HAL
open science

Les bijoutiers d'Ath-Yenni

Myriam Donsimoni, Mohamed Kemmar, Cécile Perret

To cite this version:

Myriam Donsimoni, Mohamed Kemmar, Cécile Perret. Les bijoutiers d'Ath-Yenni : Construire une attractivité territoriale sur les savoir-faire artisanaux ancestraux. Éditions ACHAB, pp.88, 2010, 978-9947-972-01-4. hal-00973724

HAL Id: hal-00973724

https://hal.univ-grenoble-alpes.fr/hal-00973724

Submitted on 4 Apr 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

CONSTRUIRE UNE ATTRACTIVITE TERRITORIALE SUR LES SAVOIR-FAIRE ARTISANAUX ANCESTRAUX

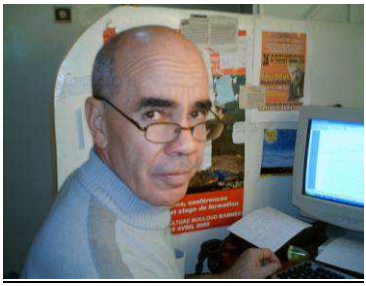
LES BIJOUTIERS ATH-YENNI

Myriam DONSIMONI
(CREPPEM, associée IREGE, Université de Savoie)
Mohamed KEMMAR
Cécile PERRET-KARNOT (Coord.)
(IREGE, Université de Savoie)

Myriam DONSIMONI

Myriam Donsimoni est docteur en sciences économiques, habilitée à diriger des recherches. Elle est Maître de conférences à l'Université de Savoie et chercheur au CREPPEM (Centre de recherche sur les politiques publiques dans une économie de marché). Économiste du développement, elle a travaillé sur les problèmes de la transition et elle s'intéresse plus particulièrement au développement territorial. Membre du CEDIMES, elle oriente ses réflexions sur les possibilités de développement durable avec la prise en compte des liens dialectiques entre les structures économiques, sociales et culturelles dans le nouveau contexte de la mondialisation.

Mohamed KEMMAR



Déjà titulaire d'un BTS PME/PMI (Académie de Nice, France), Mohamed Kemmar prépare à ce jour une licence en développement social et territorial. Très impliqué dans le mouvement associatif, il s'intéresse depuis près de 20 ans, aux questions de développement local, à la valorisation du patrimoine culturel et des savoir-faire locaux. Il a été, entre autre, Directeur de l'Office du tourisme des Ath-Yenni et gérant d'une entreprise de prestations au secteur de l'artisanat. Il a également dirigé une étude portant sur les secteurs du tourisme et de l'artisanat (Projet Alg 2000/ Ministère du Commerce / PNUD) et travaille actuellement à une monographie sur les Ath-Yenni (Mémoire et histoire).

Cécile PERRET

Cécile Perret est ancienne élève de l'École Normale Supérieure de Cachan, agrégée d'économie et de gestion et Docteur en sciences économiques. Elle est actuellement Maître de conférences pour l'Université de Savoie et rattachée à l'IREGE (Institut de Recherche en Gestion et Économie, Université de Savoie) où elle est co-responsable de l'axe de recherches « Territoire, Tourisme et Développement ». Économiste du développement (Thèse de doctorat au CERDI, Université d'Auvergne), elle s'intéresse au développement territorial et plus particulièrement à l'impact des réseaux sociaux sur la dynamique des territoires. Son champ d'application actuel est l'Algérie, pays dans lequel elle se rend régulièrement. Elle a coordonné le présent travail et le dédie pour sa part à Hadjila, Dabia (Khalti et la jeune), Malika, Zahia, Louiza, Ouardia et Hakima…

Nous exprimons notre reconnaissance à toutes les personnes qui nous ont soutenus tout au long de ce travail.

Notre gratitude va tout d'abord à Monsieur Ali Asmani, Directeur de la Chambre de l'Artisanat et des Métiers de Tizi-Ouzou, à Monsieur Ould Ali El Had, Directeur de la Culture de la Wilaya de Tizi-Ouzou et Directeur de la Maison de la culture Mouloud Mammeri ainsi qu'à Monsieur Chouichi, Président de l'Association pour la promotion de la bijouterie traditionnelle.

Nous adressons également nos plus vifs remerciements à notre éditeur, Monsieur Ramdane Achab, pour sa confiance

Merci enfin à tous les artisans bijoutiers qui ont patiemment répondu à nos questions qu'ils soient de Beni-Yenni, de Tizi-Ouzou, de Boghni ou d'ailleurs…

Enfin, un merci spécial à Yahia Karnot pour ses critiques toujours constructives.

NB : Les opinions exprimées dans ce livret n'engagent que les auteurs. Toutes erreurs ou omissions ne sont que de leur fait.

LA CONSTRUCTION D'UNE ATTRACTIVITE TERRITORIALE SUR LES SAVOIR-FAIRE ARTISANAUX ANCESTRAUX. Les bijoutiers Ath-Yenni.

Résumé – L'aménagement du territoire est une question fondamentale non seulement pour réduire les disparités économiques territoriales mais également pour ancrer des pôles de métiers d'art, « une concentration d'entreprises de métiers d'art, qui entretiennent des relations entre elles et avec le territoire » (Kozianski, 2008) et qui participent non seulement au développement local mais aussi à l'image d'un territoire. Les questions que soulève cet article pourraient être formulées de la façon suivante : les territoires ou pays ne bénéficiant pas d'une bonne image touristique peuvent-ils s'appuyer sur une spécificité non touristique pour construire leur attractivité. Les savoir-faire artisanaux ancestraux représentent-ils une ressource spécifique ? Comment les valoriser pour faire émerger une attractivité construite sur ces savoir-faire ?
Nous nous concentrons dans cette étude sur la Wilaya algérienne de Tizi-Ouzou et plus particulièrement sur le cas des bijoutiers d'Ath-Yenni (Beni-Yenni, Algérie). Notre recherche est illustrée grâce à l'administration d'un questionnaire auprès de bijoutiers de la Wilaya de Tizi-Ouzou.

UN « SAVOIR FAIRE » ARTESANAL ANCESTRAL PARA CREAR UN ATRACTIVO TERRITORIAL. Los joyeros Ath-Yenni.

La ordenación del territorio es una cuestión fundamental no sólo para reducir las disparidades económicas territoriales sino también para arraigar nucleos de oficios de artesanía, " una concentración de empresas de arte, vinculadas entre ellas y con un territorio " (Kozianski, 2008) y que participan no sólo al desarrollo local sino también a la imagen de un territorio. Las preguntas que plantea este artículo podrían ser formuladas del modo siguiente: los territorios o países que no gozan de una buena imagen turística, ¿pueden apoyarse en una especialidad no turística para construir su atractivo? ¿ El « savoir faire » artesanal ancestral representa un recurso específico? ¿ Cómo valorizarlo para hacer emerger un atractivo construido sobre este conocimiento?

THE CONSTRUCTION OF A TERRITORIAL ATTRACTIVENESS BASED ON THE ANCESTRAL CRAFTKNOW-HOW. The case of Ath-Yenni jewellers.

Abstract – The country planning is a fundamental question not only to reduce the territorial economic disparities but also to anchor poles of art professions, " a concentration of companies of art professions, which maintain relations between them and with the territory " (Kozianski, on 2008) and which participate not only in the local development but also just like a territory. The questions which raise in this article could be formulated in the following way: territories or countries not benefiting from a good tourist image can lean on a specificity to build their attractiveness. Are the ancestral craft know-how a specific resource? How to evaluate it to built an attractiveness on this know-how ? Can the touristic image be based on this specificity to build attractiveness. Our applied studie leans on the algerian Wilaya of Tizi-Ouzou and more particularly on the case of the Ath-Yenni jewelers (Beni-Yenni, Algeria).

SOMMAIRE

Page

INTRODUCTION

I - CONSTRUIRE L'ATTRACTIVITÉ D'UN TERRITOIRE

1 - De l'espace au territoire ou la recherche d'une ressource spécifique

2 - Le savoir-faire : une ressource spécifique

II – DE LA RESSOURCE AU CAPITAL SOCIAL

1 - Ath-Yenni : la richesse d'un territoire

2 - Le potentiel de la région

3 - La structuration des acteurs

3.1. Transmission des savoir-faire et formation

3.2. Le rôle des associations et événements autour de l'artisanat

III - INSTITUTIONNALISER LE CAPITAL SOCIAL

1 - Les enjeux de la rationalité

2 - Capital social et stabilité du système

3 - La valorisation par le tourisme

CONCLUSION

INTRODUCTION

Pour les territoires ruraux, la relance du tourisme constitue une double opportunité : un complément de revenus et la création et valorisation de produits traditionnels de qualité. Tourisme et artisanat seraient donc intimement liés. L'essor de l'attractivité touristique ne nous intéresse ici que dans la mesure où elle permet le développement du territoire dans lequel elle s'implante (Bensahel, Donsimoni, 1999). Pour cela, il importe que le tourisme s'appuie sur une spécificité territoriale afin de devenir un élément d'attractivité.

L'aménagement du territoire est une question fondamentale non seulement pour réduire les disparités économiques territoriales mais également pour ancrer des manifestations autour de métiers d'art qui participent au développement local et à l'image d'un territoire. L'objectif est de mobiliser les acteurs locaux pour mettre en place une dynamique durable. La durabilité implique la convergence des acteurs puisqu'il repose sur des métiers et des hommes différents (Clarac et Bergadaà, 2008). Autour de quoi doit se faire cette convergence ? Autrement dit sur quels éléments fédérateurs peut-on construire une dynamique durable liée à l'attractivité d'un territoire ? Une approche par la notion de capital social va fonder notre réflexion sur ce point.

Notre étude s'intéresse aux bijoux kabyles et plus particulièrement aux savoir-faire artisanaux ancestraux des bijoutiers. Précisons dès à présent que si officiellement la commune autour de laquelle nos travaux vont se situer s'appelle Beni-Yenni, nous avons choisi volontairement l'appellation ancestrale Ath-Yenni[1] pour qualifier les bijoux, bijoutiers ou villages de la commune du fait de la nature même de notre sujet qui traite des savoir-faire ancestraux. Nous n'entrons pas ici dans le débat sur un retour à l'appellation Ath-Yenni parfois revendiquée dans une volonté de réappropriation de l'histoire.

---

[1] Plusieurs orthographes sont utilisées : At-Yani, Aït-Yenni, Ath-Yanni, At-Yenni… Ath en berbère ou Beni en arabe signifient « fils de ».

Afin d'illustrer cette recherche, nous avons rencontré de nombreux professionnels du secteur dans la Wilaya de Tizi-Ouzou. Au cours d'entretiens informels conduits dans des ateliers personnels situés tant dans la commune de Beni-Yenni qu'à Boghni ainsi qu'à Tizi-Ouzou dans un atelier de formation et de production, nous avons administré un questionnaire à des artisans bijoutiers. Quatorze d'entre eux y ont répondu (dont 3 femmes et 7 déclarant avoir une origine familiale à Ath-Lahcen), nous permettant ainsi de mieux appréhender leur vécu et la vision qu'ils ont de leur métier.

Les questions que soulève cette recherche, qui ne prétend pas à l'exhaustivité, nous conduisent à analyser les facteurs d'attractivité de ce territoire et notamment à partir de ses spécificités afin de les valoriser.

Dans la première partie, intitulée « ***Construire l'attractivité d'un territoire*** », l'approche de G. Colletis et B. Pecqueur (1994) fondée sur les préceptes de l'économie industrielle nous permet de comprendre comment l'on passe d'un espace à un territoire. Puis, nous analysons les conditions nécessaires à l'émergence d'une attractivité, la notion d'actifs spécifiques étant au cœur de la discussion. La question étant de savoir si un territoire peut s'appuyer sur une attractivité construite sur un savoir-faire ancestral et comment le savoir-faire, qui est un patrimoine, peut « construire » un capital social et devenir un actif spécifique fédérateur sur lequel s'appuie le développement du territoire.

La deuxième partie, intitulée « ***De la ressource au capital social*** »**,** met en lumière les richesses du territoire considéré enraciné dans la Wilaya de Tizi-Ouzou. Notre propos est illustré par de nombreuses sources documentaires et le fruit de notre travail de terrain. La structuration des différents acteurs du territoire est également présentée.

Enfin, dans la dernière partie, « ***Institutionnaliser le capital social*** », nous analysons en quoi le savoir-faire qui est un patrimoine

peut être une ressource valorisable grâce au tourisme culturel qui a en particulier deux effets :
- un effet économique
- et un « effet de mémoire » grâce à la régénérescence des métiers traditionnels.

Nous achevons cette partie par une proposition de mise en place d'une « route du bijou » et d'une « route des savoir-faire » avant de présenter notre conclusion générale.

I - CONSTRUIRE L'ATTRACTIVITÉ D'UN TERRITOIRE

1 - De l'espace au territoire ou la recherche d'une ressource spécifique

Amorcer un processus de développement local consiste à trouver et mettre en valeur une spécificité pour offrir un produit « unique ». L'espace y gagne en image de marque et se transforme en territoire. « La présence d'actifs spécifiques…permet de différencier le territoire et de l'identifier dans un contexte de concurrence spatiale forte. En second lieu, la présence de tels actifs freine la volatilité des entreprises (leur propension à la délocalisation en fonction des coûts de production les plus bas possibles). En effet, les actifs spécifiques présentent un « coût de réversibilité » ou encore « coût de réaffectation ». Cela signifie que l'actif perd une partie de sa valeur productive dans le cas où il est redéployé vers un usage alternatif. Il apparaît donc coûteux pour une entreprise de se délocaliser dans la mesure où elle ne peut trouver ailleurs, immédiatement, au même prix, le même actif. Ce frein à la réversibilité s'accentue avec le temps si l'on considère que l'entreprise améliore chronologiquement la qualité de ses relations de proximité (la confiance allège les coûts). » (Pecqueur B., 2005).

Chaque région, chaque territoire possède des spécificités. Un diagnostic doit permettre d'identifier les ressources potentielles et les avantages compétitifs qui vont différencier une zone, permettre de définir les facteurs de son attractivité et orienter son offre. G. Colletis et B. Pecqueur (1994) ont présenté une typologie qui

distingue les ressources et les actifs en fonction de leur nature spécifique ou générique. Les actifs correspondent aux facteurs de production en activité, les ressources sont les facteurs à révéler ou à organiser. En effet, comme nous l'explique A.O Hirschman, « en matière de développement économique l'important n'est pas tant de recenser les différents facteurs de développement ou les cercles vicieux qui l'entravent, que d'établir comment amorcer le processus par la combinaison des ressources potentielles et des capacités latentes » (A.O Hirschman, 1960).

Les ressources sont génériques quand leur valeur d'existence ou de marché ne dépend pas de leur participation à un processus précis de production. Les plages de telle ou telle côte, les montagnes de telle ou telle région sont des ressources génériques (cf les ressources latentes de A.O. Hirschman), par contre les équipements touristiques de la Côte d'Azur ou les stations des Alpes sont des actifs génériques : peu de choses les distinguent les unes des autres (appartements, restauration, remontées mécaniques…). Selon l'approche de O. Williamson[2], un actif est spécifique quand sa valeur est liée à une localisation précise et à un environnement économique et social particulier. Le transfert d'un usage à un autre implique des coûts très élevés. L'élaboration d'une station avec la création d'un musée sur les us et coutumes de la région, un site d'observation d'une faune ou d'une flore unique à la région, sont des actifs spécifiques. Un actif générique peut devenir un actif spécifique en acquérant un cachet unique. La différence entre les deux tient dans le degré de transférabilité qui détermine la spécificité. Moins un actif est spécifique, plus son transfert est facile et peu coûteux. Ainsi, la création d'actifs spécifiques va avoir pour conséquence de fixer les entreprises et donc d'ancrer les activités dans le territoire, autrement dit de faire le premier pas sur la voie du développement.

---

[2] O. Williamson désigne un actif spécifique comme « un investissement qui ne peut être redéployé vers des usages alternatifs sans perdre sa valeur productive » (*Markets, hierarchies, and the modern corporation: An unfolding perspective*, 1992, p.90)

Les ressources spécifiques ne sont que virtuelles, mais elles sont essentielles à la différentiation d'un territoire. Elles apparaissent au moment où les acteurs combinent leurs stratégies pour résoudre un problème ou réaliser un projet. Elles sont enracinées dans le territoire et doivent être intégrées à une « ambiance » telle que la décrit A. Marshall dans l'exemple des districts industriels.[3] Ainsi, alors que les actifs spécifiques et génériques peuvent exister ailleurs car, bien que non transférables, on peut les reproduire, les ressources spécifiques ne sont ni transférables, ni reproductibles. Elles doivent donc être à la base de la stratégie de développement ; le transfert de ressources génériques et ressources spécifiques est connecté à la logique de développement envisagé.

Le développement d'un avantage compétitif, susceptible de rendre le territoire attractif, nécessite une différenciation qui ne peut se fonder que sur des ressources spécifiques en interaction avec des actifs spécifiques. Pecqueur B. (2005) distingue quatre cas de figure dont peut se prévaloir un territoire. Ces situations sont récapitulées dans le tableau suivant inspiré de son analyse :

[3] La paternité des districts industriels est accordée aux travaux d'Alfred Marshall et, plus tard, à ceux qui réactualiseront ses idées. En 1890 il écrit *Principle of Economics*, et selon lui il existe deux possibilités d'organisation industrielle. « D'une part, l'organisation sous commandement unique de la division technique du travail intégré au sein d'une grande entreprise. D'autre part la coordination, par le marché et par le face-à-face (la réciprocité), d'une division sociale du travail désintégrée entre des firmes plus petites spécialisées dans de grands segments du processus productif » . Il va donc à l'encontre de l'idée dominante qui est que l'efficacité de la production vient de la division du travail et de la croissance au sein de la firme. Au contraire, il défend que cette efficacité peut être acquise grâce à l'intégration du tissus socio-économique et du réseau d'entreprises concerné, tout en considérant que le travail peut être divisé en petites unités au sein d'une aire géographique donnée, le District industriel, compris comme le groupement d'entreprises interdépendantes avec un marché du travail spécialisé.

Tableau 1 - Typologie des facteurs compétitifs d'une région

	Génériques	Construction du territoire	Spécifiques
Ressources	Potentiel naturel, culturel non exploité, donné Hors marché		Avantage révélé Résultat de la mise en relation créatrice des acteurs locaux
Actifs	Facteurs locaux en activité, définis par un système de prix (secteur marchand)		Projet porté par les acteurs locaux et valorisé par le marché
	ELABORATION D'UN NOUVEL AVANTAGE COMPETITIF		

Cette typologie permet de définir des stratégies de développement susceptibles de transformer un « espace » - au sens d'un endroit passif où se concentrent des activités - en un « territoire », c'est-à-dire un milieu innovant. Deux stratégies sont possibles suivant le type d'actifs privilégié :

- La stratégie « basse » repose sur l'utilisation des actifs génériques. L'implantation géographique du projet est soumise aux conditions classiques de la localisation : bas coûts de production (main-d'œuvre bon marché, présence de matière première, infrastructures disponibles, *etc.*) ou abondance de facteurs de production. Dans ce cas, l'engagement en terme de développement territorial est minime. L'activité peut être très rapidement délocalisée, sans trop de frais. La forme et l'organisation de l'espace de localisation importent peu.
- La stratégie « haute » est plus « impliquante ». Le projet retenu cherche à structurer l'espace et contribue à la constitution d'actifs spécifiques sur la base desquels peuvent apparaître des ressources spécifiques. Pour cela il faut construire un réseau de proximité en développant des coopérations (marchandes ou non) avec les autres acteurs (firmes, établissements financiers, centres de recherche, centres techniques ou encore organismes de formation), en cherchant à bénéficier de quasi-rentes relationnelles dans un espace de proximité géographique.

Deux mouvements peuvent finalement être distingués :

- la construction d'un nouvel avantage compétitif ou le passage d'un actif générique à un actif spécifique : cette étape nécessite une offre spécifique qui va venir soutenir le processus. On sort du strict cadre de l'entreprise pour raisonner en terme de stratégie locale de développement avec l'appui des institutions.
- L'interaction entre les actifs spécifiques et les ressources spécifiques : les compétences, les impulsions innovantes et l'esprit d'initiative doivent se connecter pour fonder la dynamique territoriale et créer une « atmosphère ».

La dynamique du territoire ne peut se réduire à un ensemble marchand d'entreprises qui cherchent à se développer en un lieu. Le territoire c'est aussi la proximité des problèmes, les problèmes de proximité, la coordination des attentes et des actions individuelles. Il importe que se mette en place un réflexe d'appartenance, la référence à une histoire où se retrouvent des règles et des représentations collectives. Le développement local implique donc de cerner les problèmes cruciaux, d'en trouver les solutions, de les connecter au contexte et au milieu. Construire le territoire nécessite de trouver des solutions originales à ces problèmes.

2 - Le savoir-faire : une ressource spécifique

L'artisanat repose sur un savoir-faire qui, lorsqu'il se raréfie, devient patrimoine[4]. Il devient alors métier d'art. Pour Bergadaà (2008) un métier d'art est un «construit social » qui a « pris son essor au sein des compagnies séculaires qui ont perpétué une tradition et des valeurs fortes ». Le savoir-faire peut être assimilé à un patrimoine justement par cette qualité intrinsèque de créateur de lien. Le savoir-faire est une « habileté manuelle communicable ».

[4] Le décret n°2006-595 du 23 mai 2006 (*J.O.* du 25) a créé un label *Entreprise du patrimoine vivant* qui permet de promouvoir le développement des entreprises possédant « un patrimoine économique, composé en particulier d'un savoir-faire rare ou ancestral, reposant sur la maîtrise de techniques traditionnelles ou de haute technicité et circonscrit à un territoire ».

Il correspond à « des connaissances techniques, transmissibles, non immédiatement accessibles au public et non brevetées et pour lesquelles quelqu'un serait disposé à payer pour en avoir connaissance »[5].

Le savoir-faire a quatre caractéristiques : il est transmissible, il est secret, il n'est pas breveté et il a une valeur marchande. Dans le contexte de l'aménagement du territoire, ce « construit social » devient ressource et prétexte à la mise en valeur économique d'une culture. Il peut être transmis ou communiqué[6]. La transmission du savoir-faire est différente de celle des autres biens. En effet, contrairement aux choses matérielles, le savoir-faire ne se vend pas et ne se loue pas, puisque son détenteur le conserve et que l'acquéreur de ce savoir-faire ou de cette connaissance technique ne le rend pas à la fin du contrat.
Le savoir-faire représente toutefois une valeur négociable mais à la condition impérative qu'il soit gardé secret. À défaut, il ne pourra bénéficier d'une protection juridique. Si le secret est une caractéristique essentielle du savoir-faire, c'est qu'il a un impact sur sa valeur économique. Le secret conditionne alors toute l'organisation de l'entreprise, son fonctionnement et joue un rôle conséquent au niveau des décisions relatives à l'activité économique. Il garantit la viabilité et la pérennité de l'entreprise, car pour être efficace, donc créer de la valeur, elle doit avoir identifié ses compétences clés.

Le savoir-faire est un patrimoine intellectuel au niveau d'une entreprise, mais aussi d'un territoire, d'une société. Au sens culturel du terme, le patrimoine est l'ensemble des sites, quartiers, collections ou pratiques qu'une société hérite de son passé et qu'elle entend préserver et transmettre aux générations futures. A priori, rien n'est plus éloigné de l'économie de production et d'échange que cet ensemble de biens immuables et non

---

[5] « Droit des brevets d'invention et protection du savoir-faire », OEB 1998, 1198, commenté par JM. Mousseron, JC.P. éd. E. 1999, chron., 415.
[6] Véronique Cohen, « La communication du savoir-faire droit commercial », Août 2006.

reproductibles. Pourtant, l'importance des métiers d'art, le développement du tourisme culturel, les rénovations urbaines ont une réalité économique à travers les ressources qu'ils engendrent.

Le patrimoine[7] crée des activités, des revenus et de l'emploi. Il est évolutif : il s'use par obsolescence, il disparaît souvent avec les personnes qui le détenaient, et il s'enrichit par l'expérience, par la recherche, par des achats ou échanges de techniques avec d'autres entreprises. Aussi sa conservation est-elle primordiale pour l'entreprise et plus largement pour le territoire car c'est un levier de développement. En soi, le patrimoine ne représente pas une activité et un nombre considérable d'emplois (0,12% dans l'UE). Par contre, l'emploi patrimonial est stable (contrairement à l'emploi dans le tourisme) ce qui est important en termes de développement.

Les activités patrimoniales font sentir leurs effets de trois façons :
- Un effet filière : le tourisme culturel implique une relation triangulaire entre un site, un visiteur et un présentateur ;
- Un effet compétence : les métiers d'art, la rénovation du patrimoine, la reproduction des compétences et savoir-faire, l'amélioration de la qualité ;
- Un effet innovation : la culture, transaction entre le patrimoine et la création, se retrouve au cœur de la transmission du savoir-faire. L'introduction de composants et d'identités culturelles dans les biens produits constitue le meilleur garant de leur compétitivité.

Le patrimoine crée un certain nombre de valeurs sociales :

---

[7] Xavier Greffe met en lumière plusieurs particularités du patrimoine. Le patrimoine pris dans sa globalité peut être vu comme un véritable « écosystème». Il repose en effet sur des phénomènes d'interdépendance : notamment entre les comportements de ses multiples acteurs publics ou privés. En particulier, Xavier Greffe met l'accent sur ces inter-relations et modélise les modes de régulation possibles du « système patrimoine ». (« Valorisation économique du patrimoine », La documentation Française, 2003).

- des « valeurs sociales communes » par la diffusion de références à l'ensemble des membres d'une collectivité et par un sentiment d'appartenance au même ensemble ;
- une « image de marque », c'est-à-dire l'identification d'un territoire par rapport aux autres et de sa capacité à créer dans le futur puisqu'il a déjà été lieu de création dans le passé. Cela permet de redonner une image positive et donc de redonner confiance.

Le patrimoine peut donc être un facteur d'intégration sociale ; mais il faut pour cela qu'il réponde avant tout à une demande locale. En effet, le patrimoine n'a de sens que dans la mesure où il porte des éléments que la société considère comme intériorisant des valeurs et par conséquent méritant d'être conservées et léguées. En ce sens le patrimoine est une convention. Il n'existe pas *a priori* ; un objet devient patrimoine sous l'effet d'une convention. Un objet entre dans le patrimoine dès qu'il perd sa valeur d'usage pour se voir affecter une valeur « patrimoniale », au terme d'un processus d'appropriation.

Cette appropriation se fait sur la base de plusieurs critères :
- Celui de la communion : un objet devient patrimoine parce qu'il est lourd de sens pour une collectivité. Son existence devient le moyen de symboliser une histoire ou de faire partager des valeurs autour desquels ensuite on communique.
- Celui de la scientificité : un objet devient patrimoine parce qu'il se voit reconnaître au milieu d'autres objets une grande valeur historique ou artistique, un caractère irremplaçable.
- Un critère économique : un objet devient patrimoine parce qu'il présente une valeur économique et que sa disparition pourrait constituer une perte pour la collectivité.

Donc, loin d'être reçue, la plus grande partie du patrimoine est choisie. La constitution du patrimoine relève moins de l'ordre symbolique et culturel hérité que de délibérations, de choix collectifs, en quelque sorte d'un ordre plus juridique ou plus politique. Un objet n'est pas patrimonial par nature mais parce qu'il est proposé à cette fin par des sujets qui en conviennent, d'où

la notion de convention. Elle fait référence à un système d'attentes réciproques autour d'un « objet » de référence qui fait accord commun et, par conséquent, convergence. Le patrimoine ainsi choisi, raconte une histoire, l'histoire du territoire et de son peuple. *« Les territoires doivent raconter une histoire pour satisfaire à la mentalité romantique. La réinvention d'un mythe, ou story telling, peut alimenter l'imaginaire et susciter l'envie de découverte. Raconter une histoire permet d'attirer des populations »*[8]. Si l'on en croit Guillaume Erner (2008), l'imaginaire d'un territoire aide à sa construction.

Deux étapes ressortent de notre réflexion sur ce sujet et nous conduisent à la notion de capital social qui cimente la construction et conditionne sa durabilité.

De l'identitaire à l'imaginaire

Au choix succède un effort de mise en valeur et d'interprétation des objets patrimoniaux. Cette interprétation relève d'une référence identitaire que l'objet choisi doit constituer. La recherche d'identité à partir du patrimoine implique, comme on vient de le voir, un processus d'appropriation. On conserve et on met en valeur parce que cela permet de donner une représentation de soi, de spécification par rapport aux autres. Le patrimoine est faire-valoir du territoire et de ses acteurs. Aussi, le processus d'appropriation passe par l'imaginaire. Il passe par une représentation « dont c'est l'essence de nous soustraire au déjà-vu et d'ériger un monde dont on entend souligner qu'il est sans modèle…»[9] .

Croiser l'imaginaire et le territoire pousse ainsi à rechercher dans l'histoire du territoire ce qui constitue son identité. Le territoire est

---

[8] Guillaume Erner**,** docteur en sociologie, maître de conférences à l'Institut d'Etudes, Politiques de Paris, auteur d'une «sociologie des tendances », intervention lors « des conférences » sur le thème « Comment se construit l'image d'un territoire », jeudi 19 juin 2008.

[9] Pierre Kaufman, « Imaginaire et imagination », Encyclopaedia Universalis, p.93.

un espace « vécu ». Lorsqu'on vit un territoire, l'aspect objectif de son appréhension s'estompe, laissant plus de place au subjectif et au fantasme. Exprimer ce sentiment à travers un objet d'art ou d'artisanat introduit une concrétisation nécessaire pour capter l'attention et captiver. Dans le registre de l'imagination, l'interrogation portant sur la réalité de l'objet « territoire » trouve un début de réponse dans l'objet issu de son histoire et transmis par le savoir-faire. L'imaginaire permet de construire le réel comme nous l'explique G. Sénécal[10] : « l'imaginaire … c'est la clé obligée pour parvenir à l'idée du réel », c'est-à-dire à quelque chose que l'on peut appréhender et donc s'approprier. Cette appropriation en fait à la fois un phénomène individuel et social. Sous la plume de Cornélius Castoriadis (1975, pp. 7-8), l'imaginaire est social : « L'imaginaire dont je parle n'est pas image de (de quelque chose). Il est création incessante et essentiellement indéterminée (social-historique et psychique) de figures/formes/images, à partir desquelles il ne peut être question de « quelque chose ». Ce que nous appelons réalité et rationalité en sont des œuvres. »

L'imaginaire donne un sens. Cela fait toute la différence avec le fantastique qui ouvre à des représentations qui ne se connaissent pas d'original dans le monde réel. Là, le modèle est bien ancré dans les racines d'un territoire et se transmet d'autant plus qu'il regroupe autour de lui tous les acteurs locaux qui y retrouvent « une réalité » à laquelle il leur est nécessaire de se rattacher. Et c'est ce qui en fait toute sa valeur, cette capacité à être la marque commune d'un passé dont le souvenir pourrait s'estomper.

L'objet d'art, le patrimoine, le savoir-faire sont autant de liens entre le passé et le présent. Ils sont attachés à une charge affective. À qui s'adresse l'objet d'art ? À soi-même, à l'autre, aux autres … à un réseau de connexions (comme l'inconscient). L'autre est la référence. Se reconnaît-il dans l'objet ? Le niveau du symbole et de la symbolique va déterminer le point de convergence, marqué par l'affectif lié à l'imaginaire et la filiation (on se reconnaît) tournée

[10] p.32.

vers l'avenir. Ainsi, la territorialité s'installe comme un pont entre l'espace et le temps. L'artisanat traditionnel et d'art est reconnu pour son potentiel de « création de liens » entre les cultures et les générations, surtout dans les pays de tradition orale. Cette transmission des savoirs est primordiale car « mieux que certains arts majeurs, les métiers d'art nous racontent le monde » (Baqué, 2007 *in* Clarac et Bergadaà, 2008).

Et de l'imaginaire à l'identitaire

La relation homme espace est une relation imaginaire et c'est par cette relation imaginaire que l'espace va acquérir un sens. « Les lieux ne sont jamais de simples points géographiques, mais ils ont un rôle identitaire majeur […] (Casey 1993 *in* Clarac et Bergadaà, 2008). « Les peuples savent qui ils sont grâce aux récits qu'ils racontent à leur propre sujet et au sujet d'autrui. Phénomènes en constante évolution, les identités sont elles-mêmes des récits en formation, des éléments successifs dans le temps et l'espace qui se développent, évoluent et changent radicalement. Les récits, qu'ils soient oraux, visuels ou écrits, fictifs ou référentiels, imaginaires ou historiques, constituent les principaux documents de l'expression culturelle [traduction] » (Friedman, 1998, p. 8-9 *in* Osborne, 2001). Ces récits sont ancrés dans l'espace, ils sont associés à des lieux définis qui s'imprègnent d'un sens culturel produit par l'histoire, ils créent « l'esprit du lieu » (Osborne, 2001).

Notre choix pour comprendre ce processus se porte sur les artisans bijoutiers de « Tizi la rebelle » en « Tamurt Imazighen, Terre Kabyle »[11], titre du très bel ouvrage de Martial Rémond.

[11] Martial Rémond « Tamurt Imazighen, Terre Kabyle », réédité par Annic Droz aux éditions Ibis Press.

II – DE LA RESSOURCE AU CAPITAL SOCIAL

1 - Ath-Yenni : la richesse d'un territoire

Nous nous concentrons dans cette étude sur la Wilaya de Tizi-Ouzou et plus particulièrement sur le cas des bijoutiers Ath-Yenni (commune de Beni-Yenni). La commune de Beni-Yenni[12] est située à 35 km au sud-est du chef lieu de la Wilaya de Tizi-Ouzou (qui comprend 21 daïrate pour une population totale de 1 310 327 habitants). L'environnement architectural et géographique est par lui-même intéressant : les villages de la région serpentent les arêtes montagneuses. Située à environ 850 mètres d'altitude, Beni-Yenni, à l'instar d'autres régions de la Kabylie, est bâtie sur des promontoires boisés cernés par des rivières et des ruisseaux à tel point que certains n'hésitent pas à parler de Beni-Yenni comme d'une presqu'île.

LES VILLAGES KABYLES…

À propos des villages de Kabylie, Martial Rémond écrivait « Sur chaque arête, une suite de villages tous pareils semblent se donner la main pour mener une farandole audacieuse et sans fin, au pied de l'immense autel. Fiévreusement cramponnés au sommet des pitons dont ils épousent la forme, tantôt allongés en chenilles, tantôt étalés comme des pieuvres ou bien arrondis comme des chéchias, ils donnent l'impression d'avoir servi de lieux de refuge à des hordes pourchassées, avides d'indépendance, d'isolement et de liberté ».

Martial Rémond « Tamurt Imazighen, Terre Kabyle », réédité par Annic Droz aux éditions Ibis Press, p.66.

[12] En 1991 la commune de Beni-Yenni est érigée en chef-lieu de Daïra regroupant les communes de Benni-Yenni, Iboudraren et Yattafen. Elle est située à 150 Km à l'est de la capitale et à 35 Km au sud-est du chef-lieu de la Wilaya. La commune est traversée au sud par la route nationale 30 qui relie Tizi-Ouzou et plusieurs communes limitrophes, et elle est desservie par le CV 06 qui assure la liaison interne entre tous les villages. (Source : http://www.la-kabylie.com/village-12-Ath-Yanni-Beni-Yenni.html).

Notons qu'aujourd'hui la modernisation de l'habitat et l'éclatement de la cellule familiale traditionnelle ont engendré une poussée du logement alors que paradoxalement le taux démographique est l'un des plus faibles d'Algérie. En l'absence d'un plan d'aménagement du territoire, et d'un plan d'occupation des sols, l'extension des villages se fait au hasard de la construction de maisons sur des propriétés familiales, ce qui à terme posera de sérieux problèmes aux autorités locales quand il s'agira d'alimenter en électricité, eau, routes, écoles, *etc.* ces maisons disséminées. L'absence de terrains domaniaux et la complexité de la situation du foncier compromettent en outre tout projet de développement et de construction d'infrastructures. Quant aux expropriations, la difficulté de leur mise en œuvre conjuguée au rapport quasi mystique des Kabyles à la terre font que très peu d'élus y ont recours, préférant s'en remettre à l'autorité de tutelle. Pour preuve, de nombreux projets de développement (logements, écoles, centres d'enfouissement techniques, décharges publiques) n'ont pu être réalisés, alors que les moyens financiers étaient mobilisés.

S'il est difficile de situer avec exactitude la période d'implantation des premiers habitants des Ath-Yenni, quelques écrits, et récits de chroniqueurs ou ethnologues, attestent que leur tribu est l'une des plus anciennes du Djurdjura (confédération des Ath-Betroun). Dans son *Histoire des Berbères* Ibn Khaldoun[13] (quatorzième siècle après JC) évoque les Ath-Yenni comme l'une des plus marquantes de son époque. Ils habitent, dit-il, au milieu de précipices formés par des montagnes tellement élevées et tellement boisées qu'un voyageur ne saurait y retrouver son chemin. Carette[14], qui visita la région dans les années 1840-1842 fait le même constat. À l'ingratitude de leur sol, écrit-il, les Ath-Yenni ont su trouver de larges compensations dans la fabrication et le commerce de divers

---

[13] Ibn Khaldoun (1332-1406) : Sociologue, historien, philosophe : *Histoire des Berbères* (traduction de Slane Paris 1925).

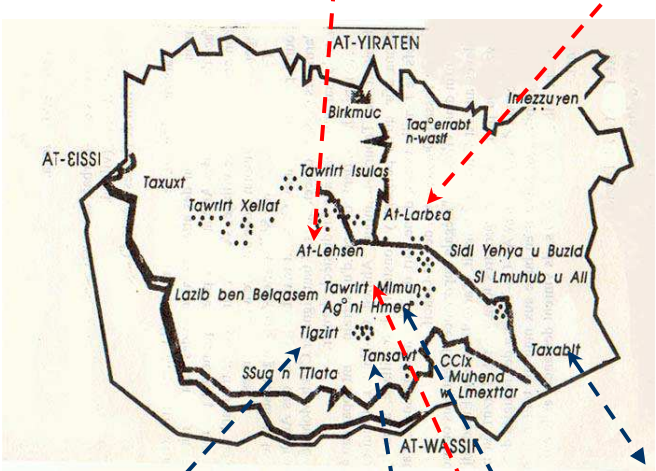
[14] Carette Ernest Hyppolyte, Exploration scientifique de l'Algérie pendant les années 1840, 1841, 1842 ; Recherche sur l'origine et les migrations des principales tribus de l'Afrique Septentrionale et particulièrement de l'Algérie. Paris, Imprimerie Impériale, 1853.

outils, objets, bijoux, grâce à leur maîtrise des techniques de l'artisanat, de l'orfèvrerie, et de l'armurerie.

Les Ath-Yenni forment aujourd'hui un ensemble de sept villages : Taourirt Mimoun, Taourirt L'hadjadj appelé aussi Takhabit, Ath Lahcen, Ath Larbâa, Tigzirt, Agouni Ahmed et Tansaout. Les centres les plus anciens sont Taourirt Mimoun, Ath Larbâa et Ath Lahcen qui constituaient les Ath Betroun. La population des Ath-Yenni était de 6826 personnes au 31/12/2008 pour un total de 18 312 personnes pour l'ensemble de la daïra.

Ath-Lahcen

Ath-Larvâa
(Vestiges de portes et murailles fortifiées avec meurtrières de poterie.)



Taourirt l'Hedjadj
Anciennement appelée Takhabith qui signifie Jarre pour miel.

Tigzirth

Agouni Hmed

Tansaouth

Taourirth Mimoune
(Mouloud Mammeri y est né en 1917.)

Le fond de carte et le noms des villages proviennent du site : http://athyenni-algeria.tayri.org
Les autres informations de : http://www.la-kabylie.com

À l'origine seuls trois centres formaient le noyau des Ath-Yenni : Ath-Lahcen, Ath-Larvâa et Taourirt Mimoun. Leur regroupement daterait du XVIIème siècle. Agouni Hmed sera construit plus tard sur un terrain appartenant à Ahmed Ouhemziw, un riche

marchand (dont une route porte encore le nom), pour accueillir de nouveaux habitants. Quant aux villages de Tigzirt, et de Takhabit (Taourirt l'Hedjadj), leur édification et leur rattachement aux Ath-Yenni fut la conséquence d'une guerre tribale entre les Ath-Yenni et les Ath-Wassif (1616-1620).
Enfin, Tansaouth, un petit hameau de marabouts situé en contrebas de Tigzirt, fut fondé par Sidi Ahmed Ouzzegane vers la fin du XII ème siècle. Sa stèle est encore visible près du village. Parmi ses descendants, le plus connu est Cheikh Mohand U L'Mokhtar qui vivait à la fin du siècle dernier. Ce village sera totalement détruit par un bombardement de l'armée française en 1956 et partiellement reconstruit après l'indépendance.

ATH-LAHCEN renferme une grotte, dénommée Ifri n'Ath-Lahcen par les habitants de la région. Les villageois racontent que pendant la guerre de Libération, elle servit d'hôpital et de lieu de rencontre aux moudjahidine et aux chefs historiques de la libération nationale.[15] Ath-Lahcen est le village le plus élevé et également le plus important des Ath-Yenni.

ATH-LARVÂA
Pour entrer dans le village d'Ath-Larvâa, il faut passer sous un porche agrémenté de bancs, lieu de réunion des hommes du village. On raconte que les ancêtres des habitants d'Ath-Larvâa fabriquaient de la fausse monnaie dans des moules d'argile. L'Agha Yahia, lassé du nombre de fausses pièces en circulation, fit arrêter des Kabyles du Djurdjura sur les marchés d'Annaba et de Sétif et les menaça de mort si les matrices ne lui étaient pas remises. Afin de sauver leurs frères, les habitants d'Ath-Larvâa envoyèrent alors leurs instruments et… en fabriquèrent de nouveaux. Ces pratiques auraient cessé sous l'occupation Française.

Source : http://athyenni-algeria.tayri.org/

[15] Kocila Tighilt, « Aït Lahcen (Illoula) - La grotte d'Ifri sera-t-elle protégée ? », Liberté, 30 août 2009.

Pourquoi ce choix des Ath-Yenni pour un développement touristique adossé au savoir-faire ?

- Les Ath-Yenni forment un ensemble de sept villages, parmi les plus connus de la « Grande Kabylie » : Arezki Metref, auteur d'un film réalisé avec la participation des villageois d'Ath-Yenni, rapporte ainsi qu'Ibn Khaldoun considérait la tribu d'Ath-Yenni comme la plus remarquable dans la région des Zwawa.[16]

- Les bijoutiers de la région ont largement participé à son essor économique et son image ainsi que deux grands hommes des Ath-Yenni : Mouloud Mammeri, célèbre auteur de « La colline oubliée » et Abed Abdellah qui reçu le premier prix de l'Artisanat algérien et la distinction de «meilleur ouvrier de France» dans le domaine de la bijouterie. À l'indépendance, l'orfèvre créa d'ailleurs à Alger (Bab El Oued) un centre de formation en bijouterie.[17] La renommée d'Ath-Yenni tient encore essentiellement aujourd'hui à ses bijoutiers. Il est à ce propos intéressant de souligner qu'en Kabyle si le forgeron se dit *Ahadadh*, lorsque l'on dit *Ahadadh b'Ath-Yenni* les anciens pensent naturellement aux bijoutiers Ath-Yenni ; bijoutiers d'ailleurs chantés par Slimane Azem lui-même parfois qualifié de *Ahadadh b'awal* (forgeron de la parole).

- L'objet d'art bijou présente de nombreux intérêts car il a non seulement une valeur esthétique mais aussi un fort contenu symbolique, il est une réserve de valeur en cas de difficultés et il se transmet de génération en génération.

- Les Ath-Yenni portent en eux une dimension symbolique relayée par des « récits héroïques », récits qui façonnent une identité à leurs habitants.

La réputation de bravoure des Ath-Yenni n'est plus à faire puisque ce n'est que le 25 juin 1857 que *« la soldatesque coloniale donnait l'assaut à la puissante confédération des Ath-Yenni, située à une quarantaine*

---

[16] http://athyenni-algeria.tayri.org/index1.htm.
[17] Source : http://athyenni-algeria.tayri.org/bijoutier.htm.

de kilomètres au sud de Tizi-Ouzou, dernier rempart, pour le parachèvement de la conquête de la Haute Kabylie, demeurée impénétrable 27 ans après le débarquement français en Algérie »[18] […]

« Pour les besoins de la prise de [la] forteresse des Ath-Yenni, et la destruction de ses fabriques d'armes servant également d'orfèvreries pour la confection de bijoux, le maréchal Randon avait mobilisé un corps expéditionnaire de 15 000 soldats et un commandement, placé sous son autorité personnelle, composé de six généraux, selon le témoignage de l'écrivain Emile Carrey, dans son ouvrage [intitulé] Récits de la Kabylie - la conquête de 1857 ».[19]

- Enfin, et s'il était encore besoin d'une raison supplémentaire, l'hospitalité de la région chantée par le célèbre poète Youcef Oukaci est devenue légendaire.[20]

UNE PETITE LÉGENDE…

Une légende des Ath-Mimoun raconte l'histoire suivante : au cours d'une période durant laquelle le village fut frappé par la peste, un homme de ce village, Kaci, descendit à la rivière sur le dos d'un mulet et rencontra un vieil homme à la tête et aux pieds nus et portant une très longue barbe. Une conversation s'engagea entre les deux hommes. Kaci le musulman accepta de prêter son mulet au vieil homme, un juif du nom de Mimoun, qui souhaitait monter à Taourirt. La légende raconte que depuis ce jour la peste a disparu du village et Taourirt est devenue Mimoun.

Source : M.A.T., « Petites histoires des Ath Yanni. Des collines aux mosaïques historiques », *La Dépêche de Kabylie*, Édition du mardi 17 mars 2009.

---

[18] « Histoire. Les Ath Yenni se souviennent de leurs résistants », jeudi 28 juin 2007 (http://www.kabyle.com/archives/spip.php?article12348).
[19] « Histoire. Les Ath Yenni se souviennent de leurs résistants », jeudi 28 juin 2007 (http://www.kabyle.com/archives/spip.php?article12348).
[20] Http://athyenni-algeria.tayri.org/index1.htm.

Faute d'emplois et de sécurité durant les dernières années, la menace de l'exode rural pèse aujourd'hui sur la région. Pourtant, les Ath-Yenni étaient autrefois une tribu riche ; on disait même qu'ils étaient « les plus argentés de Kabylie»[21]. Autrefois, chaque village de cette commune disposait de sa propre école. L'école du village Agouni Ahmed a récemment fermé faute d'élèves et l'établissement a été transformé en centre de formation professionnelle.

2 - Le potentiel de la région

Quel est le potentiel de la Wilaya de Tizi-Ouzou ? D'après les assises du tourisme[22] cela serait : le tourisme de montagne en général, le tourisme de chasse, le tourisme balnéaire et le tourisme culturel (découverte de la culture berbère). Pour pouvoir prétendre à un développement touristique dit durable, un certain nombre de conditions[23] de dotations (naturelle et culturelle) sont nécessaires. La Wilaya de Tizi-Ouzou dispose de ces dotations à n'en pas douter : un patrimoine culturel et naturel riche et varié. D'autre part, la Wilaya abrite des événements culturels majeurs directement liés à l'artisanat : la fête des bijoux des Ath-Yenni, la fête de la poterie de Maâtkas, *etc.* À ces occasions, la population se trouve au cœur d'un processus dynamique en interaction avec son patrimoine. C'est ainsi que l'on peut supposer que l'imaginaire collectif contribue, à la façon d'un actif spécifique, à la transformation de l'espace, à sa structuration en un « territoire » dont l'attractivité repose sur le savoir-faire. Ce savoir-faire constitue un « capital social » qui est porteur de valeur et sur lequel peut se fonder une dynamique de développement autour des artisans et des PME (cf. schéma ci-après). La valeur est bien

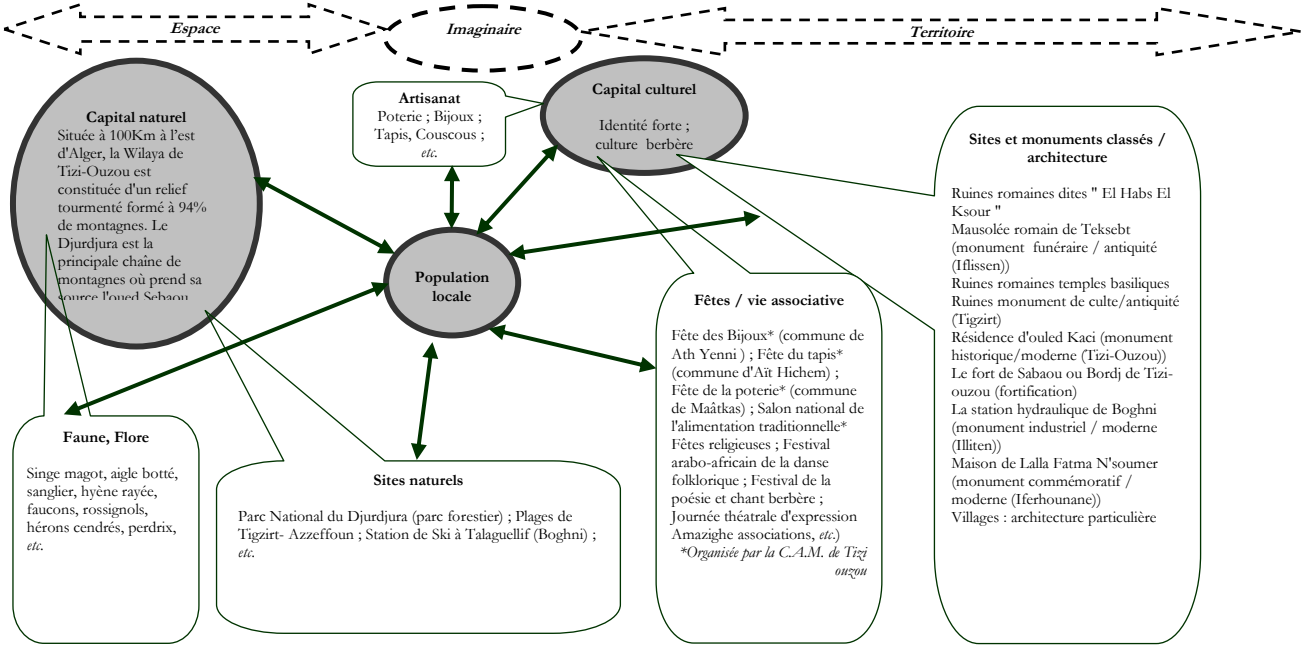
---

[21] Mohamed Arezki Himeur « Ath Yenni : l'exode rural menace le bijou séculaire **»,** Le Cap, bimensuelle, Alger**,** 02 Janvier 2009.

[22] Source : http://www.assisesdutourisme.dz.

[23] « Suivi de la stratégie méditerranéenne pour le développement durable », Étude régionale « Tourisme, emploi & création de richesse en Méditerranée : Bilan & prospectives», Valérie Brun, Enseignant-Chercheur, - Thierry Sebagh, Professeur d'économie Université Paul Cézanne - Faculté d'économie appliquée, Plan Bleu, Centre d'Activités Régionales, Sophia Antipolis Juillet 2008, p 5.

sûr économique mais elle est avant tout culturelle et symbolique car articulée autour de l'imaginaire contenu dans l'objet bijou, devenu produit.


Espace
Imaginaire
Territoire
Capital naturel
Située à 100Km à l'est d'Alger, la Wilaya de Tizi-Ouzou est constituée d'un relief tourmenté formé à 94% de montagnes. Le Djurdjura est la principale chaîne de montagnes où prend sa source l'oued Sebaou
Artisanat
Poterie ; Bijoux ; Tapis, Couscous ; etc.
Capital culturel
Identité forte ; culture berbère
Population locale
Sites et monuments classés / architecture
Ruines romaines dites " El Habs El Ksour "
Mausolée romain de Teksebt (monument funéraire / antiquité (Iflissen))
Ruines romaines temples basiliques
Ruines monument de culte/antiquité (Tigzirt)
Résidence d'ouled Kaci (monument historique/moderne (Tizi-Ouzou))
Le fort de Sabaou ou Bordj de Tizi-ouzou (fortification)
La station hydraulique de Boghni (monument industriel / moderne (Illiten))
Maison de Lalla Fatma N'soumer (monument commémoratif / moderne (Iferhounane))
Villages : architecture particulière
Fêtes / vie associative
Fête des Bijoux* (commune de Ath Yenni) ; Fête du tapis* (commune d'Aït Hichem) ; Fête de la poterie* (commune de Maâtkas) ; Salon national de l'alimentation traditionnelle* Fêtes religieuses ; Festival arabo-africain de la danse folklorique ; Festival de la poésie et chant berbère ; Journée théatrale d'expression Amazighe associations, etc.)
*Organisée par la C.A.M. de Tizi ouzou
Faune, Flore
Singe magot, aigle botté, sanglier, hyène rayée, faucons, rossignols, hérons cendrés, perdrix, etc.
Sites naturels
Parc National du Djurdjura (parc forestier) ; Plages de Tigzirt- Azzeffoun ; Station de Ski à Talaguellif (Boghni) ; etc.

Le taux de croissance du nombre de PME entre 2003 et 2007 et pour l'ensemble des *WIlayate* limitrophes à celle de Tizi-Ouzou est remarquablement élevé (cf. tableau 2) : 46,53% entre 2003 et 2007.

Tableau 2 - Nombre et taux de croissance du nombre de PME [2003-2007]

	Nombre de PME en 2003	Nombre de PME en 2007	Taux de croissance [2003-2007]
Béjaïa	7 947	12 588	58,40%
Jijel	4 010	5 660	41,15%
Bordj	3 525	5 745	62,98%
Tizi-Ouzou	10 950	16 045	46,53%
Bouira	3 230	5 254	62,66%
Boumerdès	6 769	10 000	47,73%

Source : Bulletin d'Information Economique, années 2004 à 2007, Direction des Systèmes d'Information et des Statistiques, Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, République Démocratique et Populaire Algérienne.

À ces PME enregistrées auprès des Caisses Nationales d'Assurance (CNAS) il convient d'ajouter les entreprises artisanales enregistrées auprès des CAM. L'artisanat Kabyle est réputé pour les bijoux, la vannerie, les vêtements traditionnels, les poteries et les tissages. En 2007, 520 entreprises artisanales étaient recensées dans la Wilaya dont 226 en artisanat traditionnel et d'art contre 38 en production de biens et 256 en production de services (cf. tableau 3).

Tableau 3 - Nombre d'artisans enregistrés auprès de la CAM de Tizi-Ouzou [2004-2007]

	Nombre d'artisans	Artisanat traditionnel et d'art		Artisanat de production de biens		Artisanat de production de services	
		I	R	I	R	I	R
2007	520	244	18	74	36	398	142
2006	357	127	25	82	29	343	141
2005	392	130	10	95	30	331	124
2004	311	68	6	84	41	355	149

I = inscrits ; R= radiés

Entreprises enregistrées auprès des CAM.

Source : Bulletin d'Information Economique, années 2004 à 2007, Direction des Systèmes d'Information et des Statistiques, Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, République Démocratique et Populaire Algérienne.

Concernant la bijouterie traditionnelle, « On peut facilement reconnaître dans l'orfèvrerie maghrébine deux grands ensembles techniques qui donnent des produits assez différents, bien que le fond soit commun : ce sont la bijouterie moulée et à découpage ajouré et la bijouterie émaillée. La première est connue partout… La seconde, au contraire, est très étroitement limitée à quelques minuscules cantons quand ce n'est pas à un groupe de villages spécialisés….en Kabylie chez les Aït Yenni… Seule la Kabylie maintient difficilement la fabrication de bijoux émaillés ». Le bijou traditionnel Ath-Yenni est serti d'argent et de corail, ornement principal du bijou qui peut être agrémenté aussi d'émaux dans les couleurs d'usage : le jaune pour le soleil, le vert pour la nature et le bleu pour le ciel. Quel beau défi nous est ici proposé dans ces quelques lignes de l'ouvrage de Gabriel Camps, « Les Berbères. Mémoire et identité » (p.290).

UN PETIT HISTORIQUE…

« Ainsi, chaque centre de production d'orfèvrerie émaillée a son originalité propre, mais ils ont en commun, en plus de la technique de l'émaillage, les formes de bijoux et les agencements de parures qui constituent le fonds même de toute l'orfèvrerie berbère du Nord. Cependant, par la lourdeur des formes, les contrastes violents des couleurs des émaux, la composition des décors, cette bijouterie est incontestablement plus « barbare » que l'orfèvrerie moulée et découpée. Or, nous ne trouvons pas, dans les époques antiques, de bijoux semblables en Afrique du Nord avant l'arrivée des Vandales. Effectivement la bijouterie kabyle et celle des

centres moins importants du Sud marocain et de Tunisie, appartient à la grande famille des orfèvreries cloisonnées ou filigranées émaillées qui, apparue en Orient, connut son plein développement en Europe dans les royaumes barbares : franc, lombard, wisigothique, du haut Moyen Age. Les Vandales, autre peuple germain, ont donc pu introduire cette technique en Afrique. Mais il paraît difficile de croire que les Vandales, peu nombreux et dont la domination fut limitée à la partie orientale de l'Afrique romaine pendant tout juste un siècle, eurent assez d'influence pour que cette technique ait pu se maintenir en des régions (Kabylie, Anti-Atlas) qui échappèrent totalement à leur contrôle » (Camps, 2007 : 294).

Ne rejetant pas totalement l'idée d'une première introduction par les Vandales, divers auteurs pensent qu'une pénétration plus récente et plus massive pourrait provenir des musulmans d'Espagne, les Naçrides de Grenade (entre le 13ème et le 15ème siècle) ou des Morisques (expulsés au début du 17ème siècle et venus s'établir sous le nom d'Andalous dans les régions littorales du Maghreb). En Algérie en particulier ils constituèrent une partie notable de la population d'Alger et de Bougie (Camps, 2007 : 295).

Source : Camps G, (2007), *Les Berbères. Mémoire et identité*, Actes Sud, Collection Babel, 350.

Si les artisans des Ath-Yenni ont acquis au fil des siècles une indéniable notoriété en matière d'armurerie, de fer forgé, d'ébénisterie et de sculpture sur bois, seul l'art du bijou d'argent a survécu. Il « reste l'identité d'une région qui respire et inspire l'originalité »[24].Travail traditionnellement accompli par les hommes puis partagé ces dernières années par les femmes, les bijoux en argent de la région des Ath-Yenni sont réputés pour la finesse de leur ouvrage (argent, corail, émaux cloisonnés). La légende raconte même, qu'autrefois, les artisans bijoutiers refusaient de marier leurs filles à l'extérieur de la région de peur de voir leurs secrets de fabrication éventés.

Chaque bijou a une signification particulière et une charge émotionnelle. Les bijoux se transmettent comme un patrimoine. Ils sont intimement liés aux traditions, coutumes et mœurs berbères.

LES DIFFÉRENTS BIJOUX…

- *Tabzimt* (fibule) est ainsi offerte par le mari à sa jeune épouse à l'occasion de la naissance de leur premier enfant[25]. La dimension émotionnelle de *Tabzimt* est importante, symbolisant à la fois la fertilité de la femme et de la nature en général (animaux, plantes, *etc.*). On prête aussi à *Tabzimt* d'autres croyances : pour les femmes enceintes celui de donner un garçon (protection contre le mauvais sort)… Les fibules étaient dans le temps très répandues du fait de l'habillement traditionnel constitué essentiellement d'un tissu accroché à l'épaule par un ardillon à l'intérieur duquel coulisse un anneau. Il en existe plusieurs types, tels que les *idwiren* et les *taharaht* qui sont de petites tailles. Les *tibzimin* sont des fibules de grandes tailles et les *ibzimen* des fibules triangulaires. Le *tabzimt*, pièce maîtresse de la parure kabyle, est une grande fibule ronde richement décorée et qui se porte sur la poitrine. Cet objet comporte de nombreux filigranes, des émaux, des boules d'argent et une multitude de coraux. Observons que les mêmes motifs et décors

[24] « L'art du bijou d'argent à Ath Yenni », *La dépêche de Kabylie,* 24/07/2008.
[25] Ahcène Tahraoui, « Le déclin du métier d'artisan bijoutier », *El Watan*, 27 août 2007.

que sur les bijoux se retrouvent sur les poteries dans l'évocation du cycle agraire.

- *Tassavth (assabah* en arabe), le diadème, est porté lors des mariages ; il symbolise l'alliance entre les familles. En cas de guerre entre tribus, la famille dont une des femmes a été mariée dans le camp adverse, et qui a par conséquent a porté la *thaassabith*, se trouve protégée.[26] Elle est en dehors du conflit. Cet usage millénaire est rapporté par Ibn-khaldoun dans son Histoire des berbères.

- Les chevillères (*L'ihelhalen*). Elles peuvent être de grande dimension et se distinguent par une absence de décoration émaillée sur le corps principal de l'objet. Un cabochon de corail ceint de boules en argent vient compléter son ornementation.

- Le *ddah* ou *amesluh* est un bracelet plus petit que la chevillère. Il est émaillé ou gravé sur plomb.

- Le *taessaht*, le diadème, est destiné à orner le front. Il présente une décoration faite d'émaux, de gros cabochons de corail ainsi que de boules d'argent.

- Il existe également plusieurs types de boucles d'oreille : les *letrak* (boucles d'oreille de type très ancien qui présentent un anneau ovale orné à l'extrémité par des sertissages de corail et d'émaux.), les *tigwedmatin* qui sont composées d'anneaux ornés par du corail aux extrémités, et sont agrémentées de plaques rondes émaillées et qui sont pourvues de pendeloques allongées.

Source pour une partie : http://www.vitaminedz.com/articles-14648-15-30556-tizi_ouzou-geographie___communes___beni_yenni-

Il s'agit bien là, selon la définition d'ODIT[27] France, d'un métier d'art[28]. Selon Kozianski (2008) « Situé au croisement de l'économie

---

[26] Source : http://athyenni-algeria.tayri.org/

[27] ODIT : Obervatoire, Développement et Ingénierie Touristique (http://www.tourismeculturel.net/).

[28] Il peut être appréhendé à partir de deux critères jugés comme essentiels :
- un savoir-faire manuel d'excellence appliqué à un matériau et issu de pratiques traditionnelles séculaires et exigeant un temps d'apprentissage long ;

et de la culture, le secteur des métiers d'art concerne un ensemble de métiers, détenteurs de savoir-faire le plus souvent séculaires et assimilables à un patrimoine vivant ou immatériel ».Voilà une spécificité berbère dont la grande originalité réside dans l'émaillage. La spécificité rend unique, donc elle attire. Encore faut-il s'assurer qu'on désire que cette richesse devienne un élément d'attractivité auquel cas, il convient de la structurer et de la mettre en valeur.

3 - La structuration des acteurs

Le secteur de l'artisanat a au fil des années été géré par plusieurs tutelles, du Ministère de l'Intérieur à celui de l'Industrie, en passant par celui du Tourisme pour enfin se voir confié à un Ministère de la PME et de l'Artisanat. La multiplication des tutelles et l'instabilité qui en a découlé a renforcé le sentiment d'un secteur dévalorisé, contribuant ainsi à fragiliser des activités déjà très vulnérables. Si des mesures d'appui récentes ont été globalement bien accueillies par les artisans, il reste que le secteur souffre d'abord d'un déficit d'image. L'absence d'organisations professionnelles performantes qui pourraient servir de trait d'union entre les artisans et les pouvoirs publics a certainement largement contribué à cet état de fait.

Depuis dix ans, le secteur de l'artisanat a fait l'objet d'une réorganisation administrative. Les différentes mesures de soutien et d'appui qui ont accompagné ce changement sont :

- L'institutionnalisation de la carte d'artisan délivrée par les Chambres de l'Artisanat et des Métiers en lieu et place du registre de commerce ;
- Une facilitation à l'obtention de cartes d'artisans pour tous ceux (notamment pour les artisans formés sur le tas dans les familles) qui ne peuvent pas présenter un certificat ou une attestation de travail. Des tests de qualification ont également été organisés par les CAM. Ces tests, encadrés par des enseignants de centres de formation professionnelle (CFPA) et des maîtres artisans,

---

- un objet utilitaire (ou une prestation) à fort contenu esthétique, unique ou produit en petite série.

permettent l'obtention d'une attestation de qualification qui leur permet de se faire délivrer une carte d'artisan ;
- La création d'un fonds de promotion géré par le Ministère *via* les CAM dont l'objectif est d'accorder des subventions aux artisans afin qu'ils acquièrent de l'outillage ou agrandissent leur atelier ;
- L'abaissement du taux de la TVA de 17 à 7% ;
- L'exonération d'impôts et de taxes pour une période de dix ans (plafond de 5000 DA de contribution),
- Plus récemment, il a été décidé de proposer aux artisans (artisanat traditionnel) l'exonération totale à vie, moyennant la signature d'un cahier de charge (entre les impôts et les CAM) qui exige de l'artisan qu'il maintienne son activité et forme au moins un apprenti artisan ;
- L'augmentation du nombre de CAM dont certaines dotées de galeries d'art pour permettre aux artisans d'exposer et de vendre leurs produits ;
- Enfin, concernant la formation, et outre la transmission du métier par les canaux traditionnels (familles, alliances), une convention entre les artisans et les CFPA prévoit le placement d'apprentis auprès d'artisans qui dispensent des cours pratiques, tandis que le centre se charge des leçons théoriques. Le stagiaire reçoit une bourse, et sa sécurité sociale est prise en charge par le centre.

Au niveau de la Wilaya, le secteur de l'artisanat est encadré par une Direction de la PMEA, la Chambre de l'Artisanat et des Métiers (CAM) de Tizi-Ouzou, la Maison de l'Artisanat (EPAT) ainsi que 4 associations Professionnelles (l'Association pour la Promotion de la Bijouterie Artisanale Traditionnelle Beni-Yenni, L'Association pour la Promotion et la Sauvegarde de l'Artisanat Traditionnel de la Wilaya de Tizi-Ouzou, l'Association pour le Développement et la Promotion de l'Artisanat Local Wilaya de Tizi Ouzou et l'Association des coiffeurs de la Wilaya de Tizi-Ouzou).

Si en 1982 trois cent cinquante bijoutiers étaient encore déclarés, en 2004 il n'en restait qu'une trentaine.[29] Il est évident que nombre d'entre eux opèrent dans le secteur informel. À l'origine de cette situation les arguments couramment avancés sont : le prix de la matière première (corail, émaux, argent), l'érosion du pouvoir d'achat des classes moyennes, les difficultés d'écoulement de la marchandise sur le marché national (concurrence des produits d'importation bon marché) et international ainsi que le manque de touristes dû notamment aux conditions sécuritaires. Concernant les exportations, et même s'il est admis que les produits algériens restent compétitifs, il n'en demeure pas moins qu'à l'exception d'initiatives isolées elles restent l'exception. Soulignons cependant que les difficultés du secteur artisanal ont commencé avant les années noires, durant la période socialiste.

Un des problèmes récurrents rencontré par les artisans bijoutiers est sans conteste celui de l'approvisionnement en corail. Pour faire face à son extraction sauvage, le corail est interdit d'extraction sur tout l'espace maritime national depuis 2000[30] ; il provenait essentiellement de la région d'El Kala à Annaba, Collo à Skikda et de Tenès dans la wilaya de Chlef. Les artisans sont alors contraints de se rabattre sur un marché parallèle opaque et dont les seules règles le régissant sont dictées par les pilleurs de récifs, les extracteurs professionnels ayant disparu. «En raison de sa rareté sur le marché national, on se le procure souvent via des vendeurs clandestins qui le cèdent à des prix exorbitants allant jusqu'à 10.000 DA le kilo» [31], pourtant en 1991, l'Algérie était le premier producteur de corail rouge en Méditerranée avec 48% du volume

---

[29] Ahcène Tahraoui, « Le déclin du métier d'artisan bijoutier », *El Watan*, 27 août 2007.

[30] La pêche au corail pourrait être à nouveau autorisée en Algérie. À l'origine, cette mesure ne devait entrer en vigueur qu'en 2015, mais cette autorisation pourrait être à nouveau délivrée par suite du lancement d'une enquête concernant les récifs de corail le long des 1 200 km du littoral algérien (Source : « L'Algérie pourrait autoriser à nouveau la pêche au corail », Par Mohand Ouali pour Magharebia à Alger – 08/02/06).

[31] Kamel Boudjadi, 2010, « Trafic de corail sur les récifs algériens. La bijouterie traditionnelle kabyle trinque », L'Expression, 16 février.

pêché[32]. Actuellement les pilleurs s'arrangeraient « pour se mettre en contact avec des réseaux internationaux composés principalement d'Italiens et de Tunisiens. Il s'agit d'une véritable mafia spécialisée dans la commercialisation du corail algérien, réputé pour sa grande qualité »[33]. L'absence d'un marché national du corail contrôlé par les pouvoirs publics, liée à l'abondance de corail sur les récifs marins algériens, a malheureusement « laissé place à la convoitise des mafias européennes vigoureusement combattues dans la rive Nord. C'est une véritable saignée et hélas! une catastrophe écologique qui se déroule sur les côtes algériennes» [34]. Aujourd'hui, les coraux naturels ont ainsi souvent laissé place au plastique ou à des éclats de corail insérés dans de la résine.

Parmi les 14 artisans qui ont répondu à notre questionnaire une majorité a d'ailleurs indiqué s'approvisionner sur le marché informel (cf. tableau 4).

Tableau 4 – « Où achetez-vous le corail dont vous avez besoin ? »

Réponses	Observations	Pourcentage/9	Pourcentage/14
Marché informel	5	55,6%	35,7%
Marché privé	2	22,2%	14,3%
Agenor	2	22,2%	14,3%
TOTAL	9	100%	64,3%

Taux de réponse : 64,3% ; Marché informel : 5 observations ; Sur 14 personnes, 9 ont répondu à cette question.

On peut également envisager que les réponses « marché privé » signifient « marché informel » ce qui porterait le taux de réponse pour cette observation à 77,8% des 9 réponses et 50% des 14. Les « non réponses » peuvent également être interprétées comme une

[32] R. Ep, 2006, « La pêche du corail algérien. Des chercheurs français intéressés », El Watan, 5 février.

[33] Voir à ce sujet l'article d'Aomar Fekrache : « Entre Algérie, Tunisie et Italie. La mafia du corail » (http://www.presse-dz.com/revue-de-presse/11696-la-mafia-du-corail.html).

[34] Kamel Boudjadi, 2010, « Trafic de corail sur les récifs algériens. La bijouterie traditionnelle kabyle trinque », L'Expression, 16 février.

hésitation de la part des artisans à dire qu'ils se fournissent sur le marché informel.

Le problème du coût de l'argent a également souvent été souligné par les artisans que nous avons rencontrés. Si la majorité d'entre eux se fournissent auprès de la société Agenor (transformation et commercialisation des métaux spéciaux), là encore, le problème du prix de la matière première amène parfois les bijoutiers à offrir des productions à moindre teneur en argent. Il pourrait être envisagé, pour éviter ce problème de « l'argent coupé », de mettre en place une certification des bijoux basée, entre autres, sur la bonne teneur en argent (normalement 900/1000ème). Concernant l'argent, la plupart des bijoutiers interrogés déclarent s'approvisionner auprès de la société Agenor (cf. tableau 5).

Tableau 5- « Où achetez-vous l'argent dont vous avez besoin ? »

Réponses	Observations	Pourcentage/10	Pourcentage/14
Agenor	8	80%	57,1%
Marché informel	2	20%	14,3%
TOTAL	10	100%	71,4%

Taux de réponse : 71,4% ; Agenor : 8 observations ; Sur 14 personnes, 10 ont répondu à cette question.

Les émaux constituent la troisième matière première importante dans la fabrication des bijoux Ath-Yenni et la société Agenor ressort, pour ce composant aussi, comme le fournisseur principal mais de façon moins flagrante que pour l'argent (cf. tableau 6).

Tableau 6 – « Où achetez-vous les émaux dont vous avez besoin ? »

Réponses	Observations	Pourcentage/9	Pourcentage/14
Agenor	4	80%	28,6%
Marché informel	3	20%	21,4%
Marché privé	1		7,15%
« En France »	1		7,15%
TOTAL	10	100%	64,3%

Taux de réponse : 64,3% ; Agenor : 4 observations ; Sur 14 personnes, 9 ont répondu à cette question.

Ali Benbelkacem, président de l'Association des artisans de Ath-Yenni, déclarait en 2006 : « Nos problèmes sont multiples, en dépit des promesses des officiels notre situation n'a pas évolué. La matière première, le corail, les méventes et surtout la fiscalité nous étranglent. »[35]. Ces contraintes n'encouragent généralement pas le retour au secteur formel. Un travail de recensement, mené en collaboration avec l'association des bijoutiers[36] et le ministère de la PME, a cependant permis de ré-immatriculer (avec l'intervention de la Direction de la PME et de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat) plus de 80 bijoutiers qui ont ainsi obtenu des cartes d'artisan (qui leur permettent en particulier de s'assurer).[37] Vingt-quatre bijoutiers traditionnels (sur les 47 ayant bénéficié en 2008 d'un test de validation et de qualification de leurs aptitudes professionnelles) ont perçu une subvention de 100 000 DA pour l'achat des équipements nécessaires (puisées sur le fonds national pour la promotion de l'artisanat traditionnel).[38] Sur notre échantillon, ils sont 4 à avoir reçu une subvention (28,6%) et 11 (78,6%) à avoir une carte d'artisan.

3.1. Transmission des savoir-faire et formation

Autrefois, la transmission des savoir-faire était assurée de père en fils, les choses ont évolué et il existe aujourd'hui des centres de formation professionnelle (centre de formation de Boukhalfa[39] en particulier), mais d'après les témoignages que nous avons recueillis, la transmission du savoir-faire reste encore

---

[35] Saïd Gada « Mustapha Benbada à Beni Yenni. 6 milliards de dinars pour l'artisanat », *El Watan*, 29 juillet 2006.

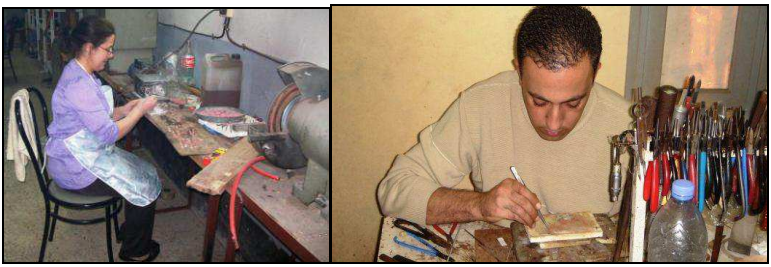
[36] Une Fédération nationale des bijoutiers a été créée en octobre 2008 (« Naissance de la Fédération Nationale des bijoutiers », par A. Belkedrouci, *El Watan*, 29 octobre 2008.

[37] Arezki B., « Ath Yenni : Les artisans en difficulté », *El Watan*, 13 août 2007.

[38] « Aides financières pour les artisans bijoutiers d'Ath Yenni », Par Algérie presse service, 8.08.2008.

[39] Le centre assure les cours théoriques. Pour la partie pratique, les étudiants se forment au cours de stages encadrés. Le stagiaire perçoit une bourse et le centre de formation assure la sécurité sociale. La formation, d'une durée d'un an, permet l'obtention d'une attestation de qualification.

beaucoup une « histoire de famille ». Ce « métier d'homme » intéresse également de plus en plus les femmes, dont certaines deviennent bijoutières à part entière. D'ailleurs, 3 des artisans qui ont répondu au questionnaire sont des femmes (21,4%).



Dans notre enquête, deux questions concernaient la transmission du savoir-faire : « Comment avez-vous appris votre métier ? » et « Envisagez-vous de former une personne pour prendre la relève ? ».
À la première question, 8 réponses sur 14 (57%) ont mis en évidence le rôle primordial des parents (père, frère et grands-parents) dans la transmission du savoir-faire. Les autres artisans (6 réponses) sont passés par des centres de formation (2) ou ont appris directement en travaillant dans des ateliers (4).
À la seconde question, 13 artisans sur 14 ont répondu et 10 d'entre eux (71,4%) envisagent de former une personne pour prendre la relève. La moitié formeront un membre de la famille (enfants ou frères et sœurs), 3 artisans ne formeront « pas forcément » un membre de la famille et 2 formeront des personnes extérieures à la famille.

On constate que le rôle de la famille est primordial dans le processus de transmission du savoir-faire et dans la pérennité du métier. À tel point que, pour certains artisans, la famille est elle-même une école de formation et que les motivations pour recevoir une formation externe par le biais d'un centre de formation sont encore faibles comme le montrent les réponses à nos questions concernant la formation et les projets de formation (cf. tableaux 7 et 8).

Tableau 7 – « Avez-vous reçu une formation qui vous a permis d'obtenir un diplôme dans le domaine de la bijouterie ? »

Réponses	Observations	Pourcentage/11	Pourcentage/14
Non	7	63,6%	50 %
Oui	4	36,4%	28,6%
TOTAL	11	100%	78,6%

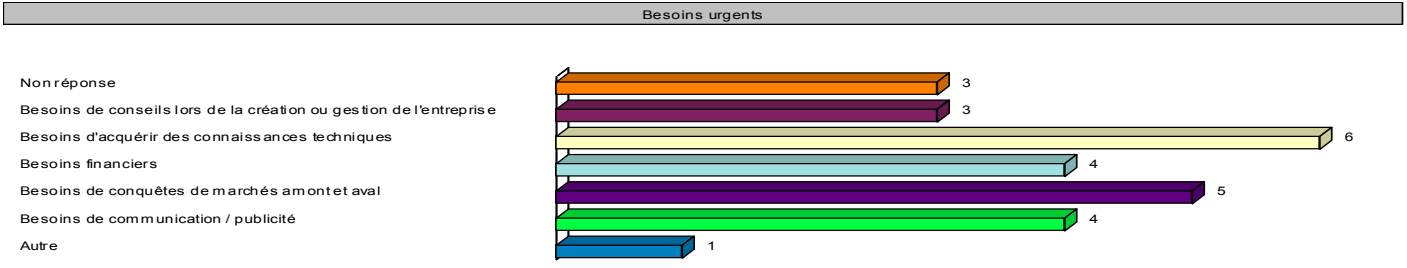
Taux de réponse : 78,6% ; Non : 5 observations ; Sur 14 personnes, 11 ont répondu à cette question.

Tableau 8 : « Si non, en envisagez-vous une ? »

Réponses	Observations	Pourcentage/7	Pourcentage/14
Non	5	71,4%	35,7 %
Oui	2	28,6%	14,3%
TOTAL	7	100%	50%

Taux de réponse : 50% ; Non : 7 observations ; Sur 14 personnes, 7 ont répondu à cette question.

Il ressort de ces réponses que la formation n'est pas au centre des préoccupations des artisans qui sont plus dans une logique d'apprentissage par l'expérience plutôt que d'apprentissage par la formation. De plus, on peut s'interroger sur la concrétisation des 2 souhaits exprimés de formation envisagée. Nous leur avons également demandé ce qu'ils considèrent aujourd'hui comme leurs besoins les plus urgents et les plus essentiels. Leurs réponses, présentées dans le graphe ci-dessous, montrent qu'un certain nombre exprime cependant le besoin d'acquérir des connaissances techniques.


Besoins urgents
Non réponse
Besoins de conseils lors de la création ou gestion de l'entreprise
Besoins d'acquérir des connaissances techniques
Besoins financiers
Besoins de conquêtes de marchés amont et aval
Besoins de communication / publicité
Autre
3
3
6
4
5
4
1

UNE PETITE HISTOIRE DE TRANSMISSION…

« Pour cette localité dont la renommée du bijou n'est plus à faire, ce sont des dizaines de familles qui ont fait de cette activité leur gagne-pain, avant que la crise économique ne vienne tout remettre en cause. Parmi ces familles, on peut citer les Ourrad du village Ath Larba dont la relation avec le bijou et l'argent remonte à près de deux siècles. Nabil, du haut de ses 22 ans, ne cache pas sa fierté quand il raconte que l'un de ses aïeux, Mohand Oussalem Ourrad, artisan bijoutier, a reçu un diplôme d'honneur dans la capitale française en l'an … 1832. Il est aujourd'hui certain que Mohand Oussalem n'a pas manqué de transmettre son art à sa progéniture, au point qu'on le trouve chez l'un de ses descendants en 2008. Nabil Ourrad en parle avec une grande fierté que l'on retrouve dans ses paroles quand il dit que son père, ses oncles, sa mère, ses sœurs, ses cousins, ses cousines et même sa grand-mère ont hérité cet art ancestral. Lui qui a commencé à apprendre à transformer l'argent en bijou kabyle à l'âge de onze ans a de quoi être fier. «Quand j'avais onze ans, je traînais dans les ateliers de mes oncles et de mes cousins, situés à l'époque dans les vieilles maisons familiales, et cela m'arrivait souvent d'aider mon cousin Rabah dans son activité, généralement en accomplissant les choses les plus simples», dit Nabil qui se rappelle aussi que «c'est là qu'est née mon envie d'apprendre ce beau métier». C'est tout naturellement donc que Nabil se met à apprendre cet art pratiqué par toute la famille, lui qui a grandi dans des pièces où les différents outils de l'artisanat de bijouterie sont omniprésents, citant lors de l'entretien, le four, les différentes pinces et le chalumeau. «J'ai tout appris avec mon cousin Rabah», insiste-t-il comme s'il voulait rendre un hommage appuyé à son cousin germain, même si la supervision de son père, Yahia, avait son importance tout au long de son apprentissage. Nabil était encore mineur quand il est, enfin, senti comme un artisan à part entière, puisqu'il était capable de fabriquer n'importe quel bijou kabyle sans assistance, à l'âge de 16 ans, durant l'année 2002. N'ayant pas réussi ses études, c'est tout naturellement qu'il se retrouva dans la bijouterie paternelle au centre-ville de Tizi Ouzou, avenue Abane Ramdane. »

Source : http://www.kabyle.com/nabil-ourrad-digne-heritier-d%E2%80%99une-grande-lignee-d%E2%80%99artisans-bijoutiers-en-kabylie-604-180908

Dans le domaine de la production de bijoux, malgré l'introduction de petites machines qui soulagent l'artisan, les jeunes bijoutiers ont su globalement préserver le métier en rivalisant d'ingéniosité dans le domaine de la création, en offrant des gammes de plus en plus variées.

Si la formation des hommes est cruciale pour ne pas que les savoir-faire tombent dans l'oubli elle l'est aussi à un niveau plus général car c'est un moteur de la croissance économique. La formation, en effet, fait évoluer « les routines » au sens où l'entendent les tenants de la théorie évolutionniste à la suite de Nelson et Winter (1982). La routine s'apparente au savoir-faire et peut être définie comme « un modèle d'activités répétitif » en un ensemble de compétences (Nelson et Winter, 1982). Il en découle que la firme est dotée d'un « répertoire » de réponses face aux différentes situations auxquelles elle est confrontée, et sa capacité à choisir les bonnes réponses constitue elle-même un élément de savoir-faire. Les routines proviennent d'un processus permanent d'apprentissage collectif de l'entreprise. La formation vient en appui à ce processus.

3.2. Le rôle des associations et événements autour de l'artisanat

Si la bijouterie en argent, du moins pour les bijoutiers de la commune de Beni-Yenni, a connu un « mieux » depuis quelques années c'est certainement grâce à la fête annuelle du bijou (fin juillet-début août).[40] Chaque année, les artisans se réunissaient dans commune de Beni-Yenni (qu'ils soient joailliers, vanneurs ou brodeurs) et organisaient des expositions-ventes dans les lieux publics. En 2009, suite à l'annulation de la fête annuelle du bijou, un premier salon du bijou s'est déroulé. Ce Salon du bijou, initié par les artisans eux-mêmes, a été l'occasion de conférences données par des professionnels du métier et des membres du collectif des bijoutiers ; les thèmes abordés concernant les différents aspects et problématiques du métier d'artisan d'art.

[40] « L'art du bijou d'argent à Ath Yenni », *La dépêche de Kabylie,* 24/07/2008.

M. Loucif, l'un des initiateurs de ce premier salon, également porte-parole du collectif des bijoutiers, souligne que le premier objectif de cette initiative reste d'ordre commercial et que la situation financière des bijoutiers ne leur permet plus d'organiser efficacement la fête, comme c'était le cas les années précédentes.[41] Pourtant, il est important de maintenir un dynamisme malgré un contexte politique délicat. Soulignons qu'à propos de cette fête, seuls les artisans implantés dans la commune présentent leurs bijoux et que les autres artisans (de Boghni, Tizi-Ouzou, *etc.*) n'y sont généralement pas conviés : « *on ne nous invite jamais, ça se passe entre eux à Ath-Yenni* » nous a même déclaré l'un des artisans interrogés.

Le rôle des associations et des réseaux est appréhendé à travers plusieurs questions, présentées ci-dessous, qui ont donné lieu aux réponses suivantes (cf. tableau 9) :

Tableau 9 – « Participez-vous à la fête du bijou de Beni Yenni ? »

Réponses	Observations	Pourcentage/13	Pourcentage/14
Non	8	61,5%	57,2 %
Oui	3	23,1%	21,4%
De temps en temps	2	15,4%	14,3%
TOTAL	13	100%	92,9%

Taux de réponse : 92,9% ; Non : 8 observations ; Sur 14 personnes, 13 ont répondu à cette question.

Le peu d'artisans de notre échantillon qui participent à cette fête (3 seulement) ont reconnu un intérêt en terme de capital social : « *on se fait connaître* », « *on fait connaissance avec d'autres bijoutiers, d'autres artisans et d'autres clients* », « *cette fête permet le contact entre artisans* ». Il est intéressant de noter que les deux personnes qui ont répondu n'y participer que de temps en temps n'y ont trouvé qu'un intérêt limité, réduit à la stricte sphère économique : « *écoulement facile des produits* » et « *participer à cette fête ne m'apporte rien sauf de l'argent* ».

41 http://www.zoom-algerie.com/sortie-263-Ath-Yenni-renoue-avec-son-artisanat.html

Nous pouvons conclure que les arguments strictement économiques ne suffisent pas à motiver les artisans pour participer dans la durée à cette manifestation. Par contre, la constitution d'un capital social par le réseau, l'ouverture vers les autres motivent une mobilisation plus constante et pérenne (cf. tableaux 10 à 13).

Tableau 10 – « Connaissez-vous la Maison du Bijou des Ath-Yenni ? »

Réponses	Observations	Pourcentage/13	Pourcentage/14
Non	5	38,5%	35,7 %
Oui	8	61,5%	57,2%
TOTAL	13	100%	92,9%

Taux de réponse : 92,9% ; Oui : 8 observations ; Sur 14 personnes, 13 ont répondu à cette question.

La majorité des personnes qui se sont exprimées (61,5%) connaissent la Maison du Bijou des Ath-Yenni mais 3 sur 5 prétendent qu'elle ne leur sert à rien.

Tableau 11 – « Connaissez-vous la Maison de l'Artisanat de Tizi-Ouzou ? »

Réponses	Observations	Pourcentage/12	Pourcentage/14
Oui	10	83,3%	71,4 %
Non	2	16,7%	14,3%
TOTAL	12	100%	85,7%

Taux de réponse : 85,7%% ; Oui : 10 observations ; Sur 14 personnes, 12 ont répondu à cette question.

La majorité des artisans interrogés connaissent également la Maison de l'Artisanat et 4 sur 6 semblent y trouver un intérêt : magasin, vente de bijoux…

Tableau 12 – « Appartenez-vous à l'Association pour la promotion de la bijouterie artisanale traditionnelle Ath-Yenni ? »

Réponses	Observations	Pourcentage/13	Pourcentage/14
Oui	7	53,8%	50 %
Non	6	46,2%	42,9%
TOTAL	13	100%	92,9%

Taux de réponse : 92,9%% ; Oui : 7 observations ; Sur 14 personnes, 13 ont répondu à cette question.

Nous constatons ensuite que la moitié des artisans interrogés adhèrent à l'Association pour la promotion de la bijouterie artisanale Ath-Yenni et semblent y trouver un intérêt en terme de capital social. En effet, à la question : « À quoi vous sert l'appartenance à cette association ? », les réponses sont les suivantes : « *À mieux organiser les choses* », « *À faire la promotion de la bijouterie artisanale* », « *À communiquer avec d'autres bijoutiers et partager les problèmes* » « *À trouver ensemble des solutions aux problèmes* ».

Tableau 13 – « Appartenez-vous à la Fédération nationale des bijoutiers? »

Réponses	Observations	Pourcentage/12	Pourcentage/14
Non	10	53,8%	50 %
Oui	2	46,2%	42,9%
TOTAL	13	100%	85,7%

Taux de réponse : 85,7% ; Non : 10 observations ; Sur 14 personnes, 12 ont répondu à cette question.

Une seule personne appartenant à la Fédération nationale des bijoutiers a répondu à la question : « À quoi cela vous sert-il ? » Selon lui, cela permet de « *débattre de tous les problèmes qui existent dans tous les métiers* ».

De toute évidence, le côté fédérateur de la Fédération Nationale des bijoutiers ne fonctionne pas sur la population que nous avons observée. Aussi, il nous intéressait de cerner par quel dispositif on pouvait espérer fédérer et donc mobiliser ces artisans au savoir-faire unique, dans une logique de formation, valorisation, transmission et ouverture. Les institutions existantes produisent peu de capital social et les artisans que nous avons questionnés y sont relativement imperméables. Il importait alors d'examiner les processus d'institutionnalisation du capital social susceptibles de les motiver et mobiliser.

III - INSTITUTIONNALISER LE CAPITAL SOCIAL

Ce qui nous importe ici est de proposer le meilleur système d'organisation pour valoriser le savoir-faire ancestral de ces artisans et aboutir à un mode de fonctionnement rationnel.

1 - Les enjeux de la rationalité

Jean Ladrière[42] nous explique que la technologie ancienne est essentiellement un ensemble de savoir-faire d'ordre pratique, dépourvu de véritable justification théorique. On sait comment produire tel ou tel effet, mais en général, on n'est pas en mesure d'expliquer pourquoi tel type d'action entraîne tel effet, l'efficacité observée jouant alors seule le rôle de critère justificatif. Dans la technologie moderne, le rôle des facteurs aléatoires n'a certainement pas disparu. On se trouve encore dans bien des cas devant un savoir-faire qui est basé sur l'expérience et la tradition, et pour lequel on ne dispose pas d'explication satisfaisante. Mais ce qui est caractéristique, c'est que l'évolution technologique est de plus en plus rapide, qu'elle prend un caractère de plus en plus systématique, qu'elle est de plus en plus consciemment contrôlée. Faire évoluer le savoir-faire permet en quelque sorte de mieux le maîtriser.

À côté des problèmes d'évolution, il y a les problèmes de structure. De façon générale, les problèmes de structure se rapportent au mode d'organisation interne d'un système. Remarquons d'ailleurs que les problèmes d'évolution et les problèmes de structure tendent à se rapprocher dans le cadre de la théorie générale des systèmes[43]. Dans la perspective de cette théorie, une configuration est considérée comme un état stable, c'est-à-dire comme un état qui est capable de se maintenir en dépit des perturbations, d'ordre interne ou externe, qui peuvent affecter le système. Les problèmes de structure sont alors des cas particuliers des problèmes

---

42 « Les enjeux de la rationalité. Le défi de la science et de la technologie aux cultures », Paris, Aubier-Montaigne/Unesco, 1977, p. 53-71.

43 Théorie générale des systèmes, Ludwig von Bertalanffy, Septembre 2002.

d'évolution : il s'agit d'étudier les conditions dans lesquelles une évolution peut conduire à un état stable. Et c'est bien justement ce qui nous intéresse ici : comment faire évoluer et structurer les savoir-faire ancestraux des Ath-Yenni de sorte qu'on parvienne à un état stable sur lequel on peut baser un processus de développement local ?
Dans le cas d'une situation à susciter, on se trouve au point de départ devant un état de choses dont aucune connaissance disponible ne permet de prévoir qu'il va évoluer spontanément vers la situation souhaitée. Il s'agit là aussi d'introduire des perturbations agencées de telle façon que l'état de choses donné évolue effectivement vers la situation voulue.
La perturbation introduite dans l'objet traité consiste à modifier les liaisons existantes entre cet objet et son environnement, ou à le placer dans un autre environnement, ou à modifier sa structure interne, ou encore à l'intégrer en tant que partie dans un système plus ou moins complexe.

Tout ceci vaut pour des systèmes matériels ; pour le généraliser à un système social (technologie sociale), Il suffit de considérer une société précisément comme un système, caractérisé par une certaine structure et capable de certaines performances. La structure du système, c'est l'ensemble des interrelations, à la fois statistiques et dynamiques, entre les sous-systèmes. Cette structure correspond à un certain degré d'organisation.
On peut la modifier en intervenant sur les liaisons de nature fonctionnelle entre les sous-systèmes. Une telle intervention est possible dans la mesure où ces liaisons ont un caractère objectif. C'est précisément à ce caractère que correspond l'aspect institutionnel des relations sociales.

L'institution, nous dit Jean Ladrière (1977), « c'est en somme un ensemble objectivé de relations fonctionnant selon ses lois propres, indépendamment des individus qui en sont les porteurs » (en ce sens qu'ils font exister l'institution par leurs actions). Sans doute l'institution peut-elle toujours être «réduite» à des actions élémentaires, effectuées par des individus concrets, mais le fait

caractéristique, c'est que ces actions obéissent à certains schémas relativement stables, suivant certaines normes, qui assurent précisément un effet d'ensemble doté d'une grande régularité et d'une certaine permanence dans le temps. C'est l'existence de ces schémas et de ces normes qui fait l'existence de l'institution : elle en est à la fois la source et l'effet. Dans la mesure où un ensemble social, en tant qu'il est fait d'un réseau d'institutions, possède le caractère d'une réalité objectivée, il peut être traité, du moins sur le plan formel, comme un système matériel, et l'action sur un tel ensemble peut être traitée par analogie avec l'action sur un environnement matériel.

Agir sur un système social, c'est en somme en modifier le niveau d'organisation conformément à certains objectifs, grâce à l'insertion dans le système, d'informations appropriées. L'avantage d'une telle transformation, c'est qu'elle ajoute au système naturel un système artificiel (ou le dote de propriétés nouvelles) et offre ainsi à l'action un support beaucoup plus étendu et plus diversifié d'instruments, lui permettant de produire des effets quantitativement plus puissants et qualitativement plus variés, de se donner ainsi des objectifs de plus en plus vastes et de plus en plus différenciés et de renforcer considérablement son autonomie par rapport au milieu naturel.

2 - Capital social et stabilité du système

La question qui guide notre réflexion ici est de savoir comment concilier capital social et efficacité. Nan Lin (2001) appréhende le capital social comme un « investissement dans des relations sociales avec des retours prévus dans le marché ». Cette conception permet de relier intérêt individuel (donc motivation) et intérêt collectif (donc stabilité éventuelle du système au moins à moyen terme).

À la différence des formes traditionnelles du capital, le capital social n'est pas épuisé par son utilisation mais au contraire par son non usage. A cet égard, il se rapproche du concept maintenant bien établi de capital humain. Les sociologues Karl L. Bankston et

Zhou (1998) observent que « le capital social ne se compose pas des ressources tenues par des individus ou des groupes, mais de processus d'interaction sociale menant aux résultats constructifs ». La nécessité d'une construction s'appuie bien sûr sur la notion de capital, la forme du résultat dépend de l'orientation sociale du processus. En effet, l'ambiguïté qui sous-tend la définition du capital social ne réside pas tant dans la définition de « social » que dans le doute sur « capital ». La question qui se pose alors est de savoir comment doser les deux éléments de « société civile » et de confiance » qui constituent le capital social pour parvenir à un système stable.

Collier (1998) distingue deux formes de capital social interdépendantes : le capital social gouvernemental (institutions ou organisations mises en place par l'Etat ou le secteur public) et le capital social civil (organisations émanant de la société civile). Uphoff (2000) différencie le capital social structurel (structures dans lesquelles agissent les agents c'est à dire les organisations) et le capital social cognitif (processus mentaux des individus, valeurs, normes, croyances *etc.* qui prédisposent les agents à la coopération.). Le capital social cognitif peut avoir un impact sur le capital social structurel dans la mesure où les croyances en certaines valeurs (valeurs démocratiques par exemple) peuvent pousser les agents à se regrouper de façon formelle (par exemple en associations ou ONG). Les règles partagées correspondent à un ensemble d'« institutions invisibles » (capital social civil cognitif de la typologie de Sirven (2000)) qui facilitent la compréhension entre les agents (Angeon et *alii*, 2006).

La nature des liens entre les agents a été précisée par la typologie proposée par la Banque mondiale (2000) et qui distingue le lien qui unit (*bonding)*, le lien qui lie (*linking*) et le lien qui relie (*bridging*). Nous nous limiterons ici à l'analyse de la nature des liens concernant le capital social civil. Les liens de type *bonding* unissent des individus de statut identique (liens horizontaux) au sein d'une même communauté. S'ils caractérisent des relations de type communautaire c'est-à-dire de personnes adhérents à un même

système de représentation ils tendent vers une « fermeture relationnelle » (Coleman, 1988), voire de la discrimination. Ces liens peuvent être ceux existant au sein d'une famille, d'une tribu, d'une ethnie, d'un village, d'une communauté d'appartenance, d'amis proches, *etc.* Pour appréhender l'importance de ce type de liens, des indicateurs tels que la taille des familles ou le fait d'être ou « se sentir kabyle » ou non peuvent être retenus. Les liens de type *linking* caractérisent des interactions « verticales » entre des agents aux statuts différents. Ces liens inter-groupes nécessitent d'être réaffirmés et se caractérisent par des transactions de réciprocité qui obligent à la poursuite des échanges. Selon Angeon *et alii* (2006), la fréquence des interactions tend à déboucher sur la convergence des représentations. On peut ainsi espérer une certaine stabilité. Et enfin les liens de type *bridging* lient des agents distants (cette distance peut être géographique ou le lien n'est pas activé en permanence). Le *bridging social capital* désigne un réseau virtuel. Les relations peuvent être ponctuelles, discontinues et les règles respectées s'apparentent à « une convention sans engagement réciproque (Angeon *et alii*, 2006). Des indicateurs de ces liens peuvent être trouvés dans le pourcentage d'émigrés d'un territoire donné, la part des membres de la famille qui ont émigré, *etc.* En cas d'activation temporaire d'un lien de type *bridging* les logiques d'appartenance et ou de similitude peuvent s'activer et ne perdurer que le temps de la relation (Angeon *et alii*, 2006). Ce sera par exemple lorsqu'une personne active un lien extérieur au territoire (l'émigré) pour lui demander une aide financière ponctuelle pour la réalisation d'un projet.

On peut également penser que les caractéristiques sociologiques (culture en générale) ont un impact sur le capital structurel gouvernemental (dynamisme des élus locaux, *etc.*). Angeon *et alii* (2006) ont ainsi remarqué dans leur étude une analogie possible des comportements institutionnels avec celui des habitants : là où l'on observe un tissu associatif dense, on constate un dynamisme des élus locaux.

La notion de capital social peut finalement être cernée à partir de différentes variables (variable normative, variable relationnelle, variable cognitive et variable confiance) et ce, quels que soient les contextes sociaux. L'association de ces quatre variables est indispensable à la stabilité du système car elles interviennent à différents niveaux. La variable relationnelle fait référence au principe de réciprocité sans lequel aucun échange (formel ou informel) n'est envisageable à long terme. La variable cognitive assure l'adaptation du mode de fonctionnement du réseau dans un environnement évolutif. La variable normative délivre aux individus les codes à respecter pour être admis dans le réseau. La variable confiance concerne la fiabilité du système social ou la certitude que même en l'absence de sanctions formelles ou informelles, des normes de réciprocité ou des comportements « vertueux » émergent, que ce soit envers les institutions ou envers les personnes proches (amis, famille, *etc.*). Cette variable renferme d'une part la fiabilité du système et d'autre part la confiance diffuse envers la société et les institutions. C'est sans doute sur cette variable que l'Etat algérien doit jouer : redonner confiance dans les institutions et axer sa politique sur des mesures d'accompagnement à la création d'entreprise.

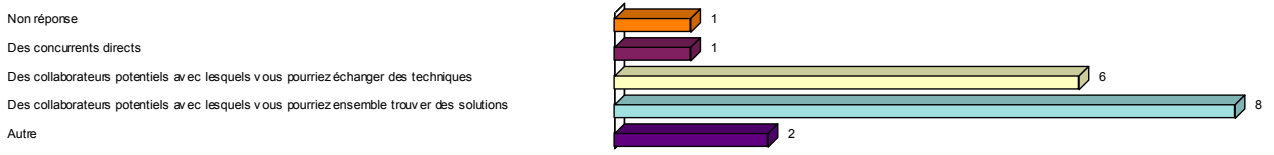
En Algérie, une bonne partie des entrepreneurs a recours aux mécanismes traditionnels de financement familial ; le poids de l'économie informelle[44] est important dans toutes les branches d'activités (Melbouci (2006), Chakour et Perret (2007), Perret et Gharbi (2008)). La stratégie de l'informel se manifeste par une sous déclaration des ressources utilisées, des achats et ventes sans facture, une fraude fiscale liée à la sous-évaluation de l'activité et à la non déclaration de certains éléments d'actifs et d'exploitation, *etc.* L'informel est finalement considéré comme une modalité de maximisation du profit laquelle permet la croissance et le

[44] L'économie informelle algérienne semble s'être développée durant la décennie 80 du fait de la spécialisation de l'offre à l'échelle internationale (hydrocarbures) tandis que l'offre de biens sur le marché interne s'est trouvée contrainte par la diminution de la demande solvable résultant de la baisse des revenus réels [Dahmani 1999 *in* Adair 2002].

développement des PME dans et en dehors du marché domestique (Melbouci, 2006). Tout le problème des autorités algériennes est d'inciter à la création d'entreprises formelles ou de tenter de formaliser l'informel. Organiser et accompagner la structuration doit permettre d'atteindre cet objectif. L'expérience de la mise en oeuvre de l'approche *Nucleus*[45], créatrice de capital social, va dans ce sens (Perret, 2010). D'ailleurs dans l'échantillon d'artisans que nous avons interrogé, lorsque nous avons demandé « Comment voyez-vous les autres artisans ? » chacun ne voit pas forcément l'autre comme un concurrent direct mais estime qu'il peut aussi être un collaborateur potentiel (cf. graphe ci-dessous).

[45] http://www.nucleus-international.net/

Vision autres bijoutiers



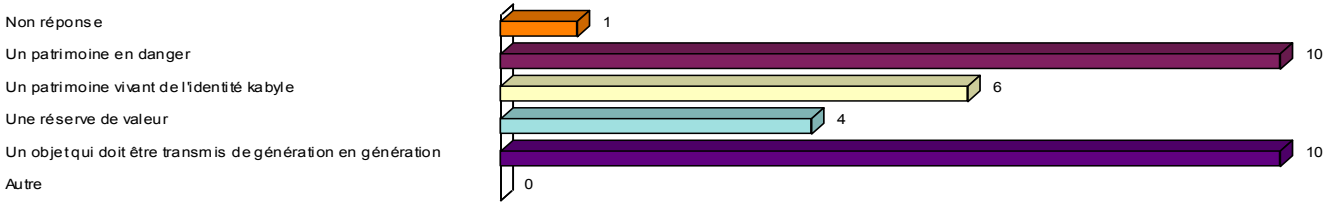
L'ambition de l'Algérie est aujourd'hui de réhabiliter le secteur touristique et d'en faire à terme le deuxième pôle industriel après les hydrocarbures[46]. Il nous semble important notamment de valoriser le savoir-faire ancestral (et toute sa symbolique) grâce à une ouverture touristique. Une route des savoir-faire doit servir de tremplin à une réflexion en termes d'efficacité et de rentabilité.

3 - La valorisation par le tourisme

Le savoir-faire des Ath-Yenni est un patrimoine qu'il convient de valoriser pour le faire vivre et pour faire vivre les artisans. Les artisans ont conscience de l'enjeu de préserver un tel patrimoine. Ils considèrent leurs bijoux comme un patrimoine en danger qu'il est important de transmettre de génération en génération. La notion d'identité kabyle se situe en troisième position ce qui signifie que c'est avant tout un patrimoine « national ».

[46] Benelkadi K , « Tourisme : Le retour de la destination Algérie », mercredi 30 mars 2005, *El Watan*.

Représentation des bijoux



Pour l'économiste, c'est moins le patrimoine en soi qui importe que l'ensemble des services que l'on peut en retirer et qui seront autant de marchés potentiels. L'économiste distingue le revenu et le capital. Le capital donne naissance à des revenus. Le patrimoine est un capital parce qu'il constitue une source possible de services qui sont susceptibles de répondre à des besoins. Être utile est une des conditions pour être un bien économique avec la rareté et l'existence d'un marché. En ce sens, le patrimoine est un bien économique et il a de la valeur.

La valeur économique est liée à l'utilité et on peut distinguer pour le patrimoine trois fondements possibles de l'utilité :
- Les satisfactions liées à la culture : valeurs traditionnelles c'est-à-dire esthétiques, artistiques, historiques ainsi que les enseignements qui peuvent en être tirés (valeur cognitive).

- La valeur esthétique est très subjective et il est difficile d'en prévoir l'ampleur
- La valeur artistique se mesure par l'apport au mouvement artistique en général, par la perfection de la réalisation. C'est une tentative de rationalisation de la précédente.
- La valeur historique, au-delà de la remémoration qui consiste à se référer aux monuments ou objets anciens pour évoquer la gloire des temps passés, conduit à protéger ces monuments et objets parce qu'ils enseignent l'histoire.
- La valeur cognitive est liée à la formation ; le patrimoine est un instrument pédagogique (cité des sciences de la Villette, atelier de création ou de formation, approche thématique selon les publics…)

- Les satisfactions liées à la création de services productifs : valeur économique

- Retombées économiques des travaux entrepris pour conserver, rénover ou exploiter un patrimoine : achats de matériaux, salaires…
- Droits de propriété, coûts de transactions : prix de la vente des produits

- Utilisation du cadre bâti pour diverses activités

- Les satisfactions plus sociales ou collectives, liées à l'identité ou au symbole autour duquel communiquer (valeur de communication). La valeur symbolique regroupe et permet à un groupe d'individus d'aller dans le même sens, donc de construire un projet autour du patrimoine. La valeur sociale renforce l'identité, elle fait le lien (par héritage ou par diffusion) entre le passé et le présent et permet de construire une image de marque (communication = commune action).

Valoriser le patrimoine implique de le proposer à des fins de satisfaction. Élargir la cible conduit à l'ouvrir à l'activité touristique. Le tourisme des valeurs « basé sur la mise en avant des valeurs culturelles, c'est à dire humaines, d'une communauté territoriale et l'établissement de relations fructueuses avec ceux, venus d'ailleurs notamment, qui apprécient les dites valeurs », constitue l'approche la plus pertinente pour valoriser le patrimoine sur le plan économique. Le « commerce des valeurs » qui lui est associé est alors « fondé sur un enrichissement mutuel et donc une participation aux enjeux du bien commun » (Nifle)[47.]

La valorisation touristique passe par des systèmes d'interprétation tels que des musées, des écomusées et dans le cas qui nous concerne par une route des savoir-faire. Cette interprétation nécessite une recontextualisation du concept de patrimoine (le consensus s'impose au niveau des acteurs locaux sur le sens à donner aux actions de valorisation).

La valorisation du patrimoine implique par ailleurs une analyse statistique de la fréquentation et bonne appréhension des ressorts de la demande :
- La réaction de la demande au prix (élasticité)
- Les caractéristiques socio-économiques de la demande
- La fidélisation de la clientèle : adaptation du produit, promotion, communication.

[47] http://journal.coherences.com.

La mise en réseau peut être considérée comme un investissement en marketing. Dans cette démarche, le territoire est l'axe central et l'accessoire devient l'essentiel. Il convient alors de concilier deux approches opposées : la construction d'un territoire autour de son identité et la rentabilité économique avec comme objet d'attractivité cette identité qui se concrétise par l'objet d'art. « *L'avenir des territoires est de nature humaine* » (Nifle) mais celle de l'homme est économique, au sens le plus large du terme bien sûr, c'est-à-dire « *l'art de gérer la cité* ».

Le tourisme permet d'aller à la rencontre de l'autre, de ses modes de vie (passés, présents ou futurs) de valeurs attractives. Le bien qui s'échange ici est un bien spécial. Le savoir-faire est un bien collectif au statut un peu fragile (par rapport à un site naturel) car il est lié aux individus et à la transmission des compétences. Mais si ce savoir-faire est protégé et diffusé, il peut devenir un bien public pur au sens où l'usage qui en est fait par un individu ne diminue pas celui réservé aux autres, au contraire ! La valorisation ne lui nuira pas, dans ces conditions là.

L'impact de la préservation et de la valorisation d'un tel bien est considérable car ses retombées sont constitutives d'un processus de développement :
- Les retombées éducatives : transmission de compétences, apprentissage d'un métier.
- Les retombées en matière d'innovation : le savoir-faire évolue et s'améliore au fur et à mesure de sa diffusion.
- Les retombées économiques : le principal effet économique réside dans les revenus issus des produits du savoir-faire : vente de d'objet d'art et d'artisanat. Il y a aussi des bénéfices indirects comme l'augmentation des revenus des fournisseurs et des effets induits comme la demande supplémentaire consécutive à ces augmentations.

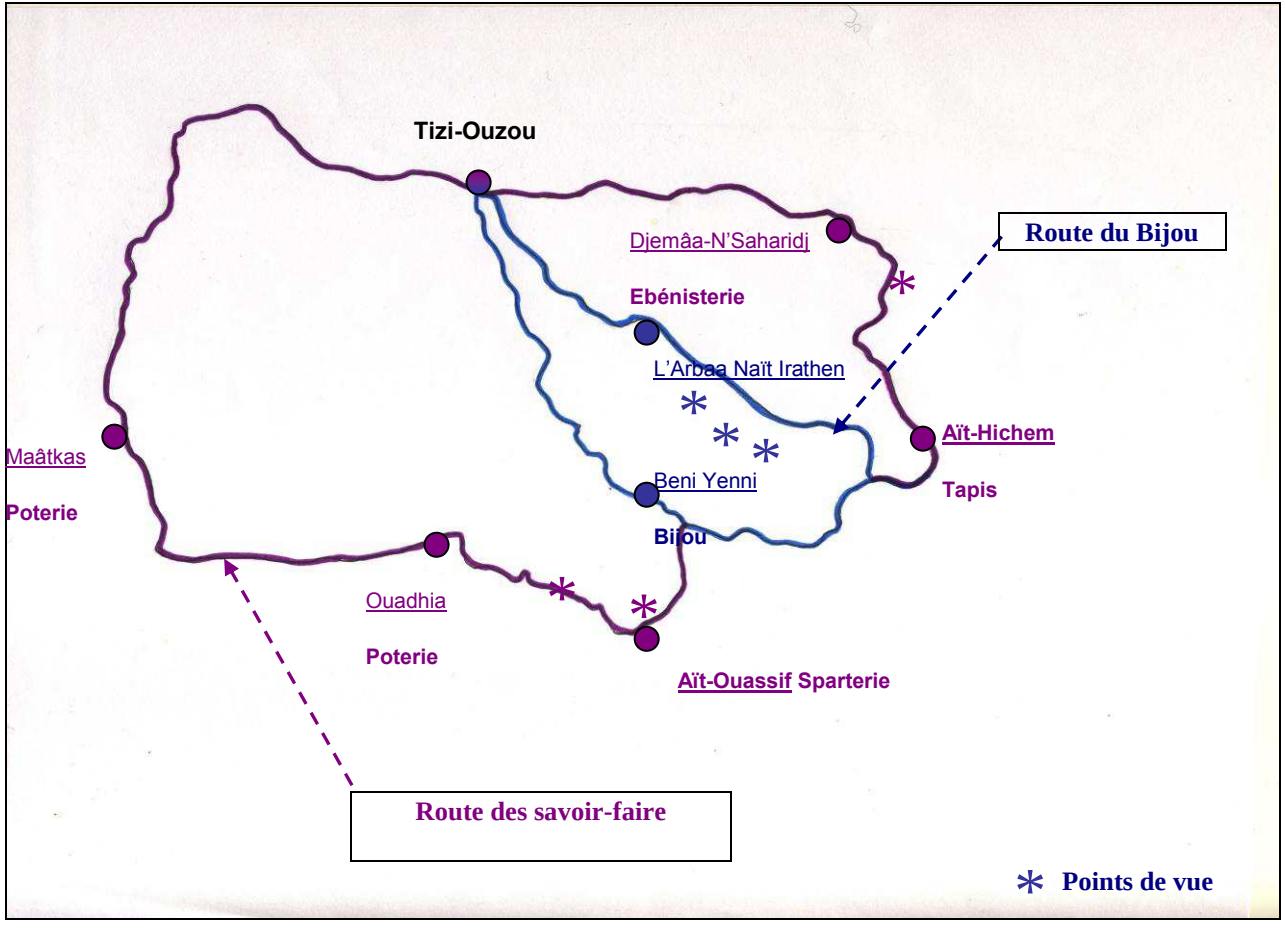
Notre idée est de proposer une structuration en « route des savoir-faire ». Plusieurs solutions sont envisageables : une « route du bijou » centrée sur les bijoutiers de Tizi-Ouzou et de Benni-Yenni ou une « route des savoir-faire » regroupant plusieurs corps d'artisans pour une plus grande dynamique. Nous sommes en effet en Kabylie en présence d'une véritable carte des métiers très ancrés dans les traditions locales. Un circuit partant de Tizi-Ouzou et passant par des villes ou villages connus pour leur artisanat pourrait être envisagé. Pourquoi ne pas imaginer les tracés suivants ?

- **La route du bijou** :

Tizi-Ouzou ---» Ath-Yenni (bijouterie) ---» L'Arbaa Naït Irathen ---» Tizi-Ouzou

- **La route des savoir-faire** :

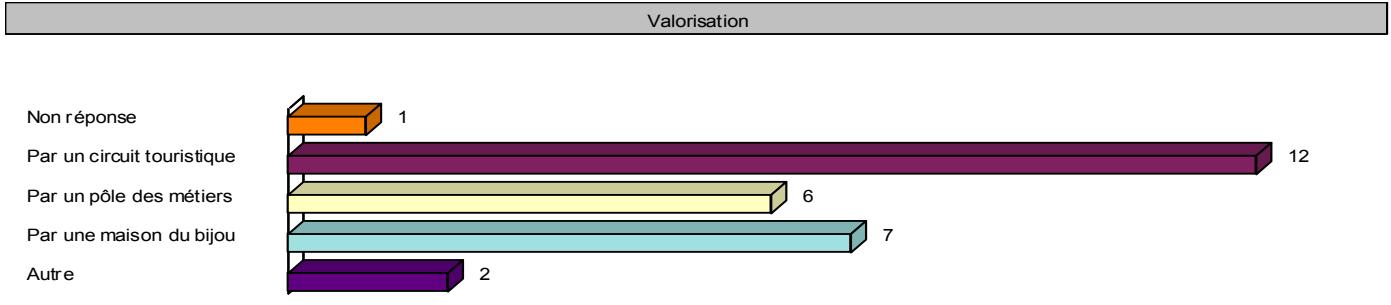
Tizi-Ouzou ---» Maâtkas (poterie) ---» Ouadhias (Poterie) ---» Aït-Ouassif (sparterie) ---» Ath-Yenni (bijouterie) ---» Aït-Hichem (tapis) ---» Djemaa Saharidj (ébénisterie) ---» Tizi-Ouzou.


Tizi-Ouzou
Djemâa-N'Saharidj
Ebénisterie
Route du Bijou
L'Arbaa Naït Irathen
Aït-Hichem
Tapis
Maâtkas
Poterie
Beni Yenni
Bijou
Ouadhia
Poterie
Aït-Ouassif Sparterie
Route des savoir-faire
Points de vue

Pour tester notre idée auprès des artisans concernés, nous avons posé la question suivante : « Pensez-vous qu'il serait pertinent de valoriser et de mieux faire connaître votre artisanat :

- par un circuit touristique
- par un pôle des métiers
- par une maison des bijoux
- autre ? »

Le graphique ci-après récapitule les réponses :


Valorisation
Non réponse
Par un circuit touristique
Par un pôle des métiers
Par une maison du bijou
Autre
1
12
6
7
2

La proposition d'un circuit touristique arrive largement en tête, venant appuyer notre idée d'une « route des savoir-faire ».

Un tel projet paraît d'autant plus important que l'économie de la Kabylie est toujours très fragile. À l'exception d'une faible proportion de fonctionnaires locaux, d'une minorité de cadres et de salariés d'entreprises travaillant souvent à Alger ou dans les bases pétrolières du Sud, le reste de la population vit souvent pour l'essentiel d'expédients, de pensions de retraites ou de transferts de l'immigration, mais pour combien de temps encore ?

CONCLUSION

Les ressources génériques de la Wilaya de Tizi-Ouzou sont importantes (potentiel naturel et culturel). La spécificité des Ath-Yenni repose sur le savoir-faire ancestral des bijoutiers. Il convient de transformer cette ressource spécifique en projet porté par les acteurs locaux et valorisé par le marché.

Plusieurs pistes nous semblent intéressantes à explorer :

- Une certification des bijoux traditionnels.

Afin de préserver et garantir la qualité des bijoux traditionnels kabyles qui pâtit du coût de la matière première (corail remplacé par la matière plastique, baisse de la teneur en argent notamment) ne serait-il pas également judicieux de créer une certification du bijou traditionnel.

- L'ouverture de la fête du bijou aux artisans bijoutiers de toute la Wilaya.

- La structuration d'une organisation professionnelle performante.

Actuellement, les institutions publiques et les différents responsables politiques sont assez sensibles aux problèmes

spécifiques que rencontrent les artisans et il existe une réelle volonté d'apporter des appuis et d'accompagner les artisans et les porteurs de projets. Néanmoins, et au-delà des mesures de soutien indispensables, le secteur de l'artisanat souffre d'abord d'un problème d'image. Un travail en amont est nécessaire pour impulser à ce secteur la dynamique qui lui fait défaut. Quelque que soit la bonne volonté de la tutelle, il reste que souvent les institutions intermédiaires (DPMEA, APC, DAIRA, services fiscaux) ont du mal à cerner l'artisanat que beaucoup continuent à considérer soit comme exclusivement du domaine culturel (patrimoine), soit comme production semi industrielle. L'absence d'organisations professionnelles, d'associations performantes qui auraient pu servir de trait d'union et de relais entre les institutions et les pouvoirs publics a largement contribué à cet état de fait.

- La mise en place de circuits touristiques.

Une structuration en « route des savoir-faire » semble envisageable et même souhaitée par les bijoutiers interrogés faisant ainsi « exister une ville sur la carte d'un pays, sinon du monde » (Masboungi, 2004 *in* Meyronin, 2008). Des dispositifs culturels peuvent en outre renforcer l'attractivité et la singularité des lieux : une « maison du bijou » avec une architecture particulière dans les Ath-Yenni par exemple. C'est donc la stratégie « haute » de B. Pecqueur qui semble la plus adaptée.

- Le développement d'un tourisme culturel et l'utilisation du patrimoine comme marketing des lieux

Développer le tourisme culturel en s'appuyant sur des images véhiculant des valeurs traditionnelles fortes : savoir-faire ancestraux et l'hospitalité en particulier paraît une voie possible. Si le secteur des métiers d'art « constitue une porte d'entrée pour le tourisme » (Bergadaà, 2008) pour que le développement soit pérenne il convient de développer un « tourisme de valeur » (Nifle, 2005 *in* Bergadaà, 2008).

Les produits des artisans d'art qui pratiquent « un métier intemporel dont le savoir-faire se transmet dans le calme de leurs ateliers», font appel pour les amateurs, à la nostalgie et à l'authentique (Bergadaà (2008)). L'artisanat repose sur un savoir-faire qui, lorsqu'il se raréfie devient patrimoine. Les références au patrimoine servent le « marketing des lieux »[48].

Le tourisme, si l'on considère qu'il est une modalité pratique de l'idéologie d'un développement local harmonieux, transforme toutefois tout en prestation, par un système de maillage, dans lequel tout devient marchand, tout est structuré, organisé. Et plutôt que de produire l'ouverture recherchée, le monde local peut aussi s'enfermer dans cette mise en production où tout devient monnayable. C'est un paradoxe du tourisme. On se fait piéger par les discours sur l'authenticité. Comment échapper à ce piège ? L'approche en termes de SPL et/ou de *nucleus* nous paraît pertinente pour plusieurs raisons :
- Elle permet une structuration institutionnelle nécessaire à une « existence » juridique et économique
- Elle contribue à mettre en place un réseau porteur de dynamisme et de motivation
- Au centre du dispositif se trouvent l'artisan, son savoir-faire et son inventivité et non le touriste.

Aussi, même si l'artisan vend un «bout de son âme», c'est plus en terme de partage ! La route des savoir-faire constitue ainsi un mode d'expression pour maintenir et raviver ce qui fait l'identité des Ath-Yenni (bravoure, hospitalité, bijou…) en particulier, et de tous les artisans en général.

[48] http://www.revue-espaces.com.

RÉFÉRENCES

Angeon V., Callois J-M., 2005, Rôle des coordinations locales dans le développement durable des territoires, Rapport de recherché co-financé par le MEDD et le PUCA.

Angeon V., Callois J-M., 2006, Capital social et dynamiques de développement territorial : l'exemple de deux territoires ruraux Français, *Espace et Société*, n° 124-125 2006/2-3.

Angeon V., Caron P., et Lardon S., 2006, Des liens sociaux à la construction d'un développement territorial durable : quel rôle de la proximité dans ce processus ? , *Développement durable et territoire*, Dossier 7 Proximité et environnement (http://developpementdurable.revues.org/).

Bankston Carl Leon, Min Zhou, 1998, Growing up American: how Vietnamese children adapt to life in the United States, Russel Sage Foundation, New-York.

Bensahel L. et Donsimoni M. (sous la direction de), 1999, « L'activité touristique, facteur de développement économique », dans Le tourisme, facteur de développement local, Collection Débats, PUG.

Billen C., 2007, « De la compétitivité à la compétence des territoires. Le patrimoine, une valeur, un outil une marchandise ? » Exposé de synthèse, Territoire(s) wallon(s), hors série.

Boissin O., 1999, « La construction des actifs spécifiques : une analyse critique de la théorie des coûts de transaction », *Revue d'économie industrielle*, Volume 90, pp. 7-24.

Camps G., 2007, *Les Berbères. Mémoire et identité*, Actes Sud, Collection Babel, 350 p.

Chakour S. C., Perret C., 2007, « Le commerce informel en Algérie », *Critique Économique*, n°17, Eté-Automne, Rabat, Maroc, p.15-36.

Clarac F., Bergadaà M., 2008, « Ancrage d'un pôle de métiers d'art sur son territoire », Journées de recherche sur l'Attractivité du territoire. Pratiques innovantes en matière culturelle et retombées économiques, ESC Saint-Ètienne, 5 décembre.

Coleman., 1988, "Social Capital in the Creation of Human Capital," American Journal of Sociology.

Colletis G. et Pecqueur B., 1994, « Les facteurs de la concurrence spatiale et la construction des territoires », *Organization of production and territory : local models of development,* Ginni Luculano Editore, Pavie, 1994

Cova B., Giannelloni J.-L., 2008, « Hospitalité et consommation touristique », présentation lors du séminaire de recherches IREGE, Université de Savoie.

Donsimoni M., Perret C., 2008, « Capital social et développement territorial. Le cas de deux ensembles de Wilayate de Kabylie», colloque international « Développement local et gouvernance des territoires », Université de Jijel (Algérie), 3 au 5 novembre 2008.

Dupont L., Salzedo A., 2008, « L'évaluation de la politique touristique en Guadeloupe et son impact sur l'économie et l'emploi à l'aide de modèles appliquées », étude, 51 p.

Greffe X., 2003, *Valorisation économique du patrimoine*, La documentation Française, 384p.
Hirschamn A.O., "The strategy of economic development", *Revue Tiers Monde*, N°4, 1960, p. 551-552.
Kosianski J-M., 2008, « Les pôles métiers d'art entre culture, tourisme et coopération interentreprises », Journée de recherche, Attractivité du territoire « Pratiques innovantes en matière culturelle et retombées économiques », vendredi 5 décembre, ESC Saint-Étienne.
Lin N., Cook K., and Burt R., 2001, *Social Capital: Theory and Research*. New York: Aldine de Gruyter.
Meyronin B., 2008, «Culture et attractivité : État des lieux des relations qui se sont tissées entre la vie culturelle des villes et leur rayonnement », Journée de recherche, Attractivité du territoire « Pratiques innovantes en matière culturelle et retombées économiques », vendredi 5 décembre, ESC Saint-Étienne.
Osborne B.S., 2001, « Paysages, mémoire, monuments et commémoration. L'identité à sa place », Déclaration de principe commandée par le ministère du Patrimoine canadien pour le séminaire d'identité et de diversité ethnoculturelles, raciales, religieuses et linguistiques, Halifax (Nouvelle-Écosse),1-2 novembre.
Pecqueur B., 2005, « Les territoires créateurs de nouvelles ressources productives : le cas de l'agglomération grenobloise », *Revue Economie, Géographie, Société*, Volume 7 2005/3, p. 255 à 268.
Perret C., 2010, « Capital social et *Nuclei* d'entreprises en Algérie», *Mondes en développement*, vol. 38-2010/1 n°149, p. 105-116.
Perret C., Gharbi N., 2008, « La contrefaçon en Algérie. Risque et prise en compte par les entreprises. Une application aux produits cosmétiques », *Cahiers du CREAD*, n°85-86/2008, Alger.
Putnam R., 2000, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*
Rémond M., *Tamurt Imazighen, Terre Kabyle*, réédité par Annic Droz aux éditions Ibis Press, 121 p.
Sénécal G., 1992, « Aspects de l'imaginaire spatial : identité ou fin des territoires ? », *Annales de géographie,* ISSN 0003-4010 *Coden Angeax*, vol. 101, nº563, p. 28-42, Armand Colin, Paris.
Williamson O.E., 1975, *Market and Hierarchies, Analysis and Antitrust Implications : a Study in the Economics of Internal Organizations*, The Free Press.