

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DE LA QUALITE DANS LE SECTEUR DE L'ARTISANAT

La normalisation et la qualité s'imposent aujourd'hui et plus que jamais comme un outil stratégique indispensable d'échange et de développement facilitant la suppression des barrières techniques au commerce dans la perspective de la libre circulation des marchandises, des produits et de l'extension du marché international du commerce qui en résulte.

Conscient de l'importance de l'impact de la normalisation et de la qualité sur le développement du secteur de l'artisanat et la faiblesse du système traditionnel de contrôle de la qualité, le Département de l'Artisanat s'est engagé depuis fort peu dans un ambitieux programme normatif des produits et services en vue de généraliser les différents outils que proposent le système normatif national : certification, normes d'application obligatoire, labellisation, marque collective de certification, etc.

L'offre d'un produit, bien ou service, répondant en permanence à l'attente et l'exigence du marché, c'est-à-dire à des normes de qualité reste la meilleure voie pour garantir non seulement la survie et la pérennité des métiers de l'artisanat mais surtout leur développement. D'où l'importance de l'intégration du secteur de l'artisanat dans le système de normalisation national.

La Normalisation est une activité qui vise l'élaboration des normes dans un cadre faisant intervenir toutes les parties concernées et elle est un facteur de progrès qui contribue à la compétitivité des entreprises et à la protection des consommateurs. Elle participe à la maîtrise du marché intérieur et favorise le développement des exportations.

Les normes adoptées selon une procédure faisant appel au consensus, sont des documents contenant des spécifications techniques ou autres critères précis destinés à être utilisés en tant que règles ou lignes directrices pour assurer que des matériaux, produits, systèmes, processus et services sont aptes à leur emploi.

En matière de normalisation, on distingue :

- Les normes de terminologie qui précisent les termes et les définitions et servent à la compréhension mutuelle ;

- Les normes de spécifications qui fixent les caractéristiques des produits en fonction des objectifs visés (interchangeabilité, aptitude à l'emploi, santé et sécurité, protection de l'environnement, etc.) ;
- Les normes d'essai et d'échantillonnage qui fixent la méthode à appliquer pour effectuer les mesures et le contrôle des caractéristiques d'un produit ;
- Les normes de gestion de la qualité qui permettent à l'entreprise d'estimer et de suivre le niveau de la qualité de ses produits.

L'idée de norme s'accompagne alors bien souvent de la notion de certification qui est l'attestation de conformité des caractéristiques d'un produit ou d'un service à un système de référence donné généralement de type normatif.

Et tout ceci s'inscrit dans une démarche générale de qualité : qualité des produits qualité de l'entreprise, c'est-à-dire en définitive une aptitude à répondre à l'attente de l'acheteur ou d'une manière plus générale des utilisateurs.

Il faut être bien conscient que cette triple démarche : normalisation- certification- qualité ou encore recherche-développement-normalisation doit aujourd'hui avoir toute sa place dans l'entreprise quitte même à entraîner la création d'un service spécifique qui prend en charge tout ou partie de ces fonctions.

La stratégie mise en place pour réaliser l'approche qualité dans le secteur comprend quatre étapes :

- 1) identification de la problématique qualité du produit et/ou du processus de fabrication;
- 2) résolution des problèmes qualité par l'élaboration de références normatives et de chartes qualité par les filières;
- 3) application des normes;
- 4) communication des améliorations qualité par les marques collectives, indications géographiques, etc.

L'information, relative aux problèmes de non qualité liés soit au produit ou au processus provient d'une part, des requêtes émanant des professionnels du secteur de l'artisanat, d'autres part, de la situation des filières et des produits connaissant une régression

Les exigences normatives nationales et internationales (ISO, UE, USA, etc.) peuvent également être une source d'information sur les problèmes qui risquent de porter préjudice à certaines filières de l'artisanat.

Actuellement, les comités techniques de normalisation existants (Textile, Dinanderie, Cuir, Poterie, Bijouterie) sont entrain de travailler sur différentes problématiques de non qualité identifiées au niveau des différentes filières. Ces travaux ont permis l'élaboration de plusieurs normes.

L'application des normes et leur utilisation pour l'élaboration de chartes qualité sont des étapes décisives pour l'amélioration de la qualité des produits et des services du secteur et pour l'introduction de la démarche qualité collective au sein des milieux professionnels artisans.

Les normes marocaines sont facultatives, toutefois leur application est obligatoire dans les clauses, spécifications et cahiers de charges des marchés passés par l'Etat, les collectivités locales, les établissements publics, ainsi que les entreprises concessionnaires d'un service public ou subventionnées par l'état.

Les arrêtés d'homologation peuvent rendre, également, l'application des normes obligatoire. C'est le cas, notamment, des normes qui touchent à la santé et à la sécurité des consommateurs. Certaines normes élaborées par le comité technique des produits de l'artisanat sont devenues d'application obligatoire notamment celles relatives à la présence de plomb et de cadmium dans les émaux utilisés dans la filière de la poterie et de la céramique.

La communication constitue l'une des étapes essentielles de cette stratégie d'amélioration de la qualité. En effet, la normalisation, la certification et les outils de la propriété industrielle (Marque, Label, Appellation Géographique, etc...), constituent des moyens appropriés pour fédérer les artisans autour d'un programme d'amélioration qualité et leur permet de communiquer sur leurs produits.

La flexibilité de ces outils permet à tous les artisans ayant une volonté d'amélioration qualité, de se regrouper librement et de fédérer leurs efforts pour améliorer leurs produits, se protéger contre la contrefaçon et promouvoir leurs signes distinctifs.

Pour les consommateurs qui souhaitent de plus en plus disposer d'informations et de garanties sur le rapport qualité/ prix du produit, la marque collective constitue un élément facilitant leur choix et les aidant à se repérer parmi une offre très large de produits. Elle éclaire le consommateur sur les caractéristiques spécifiques du produit concerné : la qualité, le savoir-faire que sa fabrication requiert ou encore son origine géographique ; autant d'éléments qui lui confèrent une notoriété, une authenticité ou

simplement un gage de garantie de grande qualité, un signe distinctif par rapport aux produits concurrents ou substituables.

Le périmètre de ces signes collectifs peut combiner trois composantes à savoir :

- Les normes NM ou autres ;
- Une aire de production : il s'agit d'un critère de territorialité que l'on peut choisir plus ou moins englobant, mais dont le rôle est d'afficher la typicité auprès du consommateur. Les professionnels pourraient trouver aussi dans ce critère un élément de recherche de défense de leur savoir-faire ;
- De bonnes pratiques socio-économiques : tel le respect de la réglementation en vigueur, la préservation de l'environnement, l'engagement sur le non-travail des enfants, la non-pratique de la concurrence déloyale, etc.

En outre, Le Secrétariat d'Etat Chargé de l'Artisanat se propose de soutenir les entreprises artisanales pour la mise à la norme et l'instauration d'un label ou d'une marque collective basée sur l'application des normes de qualité. En effet, dans un contexte de l'artisanat marqué par la concurrence par le prix au détriment de la qualité, il est essentiel pour les entrepreneurs du secteur de pouvoir aisément différencier les produits par d'autres critères, facilement identifiables que celui du prix.

Les enjeux de cette action sont les suivants :

- Maintenir au Maroc des savoir-faire ou des technicités qui tendraient à disparaître.
- Inciter les entreprises qui ne disposent pas de moyens de développer une marque individuelle, à se regrouper autour d'un règlement d'usage de la marque porteur de garantie aux yeux des consommateurs, pour développer une marque collective.
- Différencier les produits par les savoir-faire spécifiques qu'ils mettent en œuvre et éclairer le consommateur sur les qualités spécifiques de ces produits éventuellement en valorisant leur origine.
- Favoriser la notoriété à l'export des produits nationaux faisant référence à une région connue ou à un savoir-faire réputé.

Schéma de synthèse de la stratégie qualité

