

Stratégie de l'Artisanat

L'artisanat est un secteur employeur de premier choix (2ème du Royaume), avec une population active occupée totale de près 2,4 millions d'artisans et artisanes, exerçant dans l'artisanat à fort contenu culturel (FCC) (qui représente 17% de l'emploi de tout le secteur, soit environ 420.000 artisans), l'artisanat utilitaire (30%) et l'artisanat de service (53%).

Après être cantonné pendant des années, dans une vision purement sociale, ce secteur a eu en 2007, la reconnaissance de son grand potentiel de croissance et sa participation dans le développement économique du pays, et a eu le mérite de la signature de son contrat-programme « Vision 2015 » de sa composante FCC sous la présidence effective de Sa Majesté le Roi en Février 2007, ce qui a fait de lui, un secteur stratégique avec une importance économique et sociale indéniable et une charge culturelle fortement valorisante.

Ainsi, en vue de renforcer davantage son rôle économique et sa contribution dans le développement du pays et renforcer son rôle essentiel dans la préservation de l'identité et du patrimoine immatériel national, le secteur de l'artisanat, avec toutes ses composantes, a besoin plus que jamais, d'une nouvelle stratégie de développement différenciée et innovante et d'une nouvelle feuille de route ciblée, pragmatique et à fort impact. Ce besoin est devenu d'autant plus grand avec le contexte de la crise liée à la pandémie du COVID19, et de son impact foudroyant sur le tissu des acteurs.

Ainsi, la nouvelle stratégie du secteur à l'horizon 2030, se veut être inclusive, intégrée et intégrante de l'ensemble des acteurs et des filières du secteur, tout en adoptant une approche ciblée et différenciée, où l'on adresse :

1. Les acteurs

Les acteurs différemment, selon les enjeux et les besoins des différents segments d'acteurs, distingués par leur taille et leur niveau de maturité,



2. Les filières

Les filières selon les enjeux de chacune d'elles, en les priorisant selon des critères de potentiel de développement sur le marché national et à l'export, de l'existence d'un écosystème d'acteurs structurés, de niveau de maturité et de degré d'identification des problématiques rencontrées.

3. Les maillons de la chaîne de valeur

Et les maillons de la chaîne de valeur de manière générale, en raison du constat du manque de compétitivité et de la faible modernisation des outils et méthodes utilisés, que ce soit au niveau de l'approvisionnement en matières premières, de la production ou encore de la commercialisation et la promotion.

Cette stratégie a pour vocation d'orienter les mesures d'impulsion étatiques vers les filières porteuses à fort potentiel, de manière prioritaire, notamment, la poterie, le tapis rural et la bijouterie.

	Filières	Principaux constats	
Groupe 1	<ul style="list-style-type: none">• Poterie Céramique• Tapis rural• Bijouterie	<ul style="list-style-type: none">• Très fort potentiel de développement• Existence d'un écosystème d'acteurs structurés• Problématiques des filières bien définies	Niveau de priorisation ↑ + ↓ -
Groupe 2	<ul style="list-style-type: none">• Vannerie• Bois FCC*• Maroquinerie (yc A. chaussants)• Tissage hors tapis (kharka, étoffes, ...)• Métaux (dinanderie et fer forgé FCC)	<ul style="list-style-type: none">• Potentiel de développement élevé• Filières nécessitant plus d'analyse et dont l'écosystème n'est pas encore mature	
Groupe 3	<ul style="list-style-type: none">• Textile (habillement trad., broderie, ...)• Bâtiments trad.	<ul style="list-style-type: none">• Potentiel de développement élevé• Filières à maturité élevée (offre en adaptation continue aux besoins du marché)	

(*) FCC : A Fort Contenu Culturel