pas capables de poursuivre des études secondaires ou supérieures, 13,8% considèrent que les métiers d'artisanat permettent de trouver facilement un emploi et 39,7% voient que les métiers d'artisanat sont délaissés par les jeunes (**Figure 7**).

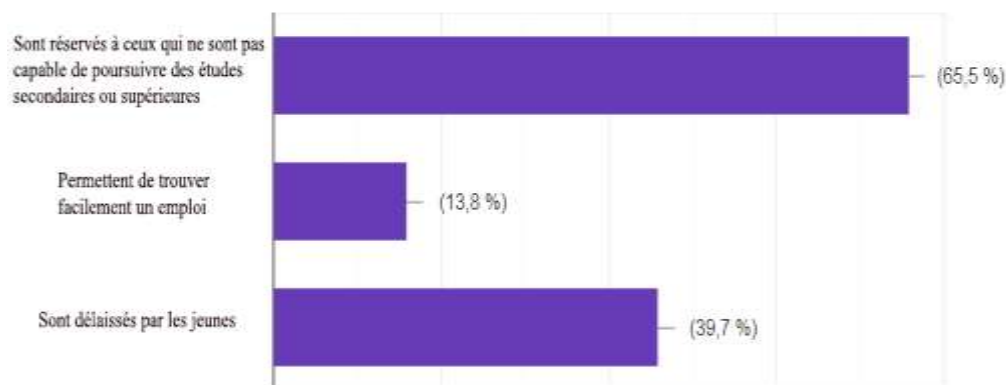


Figure 7 : Idées perçues sur l'artisanat

- La majorité des participants avec 71,7% considèrent le métier d'artisanat comme un levier pour le développement territorial, 23,3% le voient comme un secteur adapté aux contraintes économiques actuelles, alors que pour 13,3% des enquêtés, l'artisanat est un secteur qui ne contribue pas au développement économique du pays (**Figure 8**).

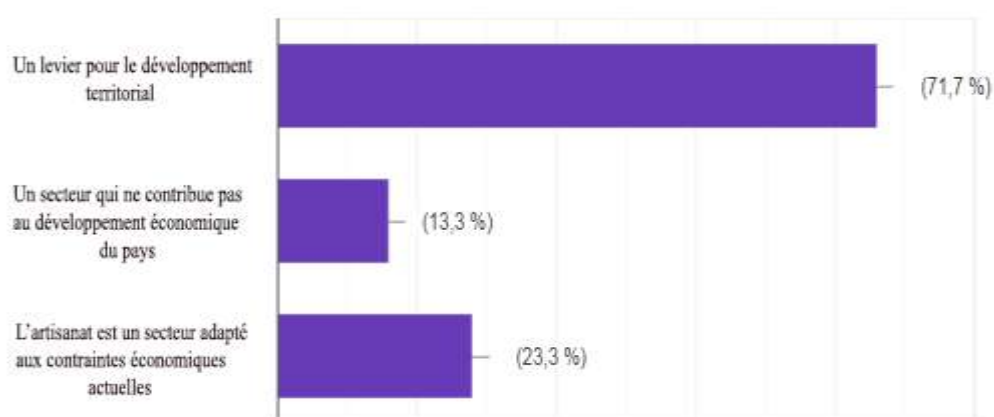


Figure 8 : Idées perçues sur l'artisanat

Le regard sur l'apprentissage (Figures 9, 10)

- Concernant les opinions que l'on entend sur l'apprentissage, la majorité des enquêtés sont tout à fait d'accord que l'apprentissage devrait être davantage valorisé au Maroc et ne sont pas du tout d'accord que l'apprentissage est réservé aux élèves qui ne réussissent pas dans les filières dites classiques (**Figure 9**)

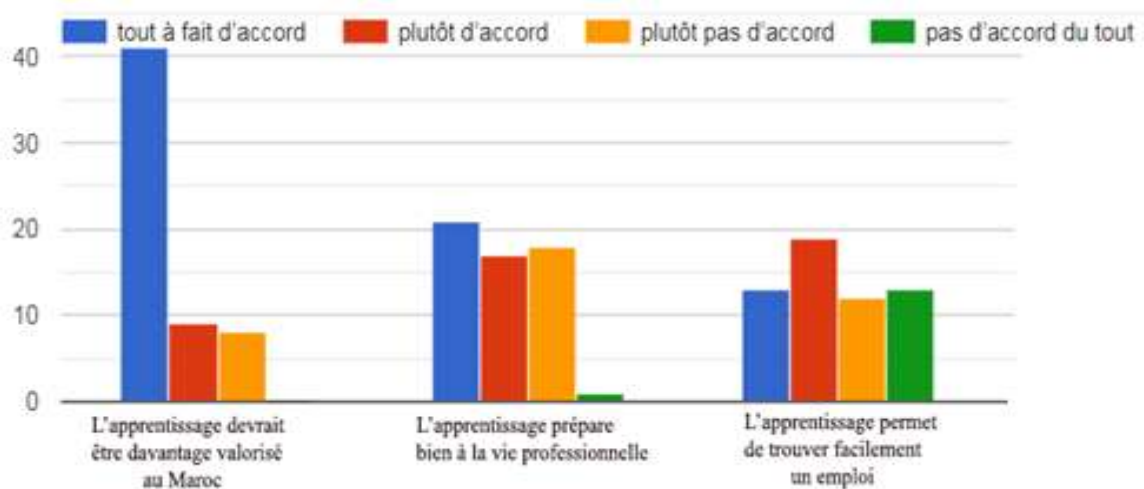


Figure 9 : Regard sur l'apprentissage

- Pour plus de la moitié des participants, l'apprentissage c'est avant tout un moyen d'apprendre un métier en le pratiquant et un moyen d'apprendre un métier intéressant alors que pour une minorité l'apprentissage reste une forme d'enseignement uniquement pour les métiers manuel (**Figure 10**).

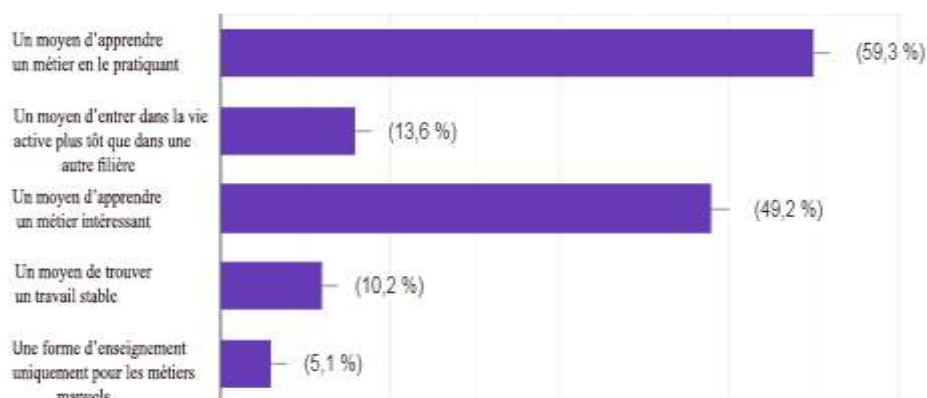


Figure 10 : Regard sur l'apprentissage

La formation des apprentis

Une question a été adressée uniquement aux artisans portant sur la formation des apprentis durant les cinq dernières années, 43,5% ont confirmé qu'ils avaient formé plusieurs apprentis, 30,4% ont formé un seul, alors qu'aucun apprentis n'a été formé chez 13% des artisans (Figure 11).

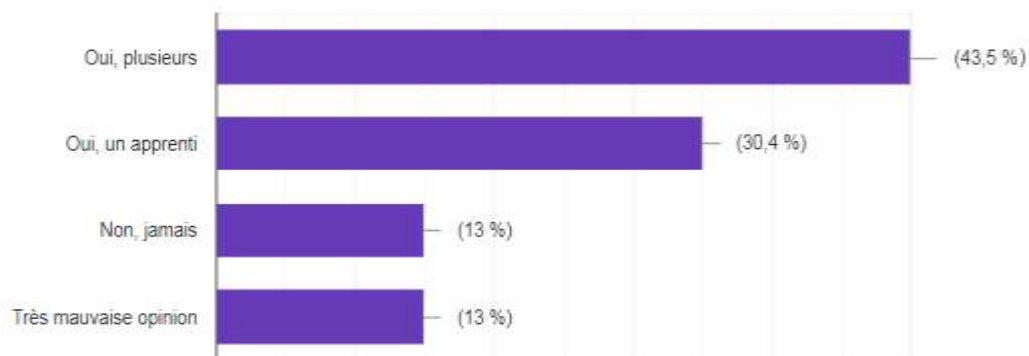


Figure 11 : Formation des apprentis

Valorisation du métier d'artisan :

La majorité des enquêtés reconnaissent la valorisation du métier de l'artisan, pour plus de la moitié, le métier d'artisan est assez valorisant et pour 34,5% c'est un métier très valorisant (Figure 12).

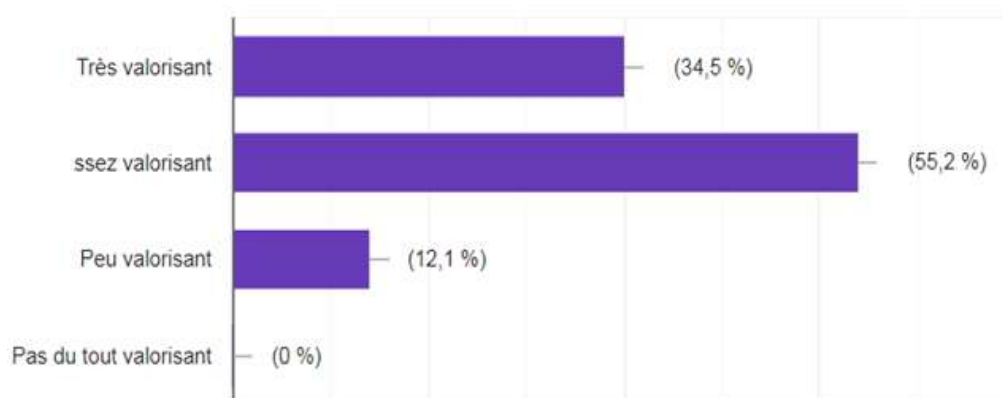


Figure 12: Valorisation du métier d'artisan

Prédisposition et motivation des jeunes à travailler dans l'artisanat :

- Une question a été adressée uniquement aux jeunes portant sur leur prédisposition à travailler dans le secteur de l'artisanat, 62,7% envisagent la possibilité d'y travailler, uniquement 6,8% ont exprimé leur volonté avec certitude (**Figure 13**).

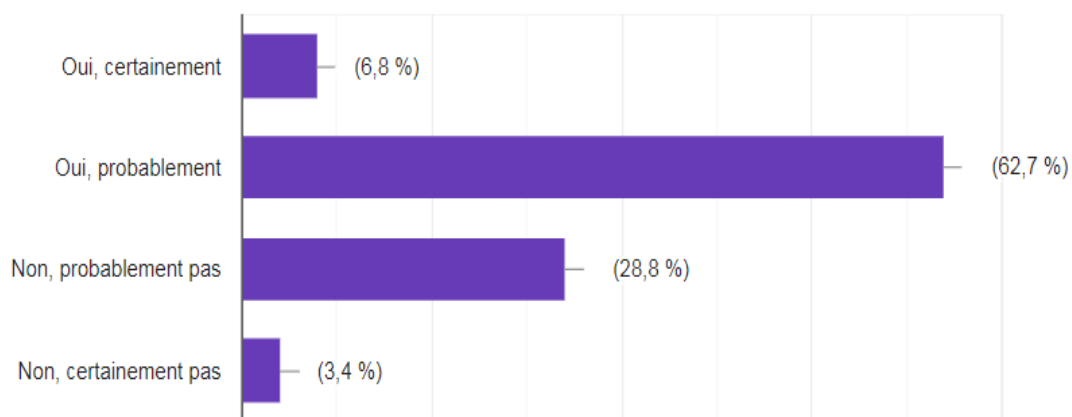


Figure 13 : Prédiposition des jeunes à travailler dans l'artisanat

- Parmi les raisons qui motivent les jeunes à travailler dans l'artisanat, l'indépendance qui a été exprimée par la majorité des participants (**Figure 14**).

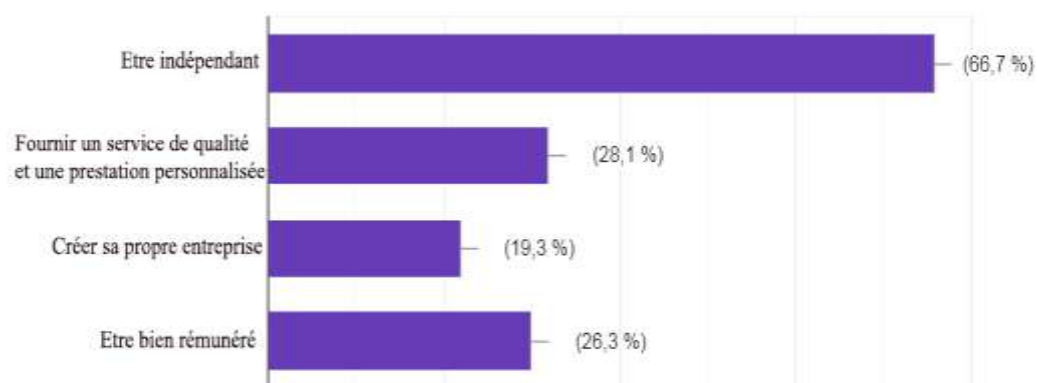


Figure 14 : Motivation des jeunes à travailler dans l'artisanat

Perception du statut de l'artisan

La plupart des enquêtés considèrent l'artisan comme un indépendant sans salarié, 28,8% le considèrent comme un chef d'entreprise, alors que 8,5% le voient comme un salarié (**Figure 15**).

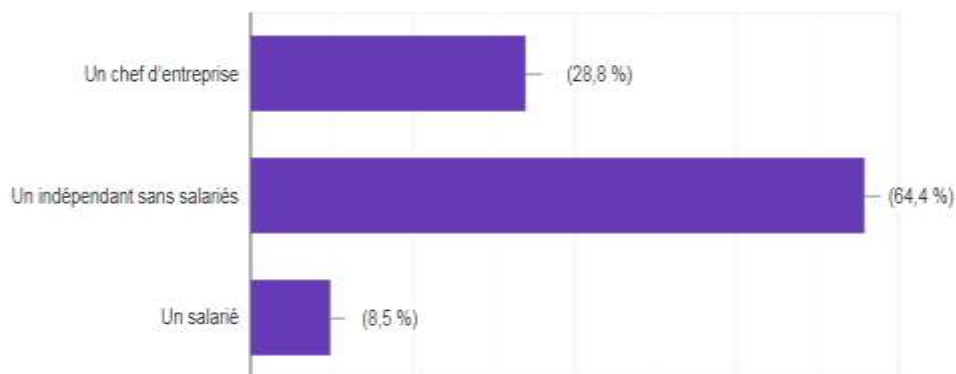


Figure 15 : Perception du statut de l'artisan

E- Discussion

L'artisanat au Maroc doit être considéré comme un facteur essentiel pour une évolution économique et sociale locale et régionale, car il intègre le respect de l'histoire, le sens du lieu, le patrimoine sous toutes ses formes et les pratiques des habitants. L'artisanat apporte un supplément d'âme, la beauté d'un lieu, la fierté et le sentiment d'appartenance qui peuvent constituer des facteurs de développement. Toutefois, ce développement n'arrive pas seul, des conditions mobilisatrices doivent agir pour que le développement se réalise.

Les réponses de la population, de l'échantillon, de notre enquête nous ont permis de formuler quelques conditions de développement.

- Connaître son territoire

La condition nécessaire du développement du territoire par la culture, est qu'il traduit la géographie, l'histoire et les réalisations de ses artisans dans ses choix de développement. Cela suppose de bien connaître son territoire.

Un territoire devient culturel lorsqu'il reconnaît et met en valeur son patrimoine, ses fondements historiques, les us et les coutumes de ses résidents, les œuvres de ses artisans. La culture se propose alors comme élément de synergie pour assurer un développement durable.

- Habiter son territoire

Donner la possibilité aux artisans d'y vivre et de gagner leur vie. Habiter son territoire se manifeste pour les artisans, par la qualité de vie que le territoire offre à ses résidents, et signifie aussi que ces derniers contribuent à leur façon à son développement.

- Impact de l'image de marque de l'artisan

Cet impact se manifeste d'abord dans l'influence qu'elle exerce sur les femmes, partenaire essentiel à l'impulsion des métiers d'artisanat. Il faut noter que la qualité de vie est une force bien réelle qui prend toute son importance lorsqu'il s'agit d'attirer des adhérents à un projet de développement.

- Redonner de la valeur et du sens à l'enseignement des métiers d'artisanat

Les systèmes de formation des métiers d'artisanat restent un système potentiellement très limité ; D'une part, les modes d'orientations hérités du passé destinent la formation aux élèves qui ont échoué dans le système classique ; D'autre part, c'est un système aux contours rigides, donnant une formation irréversible par manque de passerelle à d'autres enseignements et donc l'ouverture sur d'autres horizons.

Ces conditions pèsent lourdement sur la décision d'orientation des femmes vers l'apprentissage des métiers d'artisanat. Les manques se font sentir dans ces métiers, le manque de personnes qualifiées, créatives, innovantes et fières d'exercer ces métiers deviendra le principal facteur limitant les capacités de développement de ce secteur dynamique.

- Création d'une grande institution des métiers d'artisanat

Cette institution sera un lieu de développement intellectuel et culturel de recherche/développement, ce qui va engendrer des effets immatériels ou intangibles, capables de constituer la locomotive de la stratégie de développement.

- Regroupement des activités artisanales

Une concentration des lieux de travail avec un bon choix des emplacements, ainsi que des constructions propices à attirer l'œil des clients et des visiteurs, permet de faire de ces lieux , non seulement des lieux de travail, mais aussi des milieux de vie, de rencontre, d'exposition, de divertissement ,.....

- Encourager les partenariats régionaux

Des partenariats entre les régions doivent être noués afin d'élargir le champ des conditions d'échange, d'expérience, de formation, de commercialisation,... Bref, une solidarité entre les régions conduira fatalement au développement du secteur.

- Exposer l'artisanat

Il ne s'agit pas seulement d'exposer les produits de l'artisanat, mais l'artisanat doit se faire voir et entendre dans la vie quotidienne des habitants d'un territoire. Dans ce sens, le Maroc doit revoir son modèle d'attractivité pour convaincre la nouvelle génération d'adhérer à la stratégie de développement par les métiers d'artisanat et garder le fort attachement de la population.

Conclusion

Les propos développés au fil de l'article, plus particulièrement au début (1^{er} axe), conduisent à conclure que le développement des territoires par la culture se trouve au centre des préoccupations des chercheurs et des décideurs. L'ensemble des travaux des différents chercheurs y trouvent un facteur, un actif, un instrument de marketing, voire un moteur de développement. C'est le fer de lance de la revitalisation urbaine et rurale.

La culture est un facteur explicatif et un levier de développement des territoires, elle fait partie de l'attractivité d'un territoire au même titre que son dynamisme économique, c'est un partenaire de chaque décideur ayant pour mission d'entraîner ses concitoyens sur la voie de développement. A cet égard, le développement des personnes, le travail de construction et de réflexion sur les identités territoriales est une pièce maîtresse pour dépasser les effets des

facteurs défavorables, qui sont restés dominants, au Maroc, au point de vider les politiques publiques de développement et d'impulsion du secteur d'artisanat, de leur volet socio-économique.

En guise de conclusion, on peut dire que le développement local et le phénomène artisanal sont les deux aspects d'une même réalité dans la mesure où le caractère parcellaire et spontané de l'artisanat lui assure une adaptation totale à la dimension locale analysée en termes de produits, de main-d'œuvre disponible et de besoins à satisfaire. Ces adaptations restent fonction des relations existant avec les autres secteurs de la société et de l'économie : secteurs politique, administratif, industriel, commercial et agricole et commerce extérieur ; toutes tendent à modifier, à orienter ou à amplifier les conditions et les résultats de la production artisanale.

Au total ;

En tant que facteur de dynamisme, et vecteur de création d'emploi et d'intégration socio-économique, le développement du secteur de l'artisanat et des métiers peut jouer un rôle très important dans la réalisation des objectifs globaux du développement local et de la dynamique territoriale. Ce qui exige un engagement des acteurs publics et privés et une bonne gouvernance locale.

Bibliographie

- Belley, S. (2003). Le territoire, la performance et la culture : des ferments pour une démocratie locale renouvelée. Synthèse des trois tables rondes organisées dans le cadre des premières Rencontres internationales « Démocratie et management local » tenues à l'ENAP de Québec du 20 au 23 mai 2003.
- BENKO G ; 2007, Territoires et Sciences sociales, in ITCAINA X ; PALARD J. et SEGAS S. (eds), Régimes territoriaux et développement économique, op. cit, pp. 105 – 112.
- Brault, S. (2009). Le FACTEUR C — L'Avenir passe par la culture, Montréal, La Presse/Éditions Voix parallèles.
- Camille CHAMARD : « le marketing territorial : Comment développer l'attractivité territoriale et l'hospitalité des territoires ? ».
- CHIKHAOU S., (2006), « Politiques publiques de l'artisanat, Esquisse d'un bilan », Contribution au rapport du cinquantenaire. Rabat, pp7-30.
- David, M. (2008). "Culture et développement local : le cas de Roubaix ". Dans N. El Hagggar, À propos de la culture. Paris, L'Harmattan, coll. « Les Rendez-vous d'Archimède », tome 2.
- DONSIMON (Myriam). (2008). « Savoir-faire, patrimoine et développement local ». Université de Savoie, CREPPEM.
- Faure, A. (1998). Action culturelle et développement local. Quatre territoires à la loupe dans le département de l'Hérault, Grenoble, Observatoire des politiques culturelles.
- FERGUE (Ameziane), (2008). « Territoire, innovation et développement local », Grenoble2.
- Fillion, P. (1995). « Urbanisation et transition économique : du fordisme à l'après fordisme ». Dans Gagnon, A. G. et A. Noël, L'espace québécois, Montréal, Les Éditions Québec/Amérique, Coll. « Société Dossiers/documents », pp. 189-215.
- Florida, R. L. (2002). The Rise of the Creative Class; And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, New York, Harper Business.
- Gerard E. (2005). « Apprentissage et scolarisation en milieu artisanal marocain. Des savoirs qui s'imposent et s'opposent », Cahier de la recherche sur l'éducation et les savoirs, n°4. In Revue internationale de sciences sociales, pp.163-186.
- Greffe, X., S. P flieger, Noya, A. (2005). La culture et le développement local, Paris : OCDE.
- Langevin C., (2006), « Artisanat : Un savoir-faire à exploiter », Conjoncture, N° 877. (Dossier), pp.20-29.
- MATTEA CCIOLI et TABARIES M, 2006 ; Historique du GRMI. Les apports du GREMI à l'analyse territoriale de l'innovation, in CAMAGNI R et MAILLARD. (eds), Milieux innovateurs. Théorie et politiques ; op. Cit, pp. 3 -9
- Pascual i Ruiz, J. (2008). "Politiques culturelles, développement humain et innovation institutionnelle". Dans Hagggar, El N. (dir.) À propos de la culture. Paris, L'Harmattan, coll. "Les Rendez-vous d'Archimède", t. 2 : 225-244
- Salais (Robert), (1998) « Dynamique territoriales et mutations économiques », Paris. L'Harmattan,
- Teisserenc, P. (1997). Le développement par la culture. L'Homme et la société, Paris, 193 107-121.

Webographie

- La Gazette du Maroc : <https://WWW.mghress.com> » la gazette
- [https ://int.ma.l'artisanat-marocain](https://int.ma.l'artisanat-marocain)
- <https://www.médias24.Com>
- www.artisanat.gov.ma

