

ARTISANAT, UNE APPROCHE VOLONTARISTE TOURNEE VERS LA CROISSANCE ET L'EMPLOI!

Une stratégie volontariste

La nouvelle stratégie nationale de l'artisanat vise à répondre à un double objectif. D'une part, adopter une politique volontariste pour créer suffisamment de nouveaux emplois. D'autre part, illustrer le nouveau rôle de l'administration qui doit passer d'une administration de gestion à une administration de développement. En d'autres termes, l'Etat devient un entraîneur qui choisit des axes de développement et oriente et encadre les acteurs privés. Le secteur privé pour sa part, se voit investi de la mission de mise en œuvre de ces axes de développement et de création d'emplois.

Cette stratégie de développement du secteur de l'artisanat résulte d'une démarche d'analyse poussée qui a nécessité plusieurs mois de travail (chiffres clés du secteur, recensement de tous les opérateurs existants, diagnostic, plan d'action détaillé, etc.). Elle s'inscrit également dans le cadre du Plan Emergence (étude Mc Kinsey) qui a identifié les différentes branches d'activités économiques que notre pays gagnerait à développer comme locomotives pour l'exportation.

Une rupture avec le passé

Historiquement : une approche d'accompagnement non adossée à une politique de croissance...

L'administration de l'Artisanat a souvent souffert de l'absence de programmes spécifiques visant la création d'emplois nouveaux dans le secteur et de politique volontariste de croissance.

En effet, malgré la forte demande mondiale pour la civilisation, l'art et la culture marocaine, le secteur a historiquement focalisé son activité autour de trois couples de produits/clients :

- **L'artisanat de consommation pour la clientèle nationale** et générant un chiffre d'affaires de 3 milliards de dirhams. Il s'agit d'un artisanat à **vocation utilitaire** tels les djellabas pour les femmes rurales, les ustensiles en poterie pour la cuisine ou encore les services comme la coiffure de quartier ou la mécanique.
- **L'artisanat de production culturelle vendu aux nationaux et aux touristes étrangers** (ex : lampes en fer forgé pour la décoration). Il génère un chiffre d'affaires de 10 milliards de dirhams pour une clientèle essentiellement marocaine (83% pour le marché national Vs 17% pour les touristes étrangers).
- **L'artisanat à fort contenu culturel de production et de service destiné à l'export.** Il dispose d'un très fort potentiel mais réalise pour l'instant un chiffre d'affaires ne dépassant pas les 700 millions de dirhams.

Autre point faible du secteur, la **dispersion des efforts et des budgets**. On constate en effet une insuffisance de coordination et de clarté dans les missions des différents acteurs publics et privés (Ministère de l'Artisanat et de l'Economie Sociale, Maison de l'Artisan, Chambres d'Artisanat (24) et leur Fédération, Associations professionnelles). A cela s'ajoutent des ressources humaines limitées et de budgets modestes et non priorisés.

...Et une demande croissante et non exploitée

Pourtant, notre pays dispose d'un **potentiel exceptionnel pour l'artisanat d'art et de production à fort contenu culturel**. La demande existe et porte sur des produits différenciés et difficiles à concurrencer. Elle se manifeste auprès de deux cibles de clientèle qui recherchent un contenu culturel authentique:

- La clientèle nationale des grandes agglomérations urbaines
- La clientèle internationale des grandes villes urbaines des pays étrangers voisins

Actuellement, ces deux segments potentiels ne sont pas approvisionnés car chacun a son réseau de distribution approprié qui n'a été ni pénétré, ni travaillé ni développé. Et les producteurs marocains ne se sont pas organisés, structurés et suffisamment développés pour s'adapter à ces nouveaux canaux de distribution.

Dorénavant, une vision claire et volontariste et un plan d'action concret pour chaque type d'acteur du secteur!

Cette nouvelle stratégie s'inscrit dans la priorité de la politique volontariste de l'Etat, à savoir faire créer des emplois additionnels. Il s'agit de mettre en place une politique adaptée à chaque type d'acteur du secteur. Et qui répond à un double objectif : aider à l'émergence et au développement d'un tissu d'acteurs-producteurs de référence et appuyer les mono-artistes urbains et ruraux en terme de production/vente et d'amélioration de leurs conditions de vie.

Un tissu de production fort et structuré

1. **Emergence d'acteurs-producteurs de référence** : La demande des clients en artisanat de production à fort contenu culturel est clairement exprimée par une clientèle moderne et sophistiquée qui réside dans les grandes agglomérations nationales et étrangères et qui s'approvisionne auprès de ses propres réseaux de distribution. Ce sont ces réseaux modernes, non encore pénétrés aujourd'hui, qu'il faut conquérir. Il s'agit donc de créer des acteurs nouveaux ou faire grandir certains acteurs-producteurs qui seront capables de produire en volume et en qualité suffisante.

Pour réaliser cet objectif au plus vite, et après l'identification à la fois des produits les plus demandés par les segments de clientèle concernés et des acteurs à même de fournir en volumes élevés et en qualité, la priorité consiste à focaliser d'abord sur certains réseaux de distribution. Dans ce sens, il est prévu de sélectionner par voie d'appel d'offres un nombre restreint d'opérateurs en mesure de répondre à la demande des réseaux de distribution. La sélection se fera en fonction notamment de la solidité financière de l'entreprise, de sa taille, de la qualité de son management, de son orientation vers l'export, etc.

Un **contrat tripartite entre l'état, l'acteur et le réseau de distribution** sera signé par la suite. Il précisera les engagements de chaque signataire (obligations de résultats chiffrés pour les opérateurs sélectionnés / soutien à la production et à la commercialisation pour l'Etat à travers des campagnes de marketing et de promotion). L'objectif est d'assurer des débouchés de vente pour les produits et de permettre d'adapter le produit marocain aux goûts et tendances de la clientèle.

Deux filières porteuses ont été arrêtées pour cette phase de démarrage: la **décoration** et la **bijouterie** en raison de leur potentiel de croissance et de la présence d'acteurs structurés dans ces filières.

Il s'agit dans ce premier temps de créer 1 à 3 acteurs par filière avec un chiffre d'affaires visé de 50 à 100 millions de dirhams par acteur.

A l'horizon 2015, 5 à 7 filières prioritaires devront être retenues et le nombre d'opérateurs devrait atteindre 10 à 15 (CA visé : *entre 200 et 300 MDH /acteur*)

2. Elargissement du tissu de production pour répondre au potentiel de la demande

Parallèlement, et pour répondre à la forte demande en artisanat d'art à contenu culturel, **il est nécessaire de pérenniser et d'accroître la demande en aidant le tissu de PME** opérant déjà dans le secteur à se développer et en incitant à la création de nouvelles PME. Tous les opérateurs ne pouvant pas bénéficier des contrats avec l'Etat, faute de budgets et de ressources humaines, l'Etat s'engage à encadrer et appuyer les manufactures structurées. L'objectif est d'assurer une hausse de leur production. Cet appui prendra la forme de prestations gratuites ou subventionnées par l'Etat en matière d'aide à la production, à la vente et au financement. Le Ministère compte également créer une équipe dédiée à l'accueil et à l'orientation des PME.

- **Aide à la production** : **Organiser le marché de certaines matières premières** (lancement d'appel d'offres pour la création de grossistes/fournisseurs en matières premières et coordination pour la constitution d'un GIE) ; **subventionner des expertises** pointues (en matière d'amélioration des processus de production des PME et d'assistance à la mise en place du contrôle qualité), **assister les PME à traiter les problématiques d'emballage et de logistique** et **faciliter l'accès des entreprises artisanales à la Formation Continue**.
- **Aide à la vente** : **Appuyer les PME dans la prospection de réseaux de vente et la connaissance des marchés** (financement par la maison de l'Artisan d'études de marchés, de Road shows, d'éducteurs, de salons professionnels et de rencontres pour l'aide au référencement des PME auprès de la distribution moderne nationale), **subventionner l'élaboration de plans marketing des PME**.
- **Aide au financement** : **Création d'une cellule d'intermédiation** entre les PME existantes et les banques pour les assister dans leurs demandes de crédits bancaires (Accompagnement dans l'élaboration des Business Plan, négociations...) + **Incitation à l'utilisation des fonds de capital risque** pour les nouvelles entreprises et mise en relation des entrepreneurs ayant une culture de la transparence financière avec les fonds, pour un financement en fonds propres.

Grâce à ces mesures, on devrait passer de 60 PME actuellement (avec un CA global de 510 millions de dirhams par PME) à 200 ou 300 PME (avec un CA global de 4 à 5 milliards de dirhams) et une orientation vers l'export qui atteint les 50% de la production (Vs 26% aujourd'hui). Cette dynamique aura également une incidence directe sur la création d'emplois : si le secteur compte aujourd'hui 23.450 emplois (dont 4.739 emplois formels et permanents), il devrait les 37.200 emplois permanents dans les dix années à venir atteindre.

Une batterie de mesures pour les artisans individuels

Il s'agit pour les mono-artisans urbains et ruraux d'augmenter la demande de produits artisanaux qui leur est adressée et d'élever leurs revenus et leurs niveaux de vie.

1. Mono-artisans urbains : cette nouvelle stratégie cible deux segments : **les touristes marocains et étrangers** et **la clientèle urbaine locale**. Elle apporte une grande nouveauté qui consiste, pour les touristes, à **créer des espaces de vente innovants** dans des lieux générant un flux maximal de touristes (nouvelle génération de villages d'artisans dans les stations du plan Azur et les destinations culturelles + ateliers de finition-vente-animation dans des foundouks ou musées des médinas).

Autre nouveauté de cette stratégie, la **revalorisation des espaces de vente existant** en réhabilitant les foundouks et en déplaçant les activités polluantes ou bruyantes hors des médinas, en réhabilitant les villages d'artisans existants et en facilitant l'acte d'achat dans les espaces de vente (moyens de paiement moderne, emballages et expédition).

Enfin, pour la clientèle nationale de proximité, il est prévu de **dynamiser la promotion** des mono-artisans urbains et micro entreprises urbaines à travers l'allocation par la maison de l'artisan d'un budget aux chambres pour la promotion régionale (budget : 5 millions de dirhams en 2006)

La nouvelle stratégie nationale de l'artisanat apporte aussi d'autres nouveautés en matière de mesures **d'accompagnement au niveau de la production, du financement et de couverture sociale** :

Production

- Aide à la création de zones de production et organisation du marché des matières premières

Financement :

- *Artisans non bancarisables* : Elargissement du micro-crédit. Il s'agit de passer de 5000 prêts actifs actuellement à 175.000 en 2007 et d'augmenter les encours octroyés à 30.000 Dhs.
- *Artisans potentiellement bancarisables* : Ils bénéficieront d'une grande innovation à savoir, la mise en place d'un produit adapté et intermédié entre la banque et l'artisan (facilitation des procédures d'octroi de crédits + mise en place d'un circuit de « structures relais » entre l'artisan et la banque qui auront pour mission notamment d'informer sur le produit, d'assurer le suivi des paiements du crédit et de faciliter le recouvrement)

Couverture sociale :

- Mise en place de nouveaux produits adaptés à la frange du secteur ayant les revenus les plus modestes et réservé à cette catégorie en matière de prévoyance et de couverture maladie (le niveau de cotisation sera adapté aux ressources financières et inférieur à celui de la CNSS et de l'AMO).

2. Mono-artisans ruraux : deux cibles ont été identifiées pour améliorer la commercialisation de leurs produits :

Le tourisme rural :

- Intégrer les espaces d'artisanat dans les circuits du tourisme rural

Clientèle nationale de proximité :

- Organiser des foires commerciales pour ce segment à travers l'allocation par la Maison de l'Artisan au profit des chambres de budgets pour les activités commerciales et les foires.
- Favoriser la création d'espaces de rencontres régulières entre mono-artisans ruraux (regroupés en coopératives) et intermédiaires ou clients finaux pour assurer une régularité des débouchés commerciaux.

Le regroupement en coopératives des artisans ruraux permet, d'une part, de mutualiser l'achat de matières premières et, d'autre part, de renforcer le pouvoir de négociation avec les intermédiaires ou clients finaux. Ce dispositif vise à augmenter la marge des mono-artisans ruraux au détriment de celle des intermédiaires

Par ailleurs, les mesures d'accompagnement (production, du financement et de couverture sociale) profiteront pleinement aux mono-artisans ruraux.

Mesures d'appui transversales

Pour la mise en œuvre de cette stratégie, l'Etat prévoit des mesures d'appui transversales au profit des différents acteurs du secteur. Ces mesures portent sur deux volets principaux : la promotion et la formation.

- **Promotion** : L'objectif est de stimuler la demande par une visibilité accrue du produit sur les marchés cibles. Une des mesures consiste à créer un Label National (bâtir l'image de marque de l'artisanat marocain et l'ancrer chez le consommateur final dans les marchés cibles). Il s'agit de s'adosser à la promotion du secteur du tourisme en intégrant le Label National de l'artisanat dans la communication institutionnelle du tourisme.

- **Formation** : L'objectif est de mettre à niveau le système de formation existant notamment en développant la formation par apprentissage en partenariat avec les Chambres d'Artisanat et en mettant en place un système de certification des artisans (maître artisan, artisan, apprenti, etc.).

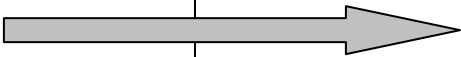
L'Artisanat sur la voie d'un contrat programme !

- Signature courant 2006 d'un Contrat – Programme tripartite entre le Gouvernement, la Fédération des Chambres d'Artisanat et le Représentant des Associations Professionnelles afin de pérenniser la vision, répartir les rôles et missions de chaque intervenant, fixer les grandes lignes de financement et mobiliser les acteurs autour de la Vision et de répartir les rôles et les missions de chaque intervenant. Ainsi, les rôles de chaque intervenant seront répartis de façon claire et optimisée. L'Etat sera le stratège de la Vision qui conçoit, met en place et évalue les programmes de développement du secteur. Les autres acteurs interviendront dans la mise en œuvre de cette Vision selon leurs compétences et missions.

Objectifs chiffrés à horizon 2015

La nouvelle Vision de l'Artisanat vise à :

- **Doubler** le chiffre d'affaires de l'artisanat à contenu culturel,
- **Multiplier** par 10 les exportations formelles,
- **Générer** 4 milliards de dirhams de PIB supplémentaire
- **Créer 117.500 emplois** (37.200 nouveaux emplois générés par les Producteurs d'Envergure, 13.750 emplois créés par les PME et 66.500 nouveaux mono-artisans et employés de TPE).

Indicateurs	2006	2015	Evolution
Chiffre d'Affaires	10,7 mds DH	24 mds DH	+ 13,3 mds DH
Exportations	0,7 mds DH	7 mds DH	+ 6,3 mds DH
PIB	6 mds DH	10,3 mds DH	+ 4,3 mds DH
Emplois :			+ 117.500
➤ <i>Très Grandes Entreprises</i>	----	37.200	+ 37.000
➤ <i>PME</i>	23.450	37.200	+ 13.750
➤ <i>Artisans individuels/Très Petites Entreprises</i>	265.000	331.500	+ 66.500

* Périmètre = Artisanat de production à contenu culturel