

LES ARTISANS AU NORD ET AU SUD, QUI SONT-ILS ?

**ETUDE DE CAS ET TEMOIGNAGES
EN BELGIQUE ET AU PEROU**

Véronique POROT

Novembre 2008

Oxfam-Magasins du monde
Rue Provinciale, 285
1301 Wavre
Tél. : +32 (0) 10 43 79 50
Fax : +32 (0) 10 43 79 69
mdmoxfam@mdmoxfam.be
www.omdm.be

Merci à toutes celles et tous ceux qui ont relu avec attention ce document et ont apporté toute la richesse et la diversité de leurs approches :

Jérôme Chaplier, François Graas, Sophie Tack et Valérie Vandervecken d'Oxfam-Magasins du monde

Valérie Brixhe, Geneviève Kesteloot, Bernadette Oriet, Elisabeth Piras et Catella Willi, mes amies.

Sommaire

OBJECTIFS DE L'ETUDE	4
INTRODUCTION	4
DEFINITION DE L'ARTISANAT ET DES ARTISANS	5
CONTEXTE MONDIAL, CRISE DE L'ARTISANAT	6
QU'EST-CE QUI DISTINGUE LA PRODUCTION ARTISANALE DE LA PRODUCTION INDUSTRIELLE ?	7
ETUDE DE CAS EN BELGIQUE	9
QUELQUES CARACTERISTIQUES.....	9
LES ARTISANS BELGES, QUI SONT-ILS ?	9
SECTEUR DE L'ARTISANAT/ ORGANISATIONS/ STRUCTURES	13
PRODUCTION ARTISANALE.....	14
COMMERCIALISATION ET PROMOTION.....	16
INTERET DES ARTISANS DU NORD POUR CEUX DU SUD : TEMOIGNAGES	17
ETUDE DE CAS AU PEROU	18
QUELQUES CARACTERISTIQUES.....	18
LES ARTISANS PERUVIENS, QUI SONT-ILS ?	18
SECTEUR DE L'ARTISANAT/ ORGANISATIONS/ STRUCTURES	20
PRODUCTION ARTISANALE.....	21
COMMERCIALISATION.....	25
IMPACT DU COMMERCE EQUITABLE POUR LES ARTISANS DU SUD	26
LES ARTISANS DU NORD ET DU SUD VIVENT-ILS DES SITUATIONS SI DIFFERENTES ?	28
DEFIS AU NORD ET AU SUD	30
QUELQUES PISTES DE REFLEXION	31
INFORMER ET COMMUNIQUER AUPRES DES CONSOMMATEURS	31
DEVELOPPER DES ECHANGES NORD-SUD ENTRE ARTISANS.....	31
ENCOURAGER DES ECHANGES SUD-SUD ENTRE ORGANISATIONS.....	32
DEVELOPPER L'OFFRE PAR DES RENFORCEMENTS DE CAPACITES ET DE NOUVEAUX MARCHES AU NORD ET AU SUD	32
STIMULER L'ACTION DES POUVOIRS PUBLICS, GOUVERNEMENT ET ORGANISATIONS INTERNATIONALES POUR LA CREATION ARTISANALE	33
CONCLUSION	35
BIBLIOGRAPHIE	36

Objectifs de l'étude

Cette étude, sollicitée par Oxfam-Magasins du monde, a pour objectif de **décrire la situation d'artisan(e)s au Nord et au Sud** pour dégager les enjeux principaux concernant leur travail et leurs conditions de vie.

Nous l'illustrerons par deux études de cas : l'une au Nord avec des artisans rencontrés à Bruxelles, en Wallonie et en Flandre, et l'autre au Sud avec des artisans rencontrés au Pérou. Nous regarderons quelles sont **les similitudes et les différences** entre les artisans du Nord et ceux du Sud, dans le contexte mondial de l'artisanat.

Nous analyserons les atouts et les freins qui favorisent ou ralentissent le développement d'un artisanat permettant aux artisans de **vivre dignement de leur travail**. Nous en tirerons des éléments nécessaires pour mieux comprendre les défis qui se posent aux organisations de commerce équitable, comme Oxfam-Magasins du monde, pour soutenir l'artisanat.

Enfin, nous proposerons quelques réflexions pour **valoriser le travail artisanal**, ainsi que pour accroître et faciliter le dialogue entre artisans du Nord et du Sud.

Introduction

Cette étude n'est ni une étude exhaustive ni une étude statistique sur l'activité artisanale et les artisans, mais plutôt une étude sur leurs **conditions de vie et de travail** et la possibilité pour eux de développer une **activité économique** qui leur permette de **vivre dignement** de leur travail.

Nous nous baserons sur quelques exemples d'artisans belges et péruviens, choisis dans le cadre d'un projet d'échange Nord-Sud qui a eu lieu en juillet 2008 entre la Belgique et le Pérou, à l'initiative d'Oxfam-Magasins du monde. Nous avons réalisé des interviews sur le lieu de travail des artisans ou lors de salons qui leurs sont dédiés.

Les artisans que nous avons rencontrés en Belgique, dans leur atelier ou lors de foires et salons, sont situés à Bruxelles, en Wallonie et en Flandre et n'appartiennent pas au commerce équitable ni à l'économie sociale. On peut dire qu'ils font partie du secteur conventionnel. Ils ont été choisis de manière à avoir une représentation homme/femme équilibrée, et un éventail de disciplines différentes (ébénisterie, céramique, bijoux, textile, instrument de musique) susceptibles de trouver leur équivalent au Sud. Enfin le choix s'est fait également sur base d'opportunités : contacts préexistants ou géographiquement proches.

Les artisans que nous avons rencontrés au Pérou sont les membres associés de l'organisation de commerce équitable péruvienne Minka, partenaire d'Oxfam-Magasins du monde depuis 1986. Ils produisent des articles (bijoux, instrument de musique, céramique, textile), sur la base des critères du commerce équitable, pour l'exportation, mais aussi pour le commerce local (certains sont propriétaires d'un magasin dans la ville proche de leur atelier). Nous ne parlerons pas dans cette étude de l'artisanat d'art au Pérou, qui existe sûrement, car ce n'était pas l'objet de notre voyage en juillet 2008.

Dans le cadre de ce projet, nous avons porté une attention particulière au développement économique et à l'identité culturelle, mais nous ne développerons pas l'aspect historique de l'artisanat, comme pourraient le faire de façon très intéressante des historiens de l'art et de la culture. Nous resituerons l'artisanat dans l'histoire très brièvement lorsque nous aborderons le paragraphe sur le contexte mondial de l'artisanat.

LES CRITERES DU COMMERCE EQUITABLE ET LA RELATION DE PARTENARIAT, POUR OXFAM-MAGASINS DU MONDE ET LES PRODUCTEURS¹.

Ces critères sont basés sur des standards internationaux. Pour encourager l'évolution des groupes de producteurs vers une meilleure rencontre des critères, Oxfam-Magasins du monde a fait le choix de se baser sur des critères minimaux et des critères évolutifs, articulés autour de trois dimensions : le social, l'économie et l'environnement.

L'organisme qui achète les produits s'engage sur plusieurs plans :

Payer un prix *juste*, qui permet aux travailleurs de couvrir leurs coûts de production, de satisfaire leurs besoins fondamentaux et ceux de leur famille. Bref, un salaire décent pour une vie décente !

Préfinancer 50% à la commande, autrement dit payer la moitié avant de recevoir les produits commandés. Cela évite l'endettement du producteur et lui permet de s'organiser et de se développer plus sereinement.

Inscrire la relation commerciale *dans la durée*, de façon à sécuriser les organisations de producteurs et leurs investissements. Cela évite au producteur de voir son commerce s'effondrer, après avoir peut-être investi beaucoup au départ.

De son côté, l'organisation de producteurs s'engage elle aussi à plusieurs niveaux :

Promouvoir un développement économique et social pour ses membres et leur communauté.

Se structurer démocratiquement, c'est à dire que ses membres exercent un contrôle effectif sur sa gestion et l'utilisation des revenus liés au commerce équitable.

Produire dans le respect de l'environnement et de la santé

Appliquer les droits fondamentaux du travail

Définition de l'artisanat et des artisans

L'artisanat, tel que nous l'entendons, fait référence à un travail manuel, utilisant des techniques transmises souvent de génération en génération et des outils simples. L'artisanat est une production non standardisée, en quantité limitée, et pratiquée à l'échelle d'une famille, d'un groupe restreint ou d'un atelier.

Le secteur de l'artisanat recouvre des dimensions multiples : il peut relever du secteur informel, comme c'est souvent le cas dans les pays du Sud, mais il peut être mieux structuré par profession et métier comme c'est le cas au Nord, même si leur travail n'est pas reconnu à sa juste valeur par les consommateurs et les gouvernements. D'un point de vue économique, les données sont rares, il n'y a pas de statistiques facilement accessibles pour décrire le secteur tant au Nord qu'au Sud.

Il est difficile de trouver une définition précise de l'artisan qui convienne à tout le monde. Certains, **au Nord**, se définissent comme artisans tout court, ou bien encore comme artisans d'art, artisans d'art contemporain ou encore créateurs. La frontière entre ces différents termes est floue et relève parfois d'un positionnement délibéré de la part de la personne concernée pour être mieux reconnue.

¹ <http://www.omdm.be/Files/media/Commerceequitable/Partenaires/Critaires6juillet.pdf>

Les années 60-70, dans les pays du Nord, ont connu un regain de pratique de l'artisanat dans la population, où beaucoup se sont mis à « faire » quelque chose de manuel. On a alors, par exemple, vu apparaître dans les marchés d'artisanat des produits aux qualités très inégales. A l'heure actuelle, ceux qui se définissent comme artisans professionnels sont très attentifs à la définition que l'on met derrière ce terme. C'est peut-être pour cette raison qu'ils se rallient au terme d'artisan d'art pour se distinguer de l'artisan amateur, qui a déjà un revenu assuré par ailleurs (par lui-même ou par son conjoint), plus soucieux de développer un passe-temps pendant ses loisirs et de se faire plaisir avec un travail manuel que de trouver un revenu lui permettant de vivre.

L'artisan **au Sud** se définit comme artisan producteur. Il peut être un individu travaillant seul, faire partie d'un groupe d'artisans, d'une coopérative, ou d'une usine de travailleurs manuels ne maîtrisant qu'une partie de la filière de production, comme par exemple pour des T-shirt brodés à la main. Cela peut donc aller du travail manuel individuel à partir de ressources locales, au travail semi-industriel dans une chaîne de production plus complexe.

Dans le Sud, l'artisanat souvent relégué au secteur informel touche principalement les femmes, pour qui l'artisanat est un espoir de revenus complémentaires indispensables, et une population vivant souvent dans une grande pauvreté.

Contexte mondial, crise de l'artisanat

L'artisanat existe dans tous les pays et fait partie de notre histoire. De tout temps des hommes et des femmes ont façonné, taillé, tissé, sculpté des objets utilitaires et quotidiens. Dans les sociétés traditionnelles, les objets avaient une fonction sociale, sacrée ou religieuse (par exemple, les tissus pour envelopper les morts). Ils étaient des marqueurs d'identité et des vecteurs de communication. A ces époques anciennes, les populations ne distinguaient pas ce qui relevait de l'art (esthétisme, objet émotionnel) de l'utilitaire. Les produits artisanaux étaient « un » et ils remplissaient diverses fonctions.

Aujourd'hui, l'objet artisanal peut encore être un objet utilitaire, mais il est aussi devenu un objet de décoration, d'ornementation. Il peut donc recouvrir la notion d'esthétisme, de beauté, raison pour laquelle on le désigne par artisanat (artisanat d'art)

L'évolution des styles et des motifs et la recherche de nouveaux designs ne date pas d'aujourd'hui. Les échanges commerciaux et culturels avec les premiers explorateurs ont poussé les artisans à adapter leur art et leur production pour de nouveaux marchés. Ils ont profité de ces échanges pour développer de nouveaux designs.

Enfin, l'industrialisation aux 18^{ème} et 19^{ème} siècles a apporté de grands bouleversements dans la production artisanale, avec l'introduction des machines et la production de masse. L'arrivée sur les marchés de produits industriels à bas prix a mis à mal les marchés de production artisanale². C'est l'une des causes de la crise mondiale de l'artisanat.

Les artisans sont tributaires d'un marché international concurrentiel, peu régulé. Or, le secteur de l'artisanat n'est pas représenté dans les grandes instances décisionnelles pour défendre les droits des producteurs/artisans. Il existe bien au Sud des fédérations d'artisans, mais elles ne représentent que partiellement le secteur.

Heureusement, des organisations européennes et internationales de commerce équitable, comme IFAT (the World Fair Trade Organization)³ et EFTA (the European Fair Trade Association)⁴ regroupent des

² « L'artisanat du commerce équitable. Vecteur de développement adapté aux producteurs marginalisés".
Oxfam-Magasins du monde, 2006

³ IFAT : www.ifat.org

⁴ EFTA : www.european-fair-trade-association.org

producteurs, des importateurs et des magasins pour assurer la promotion, le suivi, le contrôle et le lobbying politique dans l'intérêt des petits producteurs d'artisanat.

Le commerce équitable n'échappe pas au constat de crise mondiale de l'artisanat, car il est directement orienté vers les marchés d'exportation. L'artisanat de commerce équitable fait appel à des produits très diversifiés, de qualité inégale, fabriqués dans des ateliers de statuts très divers dont la capacité de production est limitée. Par ailleurs, il faut savoir que du point de vue des marchés, la part des produits artisanaux du commerce équitable dans le commerce de gros conventionnel ne représente que 0,003% (en 2006).

Il n'y a pas encore, pour l'artisanat, de labellisation ou de certification externe, comme c'est le cas pour les produits alimentaires du commerce équitable. De plus, la vente se fait dans des magasins spécialisés qui rencontrent de graves problèmes économiques. Pourtant certaines organisations occidentales de commerce équitable spécialisées dans l'artisanat se portent bien. Si le commerce équitable connaît un réel succès, il est aussi confronté à une double crise : crise de croissance et crise structurelle. Une meilleure coordination entre les acteurs, la certification d'organisations de commerce équitable dans les pays du Sud et l'appui des pouvoirs publics pourraient apporter des solutions à la crise mondiale de l'artisanat du commerce équitable. Nous ne développerons pas ici ces thématiques qui sont largement abordées dans des études récentes.^{5,6}

Qu'est-ce qui distingue la production artisanale de la production industrielle ?

La production artisanale offre des produits répondant à une diversité culturelle et des produits représentatifs de la créativité des artisans et de leur savoir-faire. Elle se pratique à la main, à l'aide d'outils simples bien souvent. **La production industrielle**, elle, est basée sur une production de masse, où l'uniformisation et la standardisation tendent à réduire la diversité.

Pourtant les artisans du Sud qui s'appuient sur leur savoir-faire pour améliorer leurs revenus et conditions de vie réalisent des productions en série. Jusqu'où peut-on dire qu'une production en série reste artisanale ? La grande différence avec la production industrielle repose sur le fait que ces artisans sont les créateurs des pièces qu'ils reproduisent et qu'ils restent maîtres, le plus souvent mais pas toujours, du processus de production. La production est parfois délocalisée mais reste, la plupart du temps, proche du lieu de vie de ces artisans.

A l'heure actuelle, de nombreux habitants vivant dans les pays en développement sont exclus de l'industrialisation et dépendent beaucoup de leur savoir-faire artisanal, hérité de leurs ancêtres, pour subvenir à leurs besoins. Malheureusement pour eux, ce savoir-faire traditionnel est fortement mis à mal du fait de la concurrence avec des productions industrielles bon marché, des contrefaçons ou l'appropriation abusive sous forme de brevet de réalisations artisanales traditionnelles.

Citons pour exemple, le cas des paniers en sisal et celui des tissus de coton en Afrique : « Des activistes kenyans luttent pour conserver des lignes culturelles qui ont été développées en Afrique orientale mais sont en train d'être brevetées par des compagnies dans des pays riches. Après avoir perdu la marque déposée du panier kiondo en faveur du Japon, le motif du tissu populaire kikoi est

⁵ « Le commerce équitable en 2008 ». Samuel Poos. Fair trade Centre – Coopération technique belge, août 2008.

⁶ « Commerce équitable d'artisanat. Quels outils pour développer le secteur ? », 2008. Rapport final d'une recherche action de SAW-B

actuellement menacé d'être breveté par une firme britannique. (...) Si cela devait être accordé, la firme jouira d'un monopole sur la commercialisation des produits kikoi »⁷

Nous évoquerons, à la fin de l'étude, dans les pistes de réflexion pour soutenir le travail artisanal, le lien avec les formes de protection de la propriété intellectuelle applicables aux expressions culturelles traditionnelles dont font partie les produits d'artisanat. Cette question est défendue par l'Organisation Mondiale de la propriété Intellectuelle⁸.

Dans l'artisanat, la valeur ajoutée du travail apportée par la main de l'homme est primordiale. En Belgique, les artisans que nous avons rencontrés travaillent sur des pièces uniques ou reproduites en petit nombre. Au Pérou, l'artisanat pratiqué chez les artisans que nous avons rencontrés, s'appuie sur une production assez importante d'objets souvent identiques et en quantité suffisante pour pouvoir répondre à un marché touristique, soit local soit d'exportation, mais où chaque objet est passé plusieurs fois entre les mains de l'artisan. Les artisans du Sud dépendent plus de marchés non conventionnels, comme le commerce équitable, s'ils veulent continuer à produire ce qu'ils savent faire tout en restant dans leur région d'origine et éviter ainsi un exode rural souvent dramatique pour les familles.

QUELQUES CARACTERISTIQUES DE LA PRODUCTION ARTISANALE	QUELQUES CARACTERISTIQUES DE LA PRODUCTION INDUSTRIELLE
- Pièces uniques ou en petit nombre	- Production de masse
- Créativité et transmission des savoir-faire hérités des ancêtres	- Création mais aussi copies et contrefaçons
- Diversité culturelle	- Uniformisation, standardisation
- Temps de travail important pour chaque pièce	- Appel à technologies industrielles pour une meilleure rentabilité
- Le plus souvent, maîtrise de l'ensemble du processus	- Travail à la chaîne et segmenté
- Proche du lieu de vie	- Délocalisation possible
- Capital humain, bénéfices faibles	- Capital financier, bénéfices élevés
- Prix élevé	- Bon marché

⁷ Voir l'article « *Les Africains de l'Est pourraient être dépossédés du Kikoi* », sur http://ipsinternational.org/fr/_note.asp?idnews=3592

⁸ OMPI : <http://www.wipo.int/about-wipo/fr/what/>

Etude de cas en Belgique

QUELQUES CARACTERISTIQUES

Les artisans que nous avons rencontrés en Belgique s'inscrivent pour la plupart dans l'artisanat d'art ou la restauration.

L'artisanat d'art a une dimension artistique et manuelle forte, utilisant peu de machines sophistiquées, et produisant souvent du sur mesure. Pour certains artisans, c'est le volet restauration ou réparation, en plus du volet création, qui leur permet de vivre. Même dans ce domaine, ce qu'ils réalisent pour le consommateur comporte une forte valeur symbolique et n'est donc pas en concurrence avec une production industrielle ou semi-industrielle.

Les artisans en Belgique travaillent dans une chaîne économique dont ils gèrent pratiquement l'ensemble des étapes (toutes sauf celle des matières premières, comme nous le verrons plus loin). Cette maîtrise du processus de production leur permet d'apporter au consommateur une garantie de qualité, et bien souvent d'origine, par rapport à un produit manufacturé industriellement. Quand ils en ont la possibilité technique, ils aiment signer leurs pièces.

L'ensemble des artisans est caractérisé par une grande diversité des métiers. Nous avons rencontré des céramistes, des créateurs de bijoux, un designer textile, un luthier, un ébéniste, une créatrice de vitraux, des tisserandes. Nous avons par ailleurs recueilli des informations utiles, par l'intermédiaire d'organisations chargées de la promotion des métiers d'art, sur d'autres artisans en Flandre, en Wallonie et à Bruxelles dans des disciplines variées telles que la sculpture (bois, pierre, terre, métal), la ferronnerie d'art, le bois, la céramique et la porcelaine, le vitrail, les bijoux.

Il existe un certain nombre de formations accessible aux artisans d'art dans des écoles spécialisées ou des académies, en cours du soir ou de jour.

Il n'y a pas, en Belgique, de reconnaissance légale du statut d'artisan d'art. Ils appartiennent à la famille des indépendants.

LES ARTISANS BELGES, QUI SONT-ILS ?

Artisans, producteurs, créateurs

L'artisanat en Belgique n'est pas un secteur réservé aux femmes et, quelle que soit la discipline pratiquée, on rencontre aussi bien des hommes que des femmes.

Les artisans pratiquent leur métier, pour certains depuis l'âge de 15 ans, la plupart par choix délibéré, d'autres parce qu'ils ont baigné dedans depuis leur enfance ou de par leur entourage familial. Certains ont repris une affaire familiale et cela leur plait.

Pour d'autres, il s'agit d'une reconversion délibérée pour aller vers un métier plus créatif, basé sur un savoir-faire manuel et pour être au contact du public.

Les artisans travaillent dans un circuit court de production, certains avec succès d'autres avec plus de difficultés pour la partie commerciale. Ils peuvent vendre le fruit de leur travail soit directement au consommateur, quand ils ont un magasin, soit lors de salons et foires centrés sur l'artisanat.



Dominique, ébéniste, travaille dans son atelier, mais il est aussi responsable de la partie commerciale

Contrairement aux artisans rencontrés au Pérou, ils ne passent pas par un intermédiaire, revendeur ou distributeur de leurs produits.

Pour presque tous, c'est leur activité principale. Si la création est bien leur premier souhait, ils sont obligés de la compléter par du travail de restauration ou de réparation pour en vivre. Beaucoup trouvent qu'il est important de diversifier leur production. Certains animent des ateliers pour enfants et adultes, ou encore sont enseignants dans des écoles d'art et des académies.

La situation géographique joue pour beaucoup dans les possibilités de diversification qui s'offrent aux artisans.

Dominique est ébéniste, il travaille dans son atelier, mais il est aussi responsable de la partie commerciale. Il a investi dans un magasin de meubles. Il fabrique des meubles sur mesure et fait de la restauration de meubles. Il fait ce métier depuis 20 ans. Dans ses études techniques il a tout de suite été attiré par le bois. Il a une formation de sculpteur et il a créé sa société. C'est son activité principale. Il travaille avec un associé, deux indépendants en sous-traitance pour la restauration et l'ébénisterie, et un apprenti.



Magali est créatrice et restauratrice de vitraux

Magali est artisan verrier. Elle est créatrice et restauratrice de vitraux. Elle a appris le métier en 2005 et a repris il y a un an un atelier bien connu, créé quarante ans auparavant. Elle avait envie de changer de métier. Elle travaille comme indépendante et assure la gestion et le suivi des clients. Dans l'atelier, elle travaille avec une apprentie et trois autres artisans verriers.

Thomas est luthier. Il fabrique des violons, et des violoncelles. Il dessine ses instruments, sculpte le bois, assemble les différentes pièces, colle et vernit. Il fait aussi les réglages et assure le suivi des instruments qu'il a

créés. Depuis l'âge de 10 ans, inspiré par l'atelier de son père qui était sculpteur, il aime travailler avec ses mains. Il est installé à son compte depuis 1991. Il s'agit de son activité principale, il y consacre énormément d'heures de travail mais toujours avec passion. Il travaille seul car il lui est difficile de rémunérer plus d'une personne.

Philippe est créateur de bijoux. Il fait ce métier depuis 30 ans et il va arrêter très bientôt pour se consacrer à la peinture, son autre passion qui lui procure des revenus. Son grand père faisait déjà le métier d'artisan créateur de bijoux et il a été baigné dedans depuis l'âge de 6 ans. A l'âge de 21 ans, il a travaillé dans un atelier et ce pendant trois ans, puis il a voyagé longtemps au Mexique. Il a ensuite repris l'atelier actuel qui est aussi un magasin. C'est la réparation de bijoux qui le fait vivre alors que la création est un appoint, mais il aimerait pouvoir ne faire que de la création. Son successeur sera plutôt joaillier, plus « haut de gamme ». Lui a toujours voulu que ses créations soient d'un coût abordable. Il travaille seul. Avant il employait un ouvrier mais les charges étaient trop lourdes pour maintenir l'emploi.

Bernadette est céramiste. Elle fait de la céramique depuis 40 ans, des pièces utilitaires et décoratives en peu d'exemplaires, et des sculptures en terre. Elle a eu l'occasion d'animer pendant plusieurs années des ateliers de céramique pour enfants et adultes, ce qui lui a beaucoup plu. Elle travaille seule chez elle et ne peut pas dire qu'elle vit de son art mais elle le pratique avec beaucoup d'engagement.

Motivation



Bernadette est céramiste depuis 40 ans

Lorsque l'on pose la question aux artisans sur leur motivation à pratiquer leur métier, tous nous répondent qu'ils trouvent beaucoup de plaisir à le faire. C'est réellement un choix personnel. Leurs motivations principales sont de pratiquer un métier où l'on fait soi-même quelque chose de A à Z, et où la part de créativité est importante. C'est aussi la satisfaction de créer quelque chose de spécial, quelque chose de beau et d'utile. Ce qui leur plaît le plus c'est d'être au contact de la matière, de faire un travail manuel, de décider eux-mêmes de ce qu'ils vont faire, bref d'en voir l'aboutissement jusqu'au client final. La diversité des tâches, de la conception à la réalisation et la vente, sont une part importante de leur satisfaction. Le contact avec le public est aussi un élément très important pour eux.

Tous disent qu'il existe une clientèle qui recherche des produits uniques, non standardisés, ayant une dimension artistique. Certains consommateurs recherchent des produits utilitaires qui soient beaux. Ils sont aussi à la recherche d'une dimension humaine et d'un contact avec l'artisan. Ils apprécient leur savoir-faire et cela procure aux artisans une grande satisfaction.

Comment voient-ils leur rôle dans la société ? Impacts économiques, sociaux, environnementaux

Le premier impact social évident pour les artisans est de créer leur emploi et un emploi qui les satisfasse pleinement, dans lequel ils se sentent bien, même s'ils sont impliqués dans une production de niche. Certains, dans les ateliers de deux ou trois personnes, sont également fiers de créer d'autres emplois que le leur.

Les artisans interrogés trouvent qu'ils participent à créer du beau, à faire plaisir aux gens. Ils disent contribuer également à maintenir un patrimoine, à permettre une conservation de beaux objets pour les générations futures, à transmettre une tradition des savoir-faire. Pour la clientèle locale ou du quartier, ils sont un point de contact, de proximité. Ils attachent beaucoup d'importance à parler avec leurs clients, à créer du lien social.

Magali, artisan verrier, considère qu'elle permet de maintenir et faire revivre un patrimoine. Elle permet de le conserver et de le transmettre. Elle est fière de faire quelque chose de beau, même si elle reconnaît que ça reste cher. En reprenant l'atelier, elle permettrait aussi de maintenir des emplois, c'est une réelle satisfaction pour elle.

Dominique, ébéniste, dit aussi qu'il participe à maintenir un patrimoine. Il existe des traditions à travers les meubles. Il existe par exemple des meubles signés, ce qu'il découvre lors de la restauration et que le client ignore parfois. Il y a une histoire derrière le meuble pour celui qui l'a fabriqué, et pour celui chez qui le meuble a vécu.

Pour **Thomas**, luthier, la musique en elle-même est un facteur socialisant. Elle traverse les frontières et permet à des femmes et des hommes de se rencontrer, c'est un langage. Donc, en fabriquant des instruments de musique il encourage et facilite ce phénomène. Il maintient la possibilité de produire quelque chose de noble, il agit pour la conservation des instruments pour qu'ils passent de génération en génération et pour qu'ils durent.

La plupart des artisans rencontrés pensent que leur métier n'a pas d'impact sur l'environnement. Pour eux, la production est très peu polluante, du fait qu'ils travaillent des matériaux naturels et à la main. Ils ont le souci de recycler leurs déchets. Certains évoquent parfois l'impact du transport en raison de la consommation d'énergie.

Par contre, pour tout ce qui est en amont de la production ils n'ont pas beaucoup d'information. La plupart s'adressent à des intermédiaires pour acheter leurs matières premières (bois, métal) et n'obtiennent que peu d'éléments sur leur origine (ou ne les ont pas demandés). Un seul a abordé la question du changement climatique qui pourrait avoir un impact sur la disponibilité et le changement de qualité des matières premières (bois).

Thomas, luthier, est sensible aux questions d'environnement. Voilà ce qu'il en dit : « Au niveau de la quantité de bois utilisé pour la fabrication d'un violon, l'impact est très restreint. Pour sa fabrication, dans les règles de l'art comme je le fais, on choisit des arbres qui ont poussé lentement et au minimum âgé de 150 ans. Il faut savoir qu'un violon a, en moyenne, une durée de vie de 100 ans pouvant aller jusqu'à 300 ans et, s'il est bien entretenu et soigné, il peut se transmettre sur plusieurs générations. C'est vrai qu'on n'a pas toujours pensé à gérer les forêts de façon à les renouveler à temps et avec qualité pour les futures générations de luthiers, mais je crois que maintenant on y porte plus d'attention. L'épicéa, par exemple, provient de forêts bien entretenues. Mais je pense qu'avec le changement climatique, la pousse et la qualité du bois vont certainement changer. De quel bois disposeront nos successeurs ? »

IMPACTS ECONOMIQUES, SOCIAUX, CULTURELS ET ENVIRONNEMENTAUX DE L'ARTISANAT EN BELGIQUE :

- création de son propre emploi
- créé du beau, du poétique, faire plaisir
- maintien du patrimoine, réparation, restauration, conservation, faire durer les oeuvres
- lien social et de proximité
- matières premières renouvelables
- peu d'énergie (outils simples)
- peu de déchets

SECTEUR DE L'ARTISANAT/ ORGANISATIONS/ STRUCTURES

Si certains des artisans rencontrés ne font pas partie d'une association, soit parce qu'ils n'en voient pas la nécessité soit par manque de temps, d'autres ont choisi de devenir membres de **structures** associatives chargées de la promotion de l'artisanat.

Ils ressentent en général l'utilité de partager ou de se regrouper, surtout au début, pour mieux se faire connaître.

Concernant les **formations**, certains artisans se sont formés sur le tas, ou bien ont acquis de l'expérience grâce à la transmission des savoirs par leurs parents ou grands-parents. D'autres ont suivi des formations spécifiques, techniques ou artistiques, en Belgique ou à l'étranger.

Pour **Bernadette**, céramiste, attirée par le travail de la terre, c'est à la suite d'un stage en France dans une région de potiers, qu'elle a décidé de se lancer dans une formation de céramiste en Belgique (graduat).

Thomas, luthier, a suivi un enseignement professionnel de lutherie à Crémone en Italie, puis en Allemagne, comme compagnon, avec des gens du monde entier, ce qui lui a apporté beaucoup d'ouverture.

La maison de l'artisanat, à Marecret, regroupe les artisans du village de Marecret et de la région. Au total l'association compte une trentaine d'artisans (céramique, bijoux en dinanderie, sculpture bois et céramique, sculpture sur pierre, sculpture en pierre et métal, tissage, enluminure, peinture) qui adhèrent à la charte de la maison. Cette maison organise des événements (expositions, marchés, fêtes artisanales, ateliers, classes rurales, excursions et activités pour groupes) pour valoriser les créations et le savoir-faire des artisans et artistes de la Haute Meuse et d'ailleurs. C'est un soutien très important pour les artisans de ce petit village rural.

Le Centre régional de l'artisanat Famenne-Condruz « **La Spirale** »⁹, à Natoye, est une association qui s'attache, entre autres activités, à développer une action de diffusion, d'information et de formation touristique et culturelle, à gérer, développer, promouvoir et diffuser le "Chemin des artistes et artisans en Famenne - Condruz", à établir une dynamique entre les artisans et artistes de la région Famenne-Condruz et avoir une action de diffusion de leur démarche créative. Des expositions sont organisées tout au long de l'année et les visiteurs peuvent rencontrer, sur rendez-vous, les artisans dans leur atelier.

« **La Vitrine de l'Artisan** »¹⁰ est un projet de valorisation des métiers dits artisanaux. Le but de l'opération, portée par l'asbl Besace STL, basée à Liège, est de promouvoir au sens large du terme et prioritairement auprès des jeunes, l'artisanat dans nos régions, le rôle des artisans, et de susciter de nouvelles vocations à travers la mise en évidence du dynamisme de plusieurs d'entre eux. Pour ce faire, les organisateurs mettent en valeur une dizaine d'artisans qui représentent le mieux un exemple de réussite tant du point de vue de la qualité du produit proposé que de son management et de l'apport économique qu'il dégage. Ils organisent pour cela un concours qui donne une bonne visibilité aux artisans sélectionnés.

⁹ La Spirale asbl : www.laspirale.be

¹⁰ La Vitrine de l'artisan : <http://users.skynet.be/fa859926/projet.htm>

Le **World Craft Council**-Belgique (WCC-BF)¹¹ est une association qui travaille en étroite relation avec le WCC-Europe, au sein de la structure mondiale du World Crafts Council (Conseil Mondial des Métiers d'Art), organisation non gouvernementale reconnue par l'UNESCO, dont les buts sont la promotion de l'Artisanat de création, l'amélioration des conditions de vie des créateurs et l'information.

Le WCC-BF assure la promotion des arts appliqués, développe un esprit de recherche contemporain, est le porte-parole des créateurs auprès des instances culturelles, des pouvoirs publics, des médias et du public. Le WCC-BF organise des expositions, des conférences, des séminaires, des formations, des voyages d'étude et participe à des foires internationales, des concours, des symposiums, des salons.

PRODUCTION ARTISANALE

Organisation de la production : atelier, outils, techniques

La plupart des artisans travaillent seuls ou avec deux à trois personnes.

Leur atelier est aménagé selon leurs besoins, soit à côté ou à l'arrière du magasin, quand ils en ont un, ou encore dans leur maison.

Ils travaillent principalement avec de petits outils manuels, mais possèdent parfois des machines électriques. Ils font preuve d'une grande ingéniosité pour créer eux-mêmes leurs outils ou recycler des outils anciens.

Les techniques utilisées sont bien souvent les mêmes qu'il y a des siècles.

Magali, artisan verrier, utilise une roulette pour couper le verre, un couteau à plomb et des clous, des crayons, lattes et ciseaux pour la partie dessin, et un vieux pétrin de boulanger pour faire le mastic.

Dominique, ébéniste utilise des petits outils comme les gouges, les varlopes, mais aussi de plus grosses machines électriques polyvalentes qui sont indispensables pour scier ou raboter le bois.

Matières premières

Les matières premières sont souvent des matières premières naturelles, renouvelables (bois, verre, fils de coton, laine, lin, terre) qu'ils utilisent avec parcimonie. Les artisans ont peu d'emprise sur les matières premières (lieu d'origine, conditions d'extraction, prix,...). Ils les achètent à des intermédiaires qui eux-mêmes se fournissent sur des marchés internationaux plutôt que locaux.

Thomas, luthier, utilise du bois d'érable (le meilleur vient des Balkans), du sycomore venant de régions européennes montagneuses de moyenne altitude, de l'épicéa venant d'Italie (Alpes, Dolomites) et un peu d'ébène venant d'Afrique, pour les touches du violon (on ne trouve plus d'ébène venant de Madagascar ou de l'île Maurice, réputé pour sa très bonne qualité). En lutherie on utilise peu de bois exotiques (sauf pour les chevilles mais ce sont de très petites pièces).

Les archets sont en bois de pernambouc (Brésil). Le pernambouc est un arbre qui pousse assez bien, en association avec des cacaoyers car il leur donne l'ombre dont ils ont besoin, mais qui est menacé de disparition du fait de la déforestation et de la surexploitation comme bois exotique. Le problème, ce ne sont pas tant les quantités qu'utilisent les archetiers, mais bien la déforestation à grande échelle et sans contrôle. Les archetiers sont confrontés à de grandes restrictions. En effet, depuis quelques années la coupe du bois de pernambouc (bois rouge servant exclusivement à la fabrication d'archets traditionnels) est strictement réglementée (annexe II de la convention

¹¹ World Craft Council Belgique : <http://www.wcc-bf.org/>

internationale CITES). Les archetiers ont été très innovants et proactifs en lançant un projet en 1994 de sélection et replantage de pernambouc, l'IPCI (International Pernambuco Conservation Initiative¹²). Cette initiative constitue le premier exemple de mise en œuvre d'une action par



Thomas est luthier. Il dessine ses instruments, sculpte le bois, assemble les différentes pièces, colle et vernit.

laquelle une profession relevant des métiers d'art s'organise, à l'échelle mondiale, pour apporter des réponses appropriées à la question de ses approvisionnements futurs en matière d'œuvre, ainsi qu'à celle de la conservation de la ressource qu'elle utilise. Les archetiers se préoccupent ainsi très concrètement du fait que les générations futures d'archetiers puissent encore trouver, dans 40 à 50 ans, du bois de pernambouc.

Etats-Unis. Le meilleur acajou, nous dit-il, est celui qui vient de Cuba mais il est très rare dans la restauration. En restauration, il est contraint d'utiliser des essences rares pour rester fidèle à l'original, et en général les quantités nécessaires sont minimales.

Philippe, créateur de bijoux, utilise de l'argent provenant du Mexique et d'Amérique latine à 925 millièmes, du laiton (alliage de plusieurs métaux) et de l'or provenant d'Afrique et de Russie.

Bernadette, céramiste, emploie des mélanges préparés à partir de terre venant de Belgique et de pays voisins. Ce sont des terres prêtes à l'emploi.

Magali, artisan verrier, utilise du verre, du plomb et du mastic. Le plomb vient de Belgique. Le verre est en feuille teintée dans la masse. En Belgique, on trouve surtout du verre industriel tandis que les verres fabriqués de manière artisanale viennent de France, Allemagne et Italie. Les Etats-Unis fabriquent principalement des verres opalescents. Le coût du verre augmente beaucoup à cause de l'augmentation des prix de l'énergie. Son atelier a la chance de posséder beaucoup de verres anciens dans sa réserve (plus de 650 références). Pour cette raison, de nombreux clients viennent souvent chez eux.

Savoir-faire

Presque tous les artisans belges que nous avons interrogés, dont l'art se pratique depuis très longtemps, pensent que les manières de faire n'ont pas beaucoup changé.

Pour la plupart d'entre eux, il n'y a pas de traditions particulières en Belgique dans leur art, sauf dans des disciplines très spécifiques telles que le vitrail, la dinanderie ou le tissage.

Ils aiment plutôt parler d'un style qui leur est propre. Pour eux un artisan doit créer son style, avoir sa personnalité.

Michèle, designer textile, nous rappelle qu'il y a eu une grande tradition d'industries textiles en Europe. Elles étaient surtout situées en Flandre et en Italie. La Belgique était spécialisée dans la production de draps de laine (laine qui venait d'Angleterre) et de toiles de lin.

¹² <http://www.ipci-comurnat.org/>

Magali précise que le métier d'artisan verrier existe depuis le Moyen-âge. Les techniques sont pratiquement identiques depuis cette époque.

Pour **Bernadette**, la poterie est une activité très ancienne, qu'elle soit artistique ou utilitaire. Avant l'arrivée du plastique, beaucoup d'ustensiles étaient en terre et on pouvait même produire en série. Aujourd'hui, les produits en terre sont souvent des pièces uniques ou en très petites séries.

La tradition céramique, contrairement à d'autres pays, n'est pas mise en valeur en Belgique. Elle n'est par exemple pas enseignée dès le plus jeune âge, comme cela se pratique dans les pays anglo-saxons. C'est parce que les consommateurs ne connaissent pas bien la céramique qu'ils ne savent pas toujours apprécier les pièces. Pourtant il existe des marchés de potiers et d'artisans très réputés en Belgique (en Flandre à Anvers et dans le Limbourg, et en Wallonie à Andenne).

COMMERCIALISATION ET PROMOTION

On constate de grandes différences entre les artisans. Certains, surtout en Flandre et à Bruxelles (design et art contemporain), sont assez confiants et ont réussi à se créer une clientèle fidèle qui apprécie leurs produits. Ils font aussi le nécessaire pour se faire connaître, trouver leur créneau, leur niche. Ils savent qu'il y a une demande de la part des consommateurs pour des articles porteurs de savoir-faire et qui se démarquent d'une production standardisée.

Ils sont souvent obligés de compléter l'activité créative par de la restauration ou de la réparation (bijoux, meubles, vitraux, instruments de musique) pour pouvoir s'en sortir économiquement.

Pour d'autres, ce n'est pas toujours facile de se faire connaître et de vendre leur production. Heureusement, certaines organisations soutiennent le travail artisanal et le font connaître : Design Vlaanderen¹³, World Craft Council Belgique, l'Entente interprovinciale des Métiers d'Art de Wallonie¹⁴, Artelier vzw¹⁵, etc.

Leurs clients sont des particuliers, des gens du quartier, du village, de la région ou d'ailleurs. Il s'agit d'une clientèle à revenu moyen à élevé (surtout parmi ceux qui s'intéressent à la restauration) qui est attirée par le bouche à oreille ou par des événements tels que : les journées portes ouvertes, les Journées des artisans, les parcours Découverte entreprises, les Journées du patrimoine, les salons ArtisanArt à Bruxelles, et ArtisanArt en Wallonie, les foires spécialisées (céramique à Anvers, Andenne,...), les Week-ends chez l'artisan d'art, etc.

En Belgique, les clients viennent du monde entier à Bruxelles, mais aussi dans les régions de Flandre et Wallonie bien organisées pour l'accueil des touristes.

¹³ Design Vlaanderen : <http://www.designvlaanderen.be/>

¹⁴ Entente interprovinciale des Métiers d'Art de Wallonie : www.metiersdart-wallonie.be

¹⁵ Artelier vzw. Contemporary crafts in Belgium, 2009. Répertoire de 400 ateliers à Bruxelles, en Flandre et Wallonie. www.artelier.be

INTERET DES ARTISANS DU NORD POUR CEUX DU SUD : TEMOIGNAGES

Nous avons recueilli, au cours de nos visites d'artisans en Belgique, quelques témoignages destinés aux artisans du Pérou que nous devions rencontrer après.

Il nous semblait intéressant de connaître la vision des artisans belges envers leurs homologues péruviens. En voici quelques uns :

« J'aimerais leur dire qu'ils continuent à promouvoir leur artisanat, à le transmettre ». Dominique.

« Je crois que j'apprendrais plus d'eux que moi je ne leur apprendrais quelque chose. Pas tant en terme de métier mais plutôt en terme de simplicité dans la création. Pour avoir souvent voyagé et même vécu au Mexique, je trouve que la créativité dans ces pays est très riche et sensible. C'est plus simple et ils sont plus proches d'une inspiration de la nature.

Par contre je trouve qu'ils copient, ils imitent de plus en plus pour faire comme les Thaïlandais, pour vendre plus sans doute. Mais avec ça ils vont perdre leurs traditions et leurs spécificités ». Philippe.

« J'aimerais les rencontrer. J'aimerais leur dire qu'ils s'accrochent à faire du beau ». Magali.

« J'aimerais leur dire qu'ils gardent leurs traditions. Ne pas faire des choses anonymes et identiques partout dans leur pays, pour les touristes. Que chacun garde la possibilité de faire ce qu'il lui plait en termes de création, avec une identité propre.

J'ai voyagé au Pérou et je suis triste d'avoir vu des tissages identiques à différents endroits du pays, sur les routes empruntées par les touristes, alors que je sais qu'il y a des particularités propres à chaque région, notamment dans les tissages. Sur l'île de Taquilé, j'ai vu de très beaux tissages et aussi à Cuzco dans un musée ». Bernadette.

« D'abord j'aimerais découvrir ce qu'ils font. Ensuite, j'aimerais les motiver. C'est important d'encourager les gens à bien faire leur métier et à y croire. Il faut se battre pour maintenir les traditions du métier. Pas se décourager. Diversifier ses produits ». Jean-Pierre.

« Je suis curieuse de savoir où ils trouvent leur matières premières. Pourquoi ils choisissent l'une plutôt qu'une autre. Bref, comment ils font leur choix et pourquoi ils font ce choix-là : est-ce pour répondre à une demande, à une école ou bien un choix personnel ? Ont-ils envie d'aller plus loin ? Quelles responsabilités prennent-ils pour cela ? ». Anca.

« J'ai eu l'occasion de voyager plusieurs fois dans les pays d'Amérique du Sud, pour le travail notamment. Je suis respectueux de ce qu'ils font. Ils doivent être encouragés à être eux-mêmes, plus authentiques et non pas de simples revendeurs au service des multinationales ». Georges.

Etude de cas au Pérou

Les artisans que nous avons rencontrés au Pérou sont les membres associés avec lesquels l'organisation de commerce équitable péruvienne Minka travaille.

QUELQUES CARACTERISTIQUES

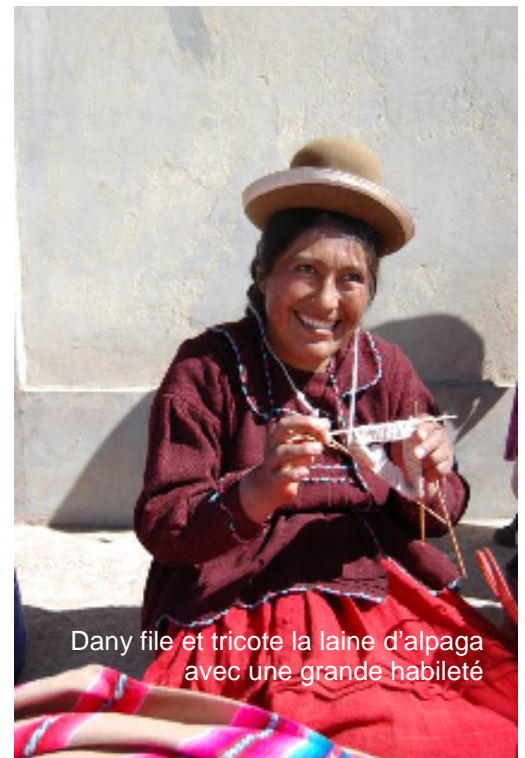
Généralement, le secteur de l'artisanat dans les pays du Sud relève du secteur informel. C'est un secteur qui utilise un capital financier faible, et produit des bénéfices peu élevés et irréguliers et qui fournit des stocks faibles. Il est peu reconnu et peu soutenu par les gouvernements. Par contre le capital humain et la part de l'homme dans la production sont élevés.

Les artisans produisent en s'inspirant de traditions pluri millénaires. Ils sont fiers de leur production.

Avec le commerce équitable, le secteur informel gagne en sécurité et le capital social peut se développer, avec de meilleurs liens de solidarité à l'échelle d'un groupe. Mais cette part reste faible au regard de leurs besoins.

LES ARTISANS PERUVIENS, QUI SONT-ILS ?

Au Pérou, l'artisanat est essentiellement exercé par des personnes pauvres, exclues de l'industrialisation et de la modernisation du pays. Il s'agit surtout de groupes de souche indienne. Les artisans péruviens que nous avons rencontrés, par l'intermédiaire de l'association Minka, vivent dans des réalités très différentes : ateliers familiaux en zone péri-urbaine à Lima, comités artisanaux dans l'altiplano où les conditions de vie sont rudes, ou encore comités artisanaux dans la vallée des Incas où les ressources agricoles sont plus abondantes, mais les revenus des familles non moins limités. Ils appartiennent à une population majoritairement marginalisée, défavorisée, exclue du système économique dominant et des préoccupations gouvernementales.



Dany file et tricote la laine d'alpaga avec une grande habileté

Dany est la présidente du comité artisanal de Corisuyo qui transforme la fibre d'alpaga. L'alpaga est un animal caractéristique du Pérou. Il appartient à la famille des camélidés comme le lama et la vigogne. Ce comité se situe à 3800m d'altitude, dans l'altiplano, au Sud des Andes péruviennes, non loin de la ville de Juliaca. C'est une zone rurale particulièrement pauvre, le sol est aride et les conditions climatiques dures : les températures peuvent passer de +30°C le jour en plein soleil à -10°C la nuit. Le froid est difficile à supporter à ces altitudes. Les communautés ne reçoivent aucun soutien de l'Etat dont les décisions ne tiennent pas compte des minorités qui vivent dans les zones rurales isolées. Les populations exclues de l'industrialisation et de la modernisation du pays vivent dans une situation économique difficile. Il n'y a ni eau courante, ni électricité dans leurs maisons. Tous vivent de l'agriculture, de l'élevage et de l'artisanat. Ils cultivent pour leur propre consommation ce que la terre veut bien leur donner : quelques céréales, dont le quinoa¹⁶, et des pommes de terre. Certaines familles élèvent des vaches et des moutons.

¹⁶ Le quinoa pousse depuis plus de 5000 ans au Pérou, en Bolivie et en Equateur, à plus de 3000 m d'altitude.

Les artisans ne portent pas les vêtements en laine d'alpaga qu'ils réalisent, du fait de la grande valeur commerciale de la laine. Ils gardent cette matière première précieuse pour réaliser des produits destinés entièrement à la vente, principalement pour les touristes.

Edison crée et réalise des bijoux en argent et en pierres semi-précieuses. Ses parents n'étaient pas bijoutiers. Il a fait des études en administration mais très vite l'artisanat l'a attiré et il aime créer et réaliser des bijoux. Son atelier est situé dans la banlieue nord de Lima. Dans son atelier familial, il travaille avec sa femme, qui s'occupe principalement de la partie administrative. Ses enfants et sa nièce l'aident quand il y a beaucoup de travail. Ses deux filles suivent des études supérieures.

Edison crée et réalise des bijoux en argent et en pierres semi-précieuses



Pablo est producteur d'instruments de musique typiquement péruviens : flûte de Pan, flûte quena, tambourin, etc. Pablo a une passion pour la musique. Il sait jouer de nombreux instruments. Son atelier se trouve dans la banlieue de Lima. Il y travaille en famille. S'il a trop de travail il demande à sa famille restée à Puno de l'aider. Il travaille avec son fils qui est à l'école de musique, sa femme, sa mère et belle-mère.

Hector est artisan et président du comité artisanal de la communauté agricole de Cuyo Chico, situé dans la vallée sacrée (la vallée où les Incas ont choisi de s'installer) à une heure de Pisac. Avec d'autres familles d'artisans, il se consacre à la transformation de l'argile pour réaliser différents objets décoratifs, comme des perles, des ocarinas, des crèches, destinés au marché local ou étranger. Il travaille dans une maison construite de leurs mains en briques de terre crues et adobe¹⁷, destinée aux ateliers et à l'accueil de visiteurs de l'association Minka. Quand ils reçoivent une grosse commande de Minka, ils se rassemblent tous pour se répartir le travail. Les familles d'artisans peuvent aussi réaliser certaines commandes à partir de chez eux. Ils ne reçoivent aucune aide du gouvernement. Le travail de la céramique n'est pas leur seule activité. Ils consacrent beaucoup de temps à l'agriculture et ont d'autres activités qui leur permettent de bénéficier de revenus complémentaires (construction, chauffeur de taxi, réparation automobile,...).

Macario, 35 ans, est membre du comité artisanal de la communauté de Cuyo Grande, comité composé de six familles. Il travaille avec un jeune qui l'aide à façonner et peindre des ocarinas en terre. Il vit dans ce village situé dans la vallée sacrée à 1h30 environ de Cuzco, avec sa femme, Julia, et ses trois enfants, Gladys 14 ans, Jonatan 9 ans et Omar 7 ans. Il vit principalement de l'agriculture et de l'artisanat. Ce qu'il cultive lui sert à nourrir sa famille. Macario est aussi chauffeur de taxi à Pisac et son épouse tient une petite épicerie juste à côté de sa maison, ce qui lui procure des revenus complémentaires. Quand les travaux des champs sont finis et qu'il y a peu de commandes en artisanat, il répare aussi des voitures.

¹⁷ Adobe : terme utilisé tant pour les céramiques que pour l'habitat. Il s'agit de terre liquide teinte puis séchée.

SECTEUR DE L'ARTISANAT/ ORGANISATIONS/ STRUCTURES

Le secteur de l'artisanat au Pérou produit de nombreux articles pour la vente aux touristes. Dans les cas où elle provient de producteurs isolés ou d'ateliers artisanaux locaux conventionnels, elle ne permet pas aux producteurs de vivre dignement du revenu de ces ventes. Les intermédiaires qui achètent la production aux artisans ne leur en offrent pas un prix suffisant pour couvrir le coût des matières premières et la main d'œuvre. Et s'ils viennent au moment de l'année où les récoltes agricoles sont épuisées, les familles n'ont pas d'autre choix que d'accepter les prix fixés par les intermédiaires.

Les organisations de commerce équitable, qui travaillent avec des groupes de producteurs organisés collectivement, apportent une réelle plus value aux producteurs d'artisanat. En plus de leur apporter des commandes régulières, un prix qui tient compte du coût des matières premières et de la main d'œuvre et un préfinancement des commandes, elles leur apportent un soutien et un accompagnement pour se former à la gestion, à la comptabilité, à la communication, au développement de produits et ainsi se sentir mieux armés pour négocier avec les intermédiaires. Ce souvent ces aspects, plus que le juste prix, que les partenaires d'Oxfam-Magasins du monde nous disent être les plus importants pour eux pour envisager plus sereinement l'avenir.

Au Pérou, nous avons connaissance de plusieurs associations de commerce équitable : Minka, la CIAP, Candela, Manos Amigas, membres d'IFAT¹⁸. ou Inti Raymi. La durée de notre voyage ne nous a pas permis de les rencontrer tous, c'est pourquoi nous ne présenterons que l'organisation Minka avec laquelle Oxfam-Magasins du monde travaille depuis 1986.

L'organisation **Minka**¹⁹ a été fondée en 1976, afin de contourner les intermédiaires commerciaux qui exploitaient les artisans et avaient pu se développer grâce à une forte demande des produits artisanaux péruviens dans les années '50. En langue quechua, le concept de la « minka » désigne une manière de vivre en communauté fondée sur l'entraide et l'échange de produits. Minka encourage des producteurs d'artisanat à maintenir les structures traditionnelles de la culture amérindienne, contribuant ainsi à freiner l'exode rural. Depuis 1976, elle travaille avec un réseau de producteurs à travers tout le Pérou. Elle aide les communautés excentrées à se fournir en matières premières, soutient la production, développe avec les artisans de nouveaux produits tout en respectant les savoir-faire et accompagne les producteurs, notamment pour l'amélioration de la qualité, une adaptation des produits aux préférences des marchés du Nord, un contrôle de qualité et un respect des délais. Elle participe à la recherche de débouchés pour l'exportation. Les bénéfices éventuels sont distribués aux groupes qui les utilisent pour des projets communautaires. Minka organise avec les groupes composés en grande majorité de femmes particulièrement pauvres, des programmes sociaux et des campagnes de sensibilisation. Actuellement, Minka travaille avec un réseau de 3000 producteurs organisés démocratiquement et vivant dans des conditions d'extrême pauvreté en milieu rural ou en zones péri-urbaines marginalisées. Au cours des dernières années, Minka a lancé d'autres projets pour améliorer les revenus des producteurs et productrices, parmi lesquels la fabrication d'huiles aromatiques, la commercialisation de variétés de céréales locales (quinoa, kañiwa, kiwicha) et le développement d'une activité de tourisme solidaire, incluant la visite des groupes de producteurs et de sites culturels importants. Sans le travail de Minka, beaucoup de producteurs et productrices auraient déjà dû quitter leurs terres et chercher du travail en ville.

Edison travaille seul avec sa femme. Il ne travaille pas avec d'autres artisans. La concurrence est forte et, au Pérou, les artisans, en dehors des communautés soutenues par des organisations telles que Minka, n'ont pas l'habitude de collaborer.

¹⁸ IFAT-Latino-America : <http://www.ifat-la.org/miembros.php>

¹⁹ Minka : www.minkafairtrade.com

Le comité artisanal où travaille **Hector** fait partie des douze communautés du district de Pisac,. Ce comité regroupe six familles. C'est le comité qui gère les commandes et cette structure permet d'aider les familles en cas de besoin. Ils ne reçoivent aucune aide du gouvernement, bien que celui-ci prenne en charge les infrastructures collectives comme les routes, les écoles ou encore l'accès à l'eau.

Le comité artisanal où travaille **Dany** est un des 15 comités de la communauté de Collasuyo qui regroupe environ 140 familles dans la région de Juliaca. Tous les comités de la communauté villageoise se rassemblent régulièrement pour gérer différentes choses ensemble telles que la répartition de bénéfices ou des projets communautaires de développement. C'est Pedro qui en est le président. Dany et Pedro ont été élus par leurs membres pour un mandat d'une durée de deux ans. Pedro est aussi le président des présidents des 15 comités. Ces comités fonctionnent d'une manière très démocratique et le travail avec Minka leur a permis de mieux s'organiser et d'être plus solidaires entre eux.

PRODUCTION ARTISANALE

Organisation de la production : atelier, outils, techniques



Pablo est producteur d'instruments de musique typiquement péruviens

Les artisans que nous avons visités réalisent leur fabrication artisanale au plus près de leur lieu de vie, ce qui n'est pas toujours le cas dans les pays du Sud. Soit ils disposent d'un atelier entièrement dédié à leur production, soit ils travaillent à la maison dans une pièce consacrée à cela, ou alors travaillent en même temps qu'ils assurent les travaux domestiques ou agricoles. Ils utilisent des outils simples, qu'ils ont souvent créés eux-mêmes et des machines électriques qu'ils ont mises au point eux-mêmes. Ils font preuve d'une grande ingéniosité en ce sens. Ils se basent sur des techniques qu'ils ont acquises de leurs ancêtres tout en les adaptant pour améliorer leurs conditions de travail (sécurité, santé, gain de temps et de qualité).

Edison maîtrise l'ensemble de la production de ses bijoux. Il réalise principalement des pendentifs et des boucles d'oreille, en pierre, coquillage (spondylus²⁰), verre, avec monture en argent. Il réalise aussi des boucles d'oreille à la cire perdue, procédé qui lui permet de créer son modèle mais aussi de fabriquer des pièces en plus grande quantité.

Pablo fabrique des flûtes de Pan et des quenenas. Les flûtes de Pan les plus vendues mesurent 30 cm de longueur. Il en réalise également de plus petites, de 15 cm. Les chromatiques sont dites du modèle antara. Il fabrique aussi des tambourins et sur certains (les companas) il peint des dessins ou symboles précolombiens, dont il est fier de connaître la signification. Il faut savoir que chaque fête a son tambour. Il fabrique également des bracelets avec des graines (tanone) pour accompagner le rythme.

Jusqu'il y a peu, pour fabriquer ses flûtes il coupait toutes les cannes à la main, ce qui lui causait de nombreuses blessures. Maintenant grâce à la machine à scie à ruban qu'il a achetée, il gagne beaucoup de temps et s'épargne bien des accidents.

²⁰ Le Spondylus, grand bivalve marin, possède un caractère sacré dans de nombreuses populations préhispaniques. Il est indispensable aux rites dans les cultures andines.

Il fabrique dans son atelier les petits pompons qui servent à décorer les flûtes. C'est de la laine de mouton, récupérée des peaux qui lui servent à faire les tambours, filée par sa famille et teinte avec de la teinture qu'il fait venir d'Allemagne pour être conforme aux normes européennes.

Actuellement les six familles du comité de Cuyo Chico, où vit **Hector**, réalisent des bijoux et des ocarinas en céramique. Elles maîtrisent toute la chaîne de production, depuis la récolte de la terre dans la montagne jusqu'à la dernière touche de peinture et de décoration.

Vicente, le frère d'Hector, a une formation de mécanicien automobile, ce qui apporte un plus au comité car il est très inventif pour fabriquer ou adapter des machines et ainsi pouvoir travailler la terre plus facilement.

Marcellino est le grand spécialiste des ocarinas. A l'atelier, on le surnomme « le maître des ocarinas ». Il est passionné par ce qu'il fait. Ce qu'il aime, c'est créer des ocarinas de différentes formes et inventer de nouveaux dessins.

Les habitants de la région aiment le son de l'ocarina, mais peu en jouent encore. Les ocarinas sont devenus des objets de décoration. Il y a une concurrence avec les ocarinas en plastique que l'on peut trouver dans le commerce, mais le son n'est pas comparable à celui d'un ocarina en terre.

Dany et les femmes qui transforment la fibre d'alpaga se retrouvent certains jours au local de la communauté le matin, et l'après-midi elles s'occupent des enfants. Il est difficile pour les femmes de calculer le nombre d'heures exactes passées aux travaux de la laine car elles filent et tricotent tout le temps : en marchant, en surveillant les bêtes, en allant chercher les enfants à l'école, en surveillant la cuisson du repas, etc.

Le filage et le tricotage manuels de la laine d'alpaga sont la seule garantie d'un produit 100% alpaga. En effet la laine filée par les industries et étiquetée « 100% alpaga » n'en contient que 80%. La laine d'alpaga bourrant les machines, il est permis aux industries d'y ajouter des matières synthétiques.

Matières premières

Les matières premières utilisées par les artisans que nous avons rencontrés sont des matières premières naturelles renouvelables, pour la plupart issues du Pérou et de leur région d'origine : pierres semi-précieuses, argent, cannes de bambou, terre, laine d'alpaga. Certains artisans doivent acheter ces matières premières à des intermédiaires et n'ont alors aucune maîtrise des coûts, ce qui est un problème pour le prix final des articles (argent, laine d'alpaga).

Les matières premières qu'utilise **Edison** pour les bijoux sont des pierres semi-précieuses qui viennent du Pérou et de l'argent. Pour les boucles d'oreille en pierres et en argent, il utilise de l'argent qui vient du Pérou et qu'il achète au prix du marché local. La vente et l'achat de l'argent sont très contrôlés par le gouvernement. Tout doit apparaître dans des déclarations qui ne peuvent se faire qu'à Lima. Quant aux pierres semi-précieuses, (crisocole, turquoise d'Arequipa, pierre negra de Lima, opale andine, onyx, sodalite, quartz rose d'Arequipa, œil de tigre, serpentine, gaspérite), soit il les achète et le prix dépend alors de la qualité, soit il va les chercher lui-même dans les mines, à pied avec un âne dans la montagne. Cela lui permet de choisir lui-même ses pierres. Les mines appartiennent à des sociétés privées. Les pierres semi-précieuses se trouvent souvent dans les mines de cuivre mais pas en quantité suffisamment rentable pour être exploitées. Il considère qu'on peut en trouver encore beaucoup. Par contre, l'or et l'argent deviennent plus difficiles à trouver.

Pour les boucles d'oreille en verre avec monture en argent, il fait les pastilles ou les petites perles à partir d'un bloc de verre dit de Murano qu'il coupe en petits carrés et qu'il chauffe jusqu'à la fusion pour les façonner.

Pour les instruments de musique, **Pablo** utilise, comme matière première, des cannes de bambou qu'il achète. Elles viennent de la forêt amazonienne, mais les plus fines viennent de Cuzco, il les utilise pour les flûtes commerciales. Pour les rubans tissés qui décorent les flûtes de Pan, il achète lui-même des toisons de laine de mouton. Il donne à un ami et à sa famille à Puno la laine pour la tisser et récupère la peau pour fabriquer les tambours.

Les artisans du comité d'**Hector**, qui fabriquent des objets en céramique, vont chercher la terre rouge eux-mêmes et achètent la terre blanche à des éleveurs d'alpagas situés à très haute altitude, là où la terre est la plus fine.

Les familles du comité de Corisuyo, où vit **Dany**, ne possèdent pas toutes des alpagas. Seule une ou deux familles en possèdent six ou sept, ce qui est tout à fait insuffisant pour la production de laine nécessaire à leurs travaux. Un alpaga a besoin de 5 à 10 ha pour son alimentation, or les familles possèdent en moyenne 30 ha de terre ce qui est insuffisant pour faire paître des alpagas, d'autant plus que les familles ont besoin de ces surfaces pour cultiver quelques céréales et pommes de terre pour subvenir à leurs besoins. Elles doivent donc en acheter sur le marché local. C'est un problème pour elles car les grandes entreprises de transformation industrielle de la laine d'alpaga achètent presque toute la production de laine aux alpagueros (éleveurs d'alpagas). Ceux-ci sont plus intéressés par vendre un maximum de leur laine brute à un ou deux acheteurs, qu'au compte goutte à plusieurs petits acheteurs. Les petits producteurs d'artisanat n'arrivent jamais à acheter d'aussi grandes quantités que les industries, même en achetant ensemble.

De plus ces entreprises achètent principalement la laine blanche, car c'est celle-là que l'on pourra teindre plus facilement. Cette demande a pour effet de faire monter les prix, ce qui rend plus difficile l'accès à la matière première pour les petits producteurs. Cette demande sur le marché a également une influence dramatique pour le maintien de la biodiversité des alpagas de couleur. Il y a 10 ans, 90% des alpagas étaient de couleur (marron, noir, gris), aujourd'hui ils ne sont plus que 10%, le reste étant des alpagas blancs. L'association Minka, très sensible à cette question, encourage les artisans à continuer à utiliser des laines de différentes couleurs (marron, gris, noir) même s'ils ont plus de mal à trouver les toisons de ces couleurs sur le marché.

Quelques données²¹ sur les alpagas et les propriétaires d'alpagas

L'alpaga appartient à la famille des camélidés comme le lama (plus courant) et la vigogne (plus sauvage).

98% de la laine d'alpaga est exportée brute, c'est-à-dire non lavée et non filée.

La moitié des propriétaires d'alpagas ont moins de 10 alpagas et seulement un quart en ont plus de 30.

La majorité de la population indigène des zones rurales des Andes, vivant en moyenne à 3500 m d'altitude, sont des expert(e)s dans la transformation manuelle de la fibre d'alpaga, héritiers des sciences et techniques millénaires de filage, tissage et tricotage.

Ces expert(e)s appartiennent aux couches de la population vivant dans la plus grande pauvreté, subissant un chômage chronique. 54% vivent dans une extrême pauvreté, 29% dans la pauvreté tandis que seulement 17% vivent au dessus du seuil de pauvreté. Leur survie dépend des revenus d'autres activités du secteur informel dans leur région.

Les producteurs d'alpaga coupent la toison une fois par an. Ils sont plus intéressés de vendre leur laine brute à l'exportation, car ils sont sûrs de la vendre.

Ce sont cinq entreprises péruviennes qui exportent quasiment la totalité des fibres. L'une d'elles en exporte pratiquement la moitié. Elles ne sont pas directement reliées aux producteurs et le commerce de la fibre se fait par des intermédiaires locaux et régionaux. Depuis 10 ans ceux-ci n'achètent plus que la fibre blanche.

Il n'existe pas de statistiques précises sur la diminution drastique des alpagas de couleur (marron, noir, gris) mais on estime qu'ils ont diminué de 90% dans les 10 dernières années.

²¹ Fuente IEP, Instituto de Estudios Peruanos, 2008

Les produits finis en laine d'alpaga exportés sont transformés principalement par l'industrie mécanique.

Un faible pourcentage de la production de fibres vient du marché local où se fournissent les producteurs artisanaux.

Au Pérou, et a fortiori ailleurs, il y a une grande méconnaissance de la valeur de la fibre d'alpaga et des techniques précolombiennes. Cela handicape l'amélioration des revenus des producteurs andins et prive le consommateur final d'un bien qui satisfasse sa demande.

L'industrie mécanique est à l'origine non seulement de la détérioration des alpagas en tant qu'espèce animale (avec une demande qui va jusqu'à 3 tontes par an), mais aussi de l'extinction des alpagas de couleur. La demande actuelle est principalement orientée vers la couleur blanche, parce que le processus de teinte est moins coûteux que le processus de sélection. L'industrie mondiale mécanisée et ses fournisseurs péruviens de fibres sont à la base des situations extrêmes de pauvreté dans lesquelles vivent les propriétaires d'alpagas et les transformateurs des fibres (prix bas, conditions injustes d'achat au producteur, spéculation des intermédiaires locaux).

Les producteurs d'alpagas, dont l'unique revenu provient de la vente de la fibre de leurs animaux, n'ont jamais bénéficié de politiques de soutien de l'Etat ni des traités commerciaux internationaux en leur faveur. Ils survivent de génération en génération dans des conditions inhumaines et, comme leurs animaux, dans un état permanent de malnutrition, tout en étant petit à petit dépossédés de leur environnement naturel d'origine. Bien qu'ils soient les uniques héritiers des sciences et techniques millénaires de l'élevage des alpagas et de la transformation manuelle de leurs dérivés, leur connaissance dans ces matières ne leur ont pas permis de gagner une reconnaissance. Ils se voient imposer des modèles étrangers non appropriés, dictés par l'industrie mécanique occidentale et créés pour d'autres espèces que les alpagas.

Texte de Minka, traduit de l'espagnol,
(Campagne de sensibilisation sur l'alpaga)

Savoir-faire et tradition

L'artisan péruvien est, de façon générale, très habile et inventif. Il peut faire beaucoup de choses avec tout ce qu'il trouve.

Les producteurs ont hérité de leurs ancêtres incas et pré-incas des techniques de production et de transformation des matières premières. Ils les ont adaptées au fil des siècles et ont créé de nouveaux outils pour améliorer la qualité des produits et faciliter leur travail à des fins de meilleure rentabilité économique.

Il y a plus de six mille ans avant J.-C. que le travail des fibres naturelles a commencé au Pérou, avant celui de la céramique. Le Pérou est une civilisation du textile et beaucoup de techniques y ont été inventées (velours, gaze, etc.). Ils utilisaient des métiers à tisser de ceinture et se sont mis peu à peu à transformer le coton puis les fibres des camélidés (alpagas, vigognes). Le mouton ainsi que les métiers à tisser de basse lisse ont ensuite été introduits par les Espagnols. Aujourd'hui, ce sont les femmes qui filent la laine et le plus souvent, les hommes qui tissent. Les femmes ont la réputation d'être les plus rapides au monde pour le filage et le tricotage.

Autrefois les artisans réalisaient de la vaisselle en céramique pour les besoins de la vie quotidienne (cruches, assiettes, marmites). Mais la demande sur les marchés locaux a pratiquement disparu avec l'arrivée du métal et du plastique, qui offrent des produits fabriqués en série et bon marché. Les



Marcellino se consacre à la transformation de l'argile pour réaliser différents objets décoratifs

artisans ont donc petit à petit cherché de nouveaux débouchés tout en maintenant et adaptant des traditions acquises de génération en génération. Ils utilisent et valorisent des dessins précolombiens et incas pour la décoration des produits en céramique.

Pour les bijoux, les artisans s'inspirent de l'époque précolombienne. Edison a par exemple adapté une tradition : il fabrique des amulettes avec du verre soufflé. A l'époque inca, tout le monde portait des amulettes, réalisées avec une vessie dans laquelle on rajoutait des graines, de l'or, des feuilles, etc. Maintenant Edison réalise des amulettes en verre recyclé qu'il souffle lui-même selon la forme désirée. Il ajoute des petits morceaux d'argent, de pierres semi-précieuses et d'herbes, qui viennent de la jungle.

La production d'instruments de musique est une tradition à Puno depuis plus de 100 ans. Les techniques que Pablo utilise sont traditionnelles. Il y a de nombreuses fêtes au Pérou, tout au long de l'année. La musique et la danse y tiennent une place très importante, ainsi que les costumes traditionnels. Ce sont les hommes qui jouent les instruments de musique (environ dix instruments de base) ainsi que les enfants, tandis que les femmes dansent.

COMMERCIALISATION

Certains des artisans que nous avons rencontrés produisent pour le marché local, destiné principalement aux touristes mais également pour le marché d'exportation. Ceux qui vendent pour le marché local, le font grâce à leur dynamisme en investissant, par exemple, dans un magasin de ville, pour trouver des débouchés qui leur permettent d'éviter les intermédiaires. Ils peuvent avoir des clients étrangers qui s'adressent à eux directement mais la partie de la production qui leur assure le revenu le plus régulier est celle destinée au commerce équitable.

D'autres artisans, situés en zone rurale très excentrée, aride et pauvre, n'ont pas les mêmes chances. Ils sont loin des centres touristiques, ou mal reliés par la route et doivent souvent vendre leur production à des intermédiaires. La relation de partenariat avec Minka est dans ce cas-là d'une grande aide pour eux.

Edison vend pour Minka mais aussi pour le marché local, bien qu'il subisse la concurrence directe des bijoux bas de gamme et peu chers de Thaïlande, qui sont d'ailleurs copiés à partir de modèles péruviens. Il a eu une commande directe par des Japonais qui lui ont demandé des amulettes remplies d'eau du lac Titicaca.

Ce qu'il trouve le plus difficile, c'est de maintenir une clientèle régulière. Il trouve dommage d'avoir un savoir-faire et ne pas pouvoir vendre correctement sa production.

Quand nous lui demandons comment il se situe par rapport à d'autres artisans, il nous répond qu'il pourrait être un grand producteur mais qu'il ne trouve pas assez de débouchés sur le marché.

Pablo a réussi à convaincre d'autres artisans de s'associer avec lui pour vendre dans une boutique à Lima. Ils sont allés à la banque ensemble et ont ouvert au centre de Lima une boutique à plusieurs artisans : céramique, vêtements, verre,...

Ils ont rencontré beaucoup de difficultés avec leur boutique car, au début, ils ont démarré à quatorze associés sans rien connaître en comptabilité et administration. Maintenant, son rêve est qu'il y ait une relève. Il vend ses flûtes chez Minka ou directement à des acheteurs japonais.

Vicente, le frère de **Hector** est propriétaire d'un magasin d'artisanat à Pisac où les touristes sont nombreux. Ce magasin permet au comité de vendre leur production sur le marché local. Hector et sa famille ne dépendent donc pas seulement des exportations pour le commerce équitable.

Pour les ocarinas, les bijoux et les perles, la demande est très orientée vers des produits bon marché, ce qui rend difficile la valorisation de leur production de qualité. Ils subissent comme beaucoup d'autres artisans la concurrence de produits importés, bas de gamme, demandés par des

clients (y compris les touristes sur les marchés locaux) qui veulent un bijou pas cher et moins travaillé, ou ne voient pas la différence entre un ocarina en terre et un ocarina en plastique.

Les clients des produits en laine d'alpaga du comité artisanal de **Dany** sont principalement des touristes étrangers. Pour cette raison, les familles dépendent beaucoup de la longue chaîne d'intermédiaires dans la commercialisation de leur production. Maintenant qu'ils peuvent vendre pour le commerce équitable, ils évitent les intermédiaires peu scrupuleux, avec lesquels toute la valeur ajoutée du produit échappe au producteur. Les meilleurs revenus procurés par la vente au commerce équitable leur permettent une sécurité dans les ventes et leur dégage du temps pour mieux se consacrer à l'éducation de leurs enfants.

IMPACT DU COMMERCE ÉQUITABLE POUR LES ARTISANS DU SUD

Sans l'activité artisanale payée par les organisations de commerce équitable à un prix qui couvre les coûts de production et la main d'oeuvre, de nombreux artisans seraient dans une situation encore plus précaire.

Au-delà des aspects purement financiers, les organisations de commerce équitable comme Minka et Oxfam-Magasins du monde apportent un soutien très important pour l'autonomie et le développement de communautés artisanes : formation, accompagnement pour le développement de produit, régularité dans les commandes, garantie d'achat dans la durée, préfinancement. Beaucoup d'artisans nous ont dit que ces derniers points comptent autant, sinon plus, que celui du prix juste, pour leur apporter un bénéfice qui leur permette de voir l'avenir plus sereinement.



Grâce au commerce équitable, les artisanes du comité de Corisuyo ont des commandes régulières

Les groupes doivent s'organiser démocratiquement et chacun peut prendre une place et une voix. En gagnant plus d'autonomie, les femmes et les hommes de ces groupes gagnent de la confiance en eux-mêmes et sont plus forts pour négocier auprès des intermédiaires sur les marchés locaux.

Enfin, grâce au commerce équitable, certains artisans ont pu améliorer leurs conditions de travail par l'apport de technologies complémentaires ou d'infrastructures (construction d'un bâtiment adapté pour la production, scie à ruban électrique pour couper les cannes des flûtes, peintures non toxiques pour les perles et ocarinas destinés au marché européen,...)

Le comité d'**Hector** travaille avec Minka depuis sept ans. L'exigence de qualité et de créativité défendue par Minka leur a permis d'améliorer les produits, y compris pour le marché local. Au début, il n'y avait aucune infrastructure commune, chaque artisan travaillait chez lui. Le projet d'accueil de touristes avec Minka leur a permis de construire et d'améliorer la maison commune et ils en sont fiers. L'accueil des touristes leur procure un revenu supplémentaire mais irrégulier. La maison du comité est très belle, construite avec des matériaux locaux - briques de terre et bois d'eucalyptus - recouverte d'adobe teintée en rose et décorée de dessins traditionnels et symboliques. Peu à peu ils ont construit, aménagé et décoré cette maison. Elle est divisée en deux parties : l'une consacrée aux ateliers pour travailler la terre et réaliser les commandes, et l'autre pour accueillir les touristes envoyés par Minka dans le cadre de leur projet de tourisme solidaire.

Grâce à leur organisation en comité, les familles sont devenues moins dépendantes des ateliers du secteur conventionnel de la ville de Pisac, qui pendant des années ont exploité leur parents et grands parents.

Les commandes de Minka, régulières, deux à trois fois par an, leur assurent une garantie de revenus. C'est un apport économique qui leur permet par exemple de payer l'électricité et d'améliorer leur atelier.

Avec ces commandes régulières, les revenus permettent également à des jeunes de familles très pauvres de continuer à étudier tout en travaillant.

Santiago travaille au comité artisanal avec **Hector**. Il a 15 ans et ne peut aller à l'école parce que ses parents n'ont pas suffisamment de revenus pour nourrir toute sa famille. Il n'y a pas de travail dans son village en dehors de l'agriculture. Il ne rentre chez lui que tous les trois mois, car il habite très loin. Grâce à son travail dans le comité il peut continuer à étudier une fois par semaine. Avec le revenu que l'artisanat lui procure, il peut avoir accès à un minimum d'éducation.

Pour **Macario**, les revenus de l'artisanat lui permettent de payer l'électricité. Cela a beaucoup facilité la vie de sa famille. Même si l'électricité a un coût, cela lui revient moins cher que de s'éclairer avec des bougies ou du pétrole.

Grâce à ces revenus supplémentaires, il peut embaucher des aides pour les travaux des champs en cas de besoin, et envoyer ses enfants à l'école.

Il accueille également des visiteurs et touristes envoyés par l'association Minka, ce qui lui procure un revenu complémentaire.

Les familles qui travaillent avec **Dany** ont aujourd'hui la possibilité de vendre directement leurs produits à un prix qui couvre au moins les coûts de production et la main d'œuvre et de partager avec les visiteurs leur expérience et leur culture, grâce aux commandes de Minka pour le commerce équitable et grâce au projet de tourisme solidaire.

On peut dire que la transformation de la laine d'alpaga et la production de vêtements permettent à cette communauté d'avoir un revenu régulier, de rester au village et de maintenir un héritage culturel. C'est grâce au soutien de Minka que la communauté a, par exemple, pu construire le bâtiment commun et une dalle de béton devant celui-ci pour faire sécher les toisons de laine plus proprement. Le bâtiment est très important pour eux. A l'origine, il a été conçu comme lieu de travail collectif et lieu de stockage de la laine et des produits finis. Par la suite, ils ont pu l'utiliser pour les réunions du Comité, l'accueil des touristes et aussi parfois pour la classe. Auparavant, les familles, dont les maisons sont assez éloignées les unes des autres, ne disposaient d'aucun lieu où se réunir.

Les revenus réguliers des ventes par l'intermédiaire de Minka leur ont permis de diminuer les ventes sur le marché local où elles devaient vendre leurs produits, soit elles-mêmes, soit à des intermédiaires à des prix dérisoires ne permettant parfois pas de payer les frais de déplacement et la matière première. Le temps gagné en ne vendant plus sur le marché local permet aux femmes de consacrer plus de temps à leurs enfants et à leur éducation.

Grâce à son travail avec le commerce équitable, **Pablo**, en s'installant à Lima, a pu envoyer ses enfants à l'école, ce qui est rare pour les gens comme lui qui viennent de la montagne. Grâce à la machine à scie à ruban qu'il a pu achetée, il gagne beaucoup de temps et s'épargne des blessures aux mains.

IMPACTS DU COMMERCE ÉQUITABLE POUR LES ARTISANS DU SUD :

- revenus complémentaires et réguliers
- prix qui couvre l'achat de matières premières et la main d'œuvre
- engagement de partenariat dans la durée
- préfinancement
- soutien (technique, gestion, organisation, commercialisation)
- organisation des groupes pour plus d'autonomie et de pouvoir de négociation vis-à-vis des intermédiaires
- meilleure image d'eux-mêmes, de leur savoir-faire et de leurs capacités

Les artisans du Nord et du Sud vivent-ils des situations si différentes ?

L'artisanat, tant au Nord qu'au Sud, se base sur un savoir-faire transmis bien souvent de génération en génération et les manières de faire sont restées les mêmes malgré des améliorations apportées par des outils mieux adaptés ou par l'expérience.

En Belgique, l'artisan apporte, dans certains cas et quand c'est possible techniquement, sa signature à l'ouvrage réalisé. Au Pérou, nous n'avons pas vu cela alors que l'association Minka demande aux artisans d'indiquer sur l'article la marque Minka, ou le fait elle-même. Pourtant on pourrait très bien imaginer, dans les articles en céramique par exemple, que l'artisan y mette sa signature. Ce serait un réel plus pour la dignité de l'artisan et de sa créativité.

Au Sud, l'artisanat permet de valoriser des techniques rattachées à des cultures et des traditions ancestrales qui, avec la mondialisation, la concurrence et la contrefaçon auraient tendance à disparaître.

Au Nord, les artisans attachent une part importante à la création et ils se tournent souvent vers la restauration, la réparation et l'organisation d'ateliers pour compléter leurs revenus.

Les deux études de cas que nous avons développées montrent que, tant au Nord qu'au Sud, l'activité artisanale ne suffit pas toujours à faire vivre dignement les artisans. Au Sud, c'est souvent un revenu indispensable et complémentaire à l'agriculture pour la survie des familles. Au Nord, ce peut être une activité principale, mais pour la plupart, le travail artisanal procure plutôt un revenu complémentaire.

En Belgique et au Pérou, nous avons rencontré aussi bien des hommes que des femmes artisanes, même si en général au Sud, ce sont surtout les femmes qui assurent la production artisanale. Il existe certaines traditions artisanales où les hommes restent les seuls détenteurs de leur savoir. Sur l'île de Taquilé, ce sont les hommes, et uniquement eux, qui tricotent les bonnets colorés « chullo ». Dans d'autres régions du Pérou, ce sont les hommes qui tissent, façonnent les bijoux ou qui sculptent le bois ou le verre.

Les artisans belges et péruviens que nous avons rencontrés travaillent dans une chaîne de production dont ils maîtrisent presque toutes les étapes (avec des degrés d'implication différente) avec une garantie de qualité et une valeur ajoutée forte. Au Nord cependant, les artisans ont peu de contrôle sur les matières premières (origine, coût, transport, etc.), alors qu'au Pérou ils sont beaucoup plus proches de leurs matières premières puisqu'elles proviennent directement du sol où ils vivent, des bêtes qui les entourent ou de leur environnement proche. Il faut se garder de généraliser cette situation pour l'ensemble des pays du Sud, car les artisans ne contrôlent pas toujours toutes les étapes de la

production et les matières premières peuvent parfois venir de très loin, comme le coton par exemple. Certains ne travaillent que pour une petite partie de l'article, comme par exemple dans la fabrication de T-shirt brodés à la main en Inde, et peuvent ignorer totalement dans quelles conditions sont réalisées les étapes précédentes ou encore d'où viennent les matières premières.

Enfin, l'étape de la commercialisation reste un gros problème pour beaucoup, tant au Nord qu'au Sud, même si certains s'en sortent mieux.

SIMILITUDES ET DIFFERENCES DE LA PRODUCTION ARTISANALE		
	Au Pérou	En Belgique
Les artisans	<ul style="list-style-type: none"> – des hommes et des femmes, mais activité réservée aux hommes dans certains cas 	<ul style="list-style-type: none"> – des hommes et des femmes
Activité principale ou complémentaire	<ul style="list-style-type: none"> – activité complémentaire à l'agriculture et autres métiers 	<ul style="list-style-type: none"> – activité complémentaire, parfois principale
Impacts sociaux, économiques, environnementaux	<ul style="list-style-type: none"> – revenus complémentaires – maintien de la biodiversité – organisation collective – transmission savoir-faire – maintien culture et diversité 	<ul style="list-style-type: none"> – création et maintien emploi – créer du beau et utile – maintien d'un patrimoine – transmission des savoir-faire – peu d'énergie, peu de déchets, peu de matières premières
Organisations, structures, reconnaissance légale	<ul style="list-style-type: none"> – secteur informel, pas de reconnaissance légale – organisation collective par le commerce équitable (grand soutien) 	<ul style="list-style-type: none"> – pas de reconnaissance légale – artisans peu organisés collectivement – formations possibles – associations et organismes de promotion
Production, atelier, outils, techniques	<ul style="list-style-type: none"> – production importante dans certains cas – outils simples, peu de machines – maîtrise du processus – pas de signature de l'artisan 	<ul style="list-style-type: none"> – production limitée et sur mesure (création, restauration, réparation) – outils simples, peu de machines – maîtrise du processus – signature de l'artisan le plus souvent
Matières premières	<ul style="list-style-type: none"> – maîtrise de l'origine des matières premières en général 	<ul style="list-style-type: none"> – peu de prise sur l'origine des matières premières
Savoir-faire et tradition	<ul style="list-style-type: none"> – transmission du savoir-faire – fortes valeurs culturelles et traditionnelles 	<ul style="list-style-type: none"> – transmission du savoir-faire – peu de tradition culturelle (art contemporain)
Commercialisation et promotion	<ul style="list-style-type: none"> – commercialisation difficile – nombreux intermédiaires pour le marché local – marché d'exportation pour le commerce équitable 	<ul style="list-style-type: none"> – commercialisation plus ou moins facile – vente directe au consommateur ou lors de foires et salons

Défis au Nord et au Sud

En Belgique, la reconnaissance de l'artisanat par les consommateurs et les pouvoirs publics n'est pas à la hauteur des attentes des artisans que nous avons rencontrés. Les artisans nous disent que le public ne sait plus apprécier le travail artisanal à sa juste valeur. Cela s'apprend dès le plus jeune âge.

Si le design, le stylisme et l'art contemporain défendent une place de choix en Belgique, il n'en est pas de même pour d'autres disciplines d'arts appliqués. Le design est une composante culturelle de notre artisanat à forte motivation artistique plutôt qu'une catégorie à part.

D'autres pays, comme les pays nordiques par exemple, attachent plus d'importance à familiariser le public aux produits artistiques. Même si les artisans savent que c'est à eux à mettre en valeur leurs produits et leur savoir-faire, ils pensent qu'il incombe aussi aux consommateurs de distinguer ce qui est artisanal de ce qui est industriel.

Ils souffrent d'une grande concurrence de produits industriels et de produits fabriqués à bas prix venant d'ailleurs.

Ce que les artisans au Nord trouvent le plus difficile dans leur métier, et c'est vrai aussi pour ceux du Sud, c'est la partie administrative, la gestion et la commercialisation. C'est un métier en soi. Certains, surtout s'ils sont seuls, trouvent qu'il est difficile de produire et en même temps de vendre.

Enfin, pour les artisans qui fabriquent des articles non utilitaires, ils craignent plutôt la réduction du pouvoir d'achat des acheteurs potentiels.

Au Sud, l'exemple du Pérou cité dans cette étude n'est bien entendu pas représentatif de tous les pays du Sud, mais l'on peut remarquer que le soutien par des organisations de commerce équitable des artisans marginalisés est bien souvent la seule solution offerte aux familles pour espérer vivre mieux. Souvent, les États sont totalement absents pour des populations isolées, en manque de ressources et de possibilités de travail rémunérateur. L'artisanat pratiqué par les familles d'artisans, avec toute la diversité des cultures, des traditions et des expériences qu'il sous-tend, permet le maintien d'une économie à visage humain, dans laquelle prévaut la solidarité et non l'accumulation du capital. Il s'agit d'une forme de lutte active contre la standardisation. A condition cependant que la demande de produits artisanaux venant du Sud, n'aille pas dans le sens d'une standardisation des modèles culturels anciens.

Sans l'artisanat du commerce équitable des milliers de familles du Sud seraient dans une situation encore plus précaire. Les artisans préoccupés par cet apport potentiel de revenus complémentaires doivent pouvoir garder la maîtrise de leur processus de production pour que la partie créative soit toujours vivante. La demande des consommateurs ne doit pas les contraindre à ne faire que de la reproduction en grand nombre d'un ou deux modèles et dans des quantités qui les éloigneraient d'une production à taille humaine. La soif des touristes de rapporter des souvenirs et le consumérisme à tout crin même, pour des produits de décoration, ne créent-ils pas un besoin de quantité qui va au détriment parfois de la qualité et du respect des artisans ?

Par ailleurs, on peut se poser la question du rôle de l'artisan du Sud par rapport à sa propre société et du rôle des consommateurs au Nord. Quelle place les pays du Sud laissent-ils à l'artisan, sachant qu'il est détenteur d'un savoir-faire précieux et de techniques éprouvées. Quelle place les pays du Nord laissent-ils à ces artisans, entre « technicien » de l'artisanat ou véritable créateur ?

Les contrefaçons, accessibles à bas prix, sont un drame pour l'artisanat. Le consommateur ne sait pas toujours apprécier le travail artisanal, le savoir-faire, le temps passé à l'ouvrage et l'inventivité, et participe ainsi d'une certaine façon, en achetant à bas prix, à la disparition d'un artisanat de qualité.

Les produits de Minka, comme beaucoup d'autres produits artisanaux de pays du Sud, sont régulièrement copiés et reproduits industriellement. Edison, qui fabrique des boucles d'oreilles à Lima, copiées par les Thaïlandais, nous a fait part de sa préoccupation. Hector et Marcellino, qui

fabriquent des ocarinas en céramique dans la région de Cuzco, sont attristés de constater que le consommateur ne peut distinguer le son d'un ocarina en céramique réalisée entièrement à la main de celui d'un ocarina en plastique réalisé sans doute industriellement. Comment s'assurer de la protection de ces valeurs culturelles ?

Artisanat : défis au Nord	Artisanat : défis au Sud
– Reconnaître le travail artisanal	– Reconnaître et valoriser la créativité des artisans
– Sensibiliser les consommateurs dès le plus jeune âge	– Maintenir une diversité culturelle tout en protégeant les expressions culturelles traditionnelles
– Développer le soutien des artisans par des événements publics	– Améliorer les revenus des familles marginalisées
– Soutenir la gestion et la commercialisation	– Adapter l'offre à la demande des consommateurs

Quelques pistes de réflexion

Pour soutenir le travail artisanal et valoriser la création artistique, nous proposons quelques idées et champs d'action possible.

INFORMER ET COMMUNIQUER AUPRES DES CONSOMMATEURS

De la même manière qu'Oxfam-Magasins du monde développe des campagnes de sensibilisation destinées aux consommateurs autour de la consommation responsable ou de l'agriculture paysanne au Nord et au Sud, en association avec d'autres organisations, on pourrait imaginer qu'il en soit de même autour du thème de l'artisanat.

- Informer les consommateurs sur la part d'inventivité qui revient à l'artisan, sur la signification culturelle, sociale et symbolique des articles.
- Mieux communiquer sur la qualité des produits, sur les matières premières et sur les processus de production principalement basés sur un travail manuel, où chaque objet passe plusieurs fois entre les mains de l'artisan et n'est pas compatible avec une production de masse.
- Mieux communiquer sur l'impact social et économique de l'artisanat du commerce équitable.
- Relayer des campagnes de sensibilisation menées par des organisations dans le Sud (ex Minka et alpagas).

DEVELOPPER DES ECHANGES NORD-SUD ENTRE ARTISANS

Les organisations de commerce équitable sont principalement tournées vers l'artisanat des pays du Sud, car elles ont placé leurs priorités vers des populations marginalisées et exclues du système économique dominant. Elles ne peuvent pas tout faire mais l'intérêt pour l'artisanat au Nord n'est pas incompatible avec leurs valeurs et on peut penser que des rapprochements entre artisans du Nord et artisans du Sud seraient tout à fait intéressants. Nos interviews ont bien mis en évidence quelques similitudes entre les artisans du Sud et du Nord.

Lors de la semaine du commerce équitable en Belgique, en octobre 2008, une des représentantes de l'association Minka, Cécilia Granadino, a pu faire profiter un large public de son expérience de soutien d'artisans péruviens dans le cadre du commerce équitable. Ce voyage fut l'occasion également pour elle d'aller à la rencontre d'artisans belges, visiter leur atelier et voir leurs conditions de vie en milieu rural et urbain et leurs difficultés à développer leur activité économique.

ENCOURAGER DES ECHANGES SUD-SUD ENTRE ORGANISATIONS

Le commerce équitable ne doit pas exister que dans un mouvement du Nord vers le Sud. Certaines organisations du Sud ont réussi à développer des ventes de commerce équitable dans leur propre pays.

- Développer des ventes Sud-Sud à l'intérieur d'un pays et entre pays d'un même continent.
- Développer des échanges d'expériences entre associations et organisations qui défendent les intérêts des artisans marginalisés, entre pays d'un même continent et entre continents, sur les initiatives développées par les uns et les autres, les cas réussis et les difficultés, etc.

DEVELOPPER L'OFFRE PAR DES RENFORCEMENTS DE CAPACITES ET DE NOUVEAUX MARCHES AU NORD ET AU SUD

Beaucoup d'artisans du Sud disent qu'ils peuvent produire plus, mais ce qu'ils produisent n'est pas toujours adapté au marché européen classique et la qualité est inégale, voire insuffisante pour l'exigence des consommateurs. En même temps que les acteurs du commerce équitable chercheraient à fédérer leurs forces, ils pourraient mieux accompagner les producteurs pour améliorer la qualité des articles et les opportunités de ventes, y compris sur le marché local ou régional pour ne pas être dépendants que des marchés d'exportation

- Développer des formations en accompagnement de projet, management, gestion, comptabilité, communication, développement de produits.
- Informer les artisans du Sud sur les marchés dans les pays du Nord (besoins, demandes, succès et échecs commerciaux, etc.)
- Développer de nouveaux marchés au Nord et au Sud, y compris des marchés de niche (prospector et définir des stratégies d'implantation). Il s'agirait, par exemple, de monter une filière du commerce équitable de boutiques « Mains du Monde » dans les grandes villes européennes qui offriraient uniquement des objets garantis faits mains, réalisés avec des matériaux nobles et naturels, porteurs de traditions locales, respectant les critères du commerce équitable et qui seraient bien mis en valeur dans ces boutiques. Les boutiques devraient être gérées par des professionnels qui ont une connaissance des artisans, des matières et des processus de production.
- Soutenir les producteurs pour développer de nouveaux marchés au niveau local et régional et ne pas confiner les produits artisanaux du Sud uniquement à l'exportation.

STIMULER L'ACTION DES POUVOIRS PUBLICS, GOUVERNEMENT ET ORGANISATIONS INTERNATIONALES POUR LA CREATION ARTISANALE

Les pouvoirs publics et les organisations européennes ou internationales, y compris les organisations de commerce équitable, pourraient agir dans un sens favorable pour valoriser les artisans, qu'ils soient du Nord ou du Sud :

- Mieux faire connaître le travail artisanal au Nord et au Sud auprès d'un large public et dès le plus jeune âge. C'est un secteur qui assume bien d'autres fonctions d'intérêt général, que la simple fonction économique, et un rôle culturel majeur
- Reconnaître une définition légale du commerce équitable et contrôler le respect de ses conditions, pour éviter les dérives et les fausses allégations. Cela permettrait d'offrir un cadre clair pour les acteurs pionniers et les nouveaux acteurs réellement porteurs des valeurs du commerce équitable de se développer en toute sérénité, et aiderait les consommateurs à mieux distinguer les produits issus ou non du commerce équitable.
- Valoriser la création d'art venant du Sud. Les expositions internationales d'artisans peuvent réaliser ce genre de rapprochement pour faire connaître des artisans du Sud. La possibilité pour des artisans du Sud mais aussi des artisans du Nord de participer à de tels événements pourrait créer des liens entre artisans et soutenir ou encourager un artisanat d'art qui existe au Sud et qui n'est peut-être pas suffisamment développé ou valorisé dans les organisations de commerce équitable.

En Suisse, par exemple, l'association CADA, menée par Roger de Diesbach (ancien journaliste à *la Liberté de Fribourg*) et sa femme, a monté pour la première fois l'année dernière, une exposition d'artisanat d'art. Les articles provenaient de différents pays du monde et des trois continents (Afrique, Amérique latine, Moyen Orient). Ils avaient même exposé des objets d'un artisan qui avait obtenu le prix du meilleur artisan de l'Afrique de l'ouest. Ce fut un succès fou, ce qui les a beaucoup surpris. Ils ont reconduit cette exposition cette année et entre-temps, ils voyagent chez les artisans pour passer les nombreuses commandes effectuées par les visiteurs.

- Soutenir et interpeller le travail de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) sur la question des « expressions culturelles traditionnelles ».
- Cette institution spécialisée des Nations Unies a pour mission d'élaborer un système international équilibré et accessible de propriété intellectuelle qui récompense la créativité, stimule l'innovation et contribue au développement économique tout en préservant l'intérêt général.

Voilà ce que dit l'OMPI à propos des **expressions culturelles traditionnelles** et de la **propriété intellectuelle dans l'artisanat** :

« La protection des expressions culturelles traditionnelles est liée à la promotion de la créativité, à l'accroissement de la diversité culturelle et à la préservation du patrimoine culturel....Les expressions culturelles traditionnelles (ou "expressions du folklore") englobent la musique, l'art, les dessins, les dénominations, les signes et les symboles, les interprétations et exécutions, les formes architecturales, les produits d'artisanat et les récits....Les expressions culturelles traditionnelles font partie intégrante de l'identité culturelle et sociale des communautés autochtones et locales; elles incarnent le savoir faire et les compétences et permettent la transmission des valeurs et des croyances fondamentales.

Les instruments de propriété intellectuelle (tels que les marques de certification; les marques collectives; les indications géographiques; le droit d'auteur; la concurrence déloyale) sont, ou pourraient être, mieux utilisés par les artisans et les organisations de l'artisanat au bénéfice de leurs intérêts. Par ailleurs, de nouvelles formes de protection de la propriété

intellectuelle applicables aux savoirs traditionnels et aux expressions culturelles traditionnelles pourraient aussi être utiles. Comme les expressions culturelles traditionnelles soulèvent des questions juridiques et de politique générale spécifiques en rapport avec la propriété intellectuelle, elles bénéficient d'un traitement particulier dans le cadre des activités de l'OMPI et dans de nombreuses législations nationales et régionales relatives à la propriété intellectuelle ».

PISTES DE REFLEXION POUR SOUTENIR ET VALORISER LE TRAVAIL ARTISANAL ET LA CREATION ARTISTIQUE :

- informer et communiquer auprès des consommateurs
- développer des échanges Nord-Sud et Sud-Sud entre artisans et entre organisations
- développer l'offre des artisans du Sud (formation, nouveaux marchés)
- stimuler les pouvoirs publics et les gouvernements (soutien et valorisation du travail des artisans, propriété intellectuelle)

Conclusion

L'étude nous montre que les artisans n'appartiennent pas à un groupe simple et unique. Ils peuvent vivre des situations très différentes tant au Nord qu'au Sud tout en ayant des points communs dans leur manière de vivre leur métier.

Les métiers d'artisans nécessitent tant des capacités manuelles et intellectuelles que des compétences variées. Pour ces raisons, ils méritent la reconnaissance de leur travail par le grand public, les consommateurs et les gouvernements. Les artisans et artisanes assurent le maintien d'un certain nombre de valeurs et le développement d'une économie à visage humain, dont le revenu généré principalement par des familles doit leur procurer un retour direct pour de meilleures conditions de vie.

L'artisanat, et particulièrement celui du commerce équitable, repose sur des atouts forts : une production manuelle qui apporte des revenus indispensables, une créativité basée sur une tradition, des processus technologiques simples, un cycle court de production, des matières premières naturelles et une valeur ajoutée indéniable.

Malheureusement, l'artisanat du commerce équitable, directement orienté vers des marchés d'exportation, est au cœur d'une crise mondiale, et les artisans sont tributaires d'un marché international concurrentiel et peu régulé.

Les défis pour maintenir vivants les savoir-faire et soutenir les artisans sont nombreux. Ils concernent le public, les consommateurs, les organisations de promotion du travail artisanal et les gouvernements. Des campagnes de sensibilisation des consommateurs, des échanges Nord-Sud ou Sud-Sud entre artisans et organisations, de nouveaux débouchés sur le marché conventionnel, international mais aussi local et régional pour développer l'offre de produits du Sud, des interpellations des gouvernements pour soutenir le travail artisanal, reconnaître une définition légale du commerce équitable et la propriété intellectuelle des artisans, nous apparaissent être des pistes de travail intéressantes pour soutenir le travail artisanal et valoriser la création artistique tant au Nord qu'au Sud.

Les qualités propres à la production artisanale renforcent des valeurs culturelles, sociales et environnementales indispensables à nos sociétés, à condition de les valoriser judicieusement et avec volontarisme. Au-delà du savoir-faire de l'artisan, la création dans l'artisanat apporte une valeur ajoutée d'esthétisme, de poésie, de rêve ainsi que de dignité et de lien entre les civilisations, dans un monde dominé par le consumérisme et le matérialisme. Ces valeurs donnent une dimension sociale et politique au travail de milliers d'artisans qui vivent dans des situations précaires.

L'artisanat permet de tisser des liens entre la dimension économique, sociale, culturelle et environnementale de notre monde, dans une logique d'économie solidaire et de développement durable.

Bibliographie

- Commerce équitable d'artisanat. Quels outils pour développer le secteur ? Rapport final d'une recherche action de SAW-B avec le soutien du Ministère de l'Economie, de l'Emploi, du Commerce extérieur et du Patrimoine de la Région wallonne, 2008. <http://www.saw-b.be/Publications/RapportFinalInteractif.pdf>
- Le commerce équitable en 2008. Samuel Poos. Fair trade Centre – Coopération technique belge, août 2008. <http://befair.dnc-group.net/site/download.cfm?SAVE=17774&LG=2>
- L'espoir au féminin. Quatre jeunes françaises au cœur du commerce équitable. Association PaMPa. Presses de la renaissance, 2006
- L'artisanat du commerce équitable. Vecteur de développement adapté aux producteurs marginalisés, décembre 2006 (PDF - 283 Ko), <http://www.madeindignity.be/Files/media/Force/Artisanat/Lesecteurdelartisanat30novembre.pdf>
- La crise silencieuse de l'artisanat. Oxfam-Magasins du monde, septembre 2005, <http://www.madeindignity.be/Files/media/Presse/Analyses/Analyse11Crisedelartisanat.pdf>
- Du commerce oui, mais différemment. Succès et défis du commerce équitable. FLO, IFAT, NEWS, EFTA, octobre 2006.
- Le commerce équitable de l'artisanat Made in dignity en Amérique latine. Oxfam-Magasins du monde, mars 2005, <http://www.omdm.be/Public/Page.php?ID=158>
- Valoriser un travail artisanal de qualité. Oxfam-Magasins du monde, août 2004 <http://www.madeindignity.be/Files/media/Mouvement/Campagnes/Multinationales/Cahier1.pdf>
- Femmes, artisanat et commerce équitable. Oxfam-Magasins du monde, <http://www.madeindignity.be/Files/media/Force/Artisanat/femmesartisanatetcommerceequitable.pdf>

Oxfam-Magasins du monde
Rue Provinciale, 285
1301 Wavre
Tél. : +32 (0) 10 43 79 50
Fax : +32 (0) 10 43 79 69
mdmoxfam@mdmoxfam.be
www.omdm.be