



DOMAINE ARTS, LETTRES ET SCIENCES HUMAINES

MENTION GEOGRAPHIE

PARCOURS : SOCIÉTÉ ET TERRITORIALITÉ

**MEMOIRE POUR L'OBTENTION DU DIPLOME DE MASTER EN
GEOGRAPHIE**

LA VALORISATION DE LA VANNERIE EN SISAL DANS LA COMMUNE URBAINE D'ARIVONIMAMO

District d'Arivonimamo, Région Itasy



Présenté par :

Fitiavana Kanto RASOLOFONIAINA

Sous la direction de :

Madame Jacqueline RAKOTOARISOA,

Maître de conférences

Année Universitaire 2016-2017

Date de Soutenance : 23 Février 2018

**DOMAINE ARTS, LETTRES ET SCIENCES
HUMAINES**

Parcours : Société et Territorialité

XX

**Mémoire pour l'obtention du Diplôme de Master en
Géographie**

District d'Arivonimamo, Région Itasy

Elaboré par : Fitiavana Kanto RASOLOFONIAINA

Sous la direction de

Madame Jacqueline RAKOTOARISOA,

Maître de conférences

Membre du Jury

Président du Jury : Monsieur **James RAVALISON**, Professeur

Juge : Madame **Fanja Tahina RALINIRINA**, Maître de conférences

Rapporteur : Madame **Jacqueline RAKOTOARISOA**, Maître de conférences

Année Universitaire 2016-2017

Date de Soutenance : 23 Février 2018

REMERCIEMENTS

A l'occasion de la réussite de ce travail de recherche, c'est un grand honneur pour nous de remercier tous ceux qui, de près ou de loin, nous ont accompagnés tout au long de sa réalisation. Les aides que vous avez apportées sont d'une importance capitale pour l'accomplissement de ce mémoire. Nous exprimons nos vifs et sincères remerciements en particulier

- Au membre du jury :
 - ❖ Monsieur **James RAVALISON**, Professeur, qui nous fait l'honneur de présider cette soutenance.
 - ❖ Madame **Fanja Tahina RALINIRINA**, Maître de conférences, qui a accepté de juger ce travail de recherche.
 - ❖ Madame **Jacqueline RAKOTOARISOA**, Maître de conférences, qui a bien voulu consacrer son temps pour nous diriger et nous conseiller au cours de l'élaboration de cette recherche.
- A tous les responsables pédagogiques et les personnels administratifs ainsi qu'à tous nos amis du Département de Géographie « PROMOTION ISALO » pour l'encouragement jusqu'à la finalisation de ce mémoire.
- A notre famille qui nous ont aidés financièrement et moralement.

Ce travail n'aurait pas pu être réalisé, ni par notre force, ni par notre intelligence, mais grâce à la collaboration et à la contribution de ces personnes.

Merci, Mille fois à tous, Dieu vous bénisse

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	i
SOMMAIRE	ii
RESUME.....	iii
TABLE DES ILLUSTRATIONS	iv
LISTE DES ABREVIATIONS	vi

INTRODUCTION GENERALE	1
------------------------------------	----------

PREMIERE PARTIE : CONCEPT ET DEMARCHE DE RECHERCHE	3
CHAPITRE I : CONCEPT ET DEFINITIONS	5
CHAPITRE II : DEMARCHE DE RECHERCHE	20
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE	24

DEUXIEME PARTIE : LES RETOMBEES DE LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS ARTISANAUX POUR LES MENAGES ARTISANS DE LA COMMUNE URBAINE D'ARIVONIMAMO	25
CHAPITRE III : LE TRAVAIL DU SISAL DANS LA COMMUNE URBAINE D'ARIVONIMAMO.....	26
CHAPITRE IV : L'ORGANISATION DES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS ARTISANAUX DANS LA COMMUNE URBAINE D'ARIVONIMAMO.....	34
CHAPITRE V : LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS ARTISANAUX : UN MAILLON IMPORTANT	41
CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE.....	52

TROISIEME PARTIE : LES ENJEUX DE LA VANNERIE EN SISAL DANS LA COMMUNE URBAINE D'ARIVONIMAMO	53
CHAPITRE VI : LES CONTRAINTES DE LA FILIERE	54
CHAPITRE VII : SOLUTIONS ET PERSPECTIVES PROPOSEES AUX PROBLEMES	61
CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE	68

CONCLUSION GENERALE	69
BIBLIOGRAPHIE	71
ANNEXES	74
TABLE DES MATIERES	81

RESUME

L'artisanat est un secteur regroupant tous les secteurs dont les activités relèvent de la main. Il possède une immense potentialité et d'une grande possibilité de participer au développement local.

Le sisal, une plante produisant la fibre la plus résistante des fibres végétales présente plusieurs intérêts pour la population locale dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo. Sa transformation et sa commercialisation constituent une activité génératrice de revenus améliorant le niveau de vie paysanne. Depuis la cueillette des feuilles, la production des fibres, la transformation et la vente des produits, les différents acteurs reçoivent des revenus importants. Il fait aboutir à des produits d'importance commerciale aussi bien sur le marché intérieur qu'extérieur. Au niveau de la commercialisation, la proximité de la capitale constitue un atout pour les artisans car Antananarivo est un lieu sûr pour le découlement de produits. La Commune possède aussi un point de vente propre à l'artisanat en plus du grand rôle que joue le marché hebdomadaire.

Cependant, il se trouve que ce secteur soit confronté à quelques contraintes généralement d'ordre socio-économique qui empêchent son épanouissement. La situation du marché par l'abondance des intermédiaires ne fait que diminuer la rentabilité obtenue.

Mots clés : Commercialisation, Arivonimamo, Sisal, Développement

TABLE DES ILLUSTRATIONS

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Répartition des artisans de la Commune selon leur stratégie de marketing	17
Figure 2 : Nombre de population de la Commune Urbaine d'Arivonimamo en 2015.....	30
Figure 3 : Commercialisation des produits artisanaux de la Commune.....	35
Figure 4 : Pourcentage des raisons de non exportation	40
Figure 5 : Valeur estimative de l'exportation des produits artisanaux malagasy de 2011 à 2016.....	51
Figure 6 : Présentation de la clientèle des artisans	58

LISTE DES CROQUIS

Croquis 1 : Localisation de la Commune Urbaine d'Arivonimamo	3
Croquis 2 : La densité de la population dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo	31
Croquis 3 : Les infrastructures routières de la Commune.....	33
Croquis 4 : Flux de commercialisation : Origine et destinations des produits de l'artisanat d'Arivonimamo	39

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Différence entre artisanat de production et artisanat d'art	8
Tableau 2 : Méthode d'analyse des filières.....	10
Tableau 3 : Profil types des artisans de la Commune Urbaine d'Arivonimamo.....	12
Tableau 4 : Taux d'échantillonnage des cibles enquêtées	23
Tableau 5 : Exemple des prix des produits selon le type des clients (en Ariary)	37
Tableau 6 : Budget d'un ménage artisanal : Cas du sisal.....	42
Tableau 7 : Budget d'un ménage commerçant.....	43
Tableau 8 : Budget d'un ménage fournisseur de matières premières	44
Tableau 9 : Impacts des activités artisanales sur le niveau de vie des artisans	45
Tableau 10 : Besoins des artisans de la Commune Urbaine d'Arivonimamo pour le développement du secteur artisanal.....	65

LISTE DES PHOTOS

Photo 1 : Le point de vente des produits artisanaux d'Arivonimamo.....	15
Photo 2 : Chambre de Commerce et d'Industrie : Antenne Arivonimamo.....	19
Photo 3 : Matériel à quatre pédales.....	27
Photo 4 : Matériel à deux pédales.....	28
Photo 5 : Le sisal.....	29
Photo 6 : Les fibres du sisal.....	29
Photo 7 : Fibres du sisal tissées.....	29
Photo 8 : Fibres du sisal tissées et colorées.....	29
Photo 9 : Exposition en France en 2013.....	38
Photo 10 : Quelques produits en sisal d'Arivonimamo.....	47

LISTE DES ANNEXES

Annexe I : Questionnaires	74
Annexe II : Identification de la Commune Urbaine D'Arivonimamo	77
Annexe III : Classification des professions de l'artisanat par filière	78
Annexe IV : Différentes définitions	79

ACRONYMES

BIT	B ureau I nternational du T ravail
CCI	C hambre de C ommerce et d' I ndustrie
CENAM	C entre N ational de l' A rtisanat M alagasy
CERAM	C entre R égional de l' A rtisanat M alagasy
CITE	C entre d' I nformation T echnique et E conomique
CUA	C ommune U rbaine A rivonimamo
EDBM	E conomic D evelopment B oard of M adagascar
FAO	F ood and A gricultural O rganization
FENU	F onds d' E quipement des N ations- U nies
INSTAT	I nstitut N ational de la S TATistique
ONG	O rganisation N on G ouvernemental
ONUDI	O rganisation des N ations- U nies pour le D éveloppement I ndustriel
PCD	P lan C ommunal de D éveloppement
PIB	P roduit I ntérieur B rut
PNUD	P rogramme des N ations- U nies pour le D éveloppement
PROSPERER	P ROgramme de S outien aux P ôles de micro- E ntreprises R urales et aux E conomies R égionales
RN1	R oute N ationale numéro 1
SAHA	S ehatr' A sa H ampandrosoana ny A mbanivohitra
UAMA	U nion des A rtisans de M adagascar
UNESCO	U nited N ation E ducational, S cientific and C ultural
VMSL	V ondrona M pandrindra ny S eham-pihariana L andy

INTRODUCTION GENERALE

Madagascar, une Ile aux milles contrastes, reste profondément attachée à ses traditions tout en suivant les tendances mondiales possède une faune et une flore endémique permettant à l'artisanat local d'avoir une touche d'originalité inimitable reflétant sa richesse culturelle. Pratiqué depuis la nuit des temps, l'artisanat a toujours occupé une grande place dans la vie quotidienne de tout un chacun. Une activité prédominante donnant naissance à une étonnante diversité d'objets artisanaux et des souvenirs provenant dans tous les coins du pays. A l'instar des artisans des autres pays, l'artisanat malagasy est d'une incontestable richesse et d'une étonnante variété, tant dans les formes que dans les techniques et les décors.

Lorsque nous parlons d'artisanat, nous sommes amenés à penser au tourisme. Madagascar oriente l'artisanat pour répondre aux attentes de produits de souvenirs et de cadeaux des touristes. L'intérêt croissant porté au tourisme, crée des opportunités inédites tant pour les professionnels du tourisme que pour les artisans locaux. Il s'agit d'une relation à double sens. D'une part, une destination touristique prisée draine une clientèle quasi captive pour l'artisanat local. Et dans l'autre sens, la réputation de l'offre d'artisanat accroît l'attractivité de l'offre touristique.

L'artisanat malagasy est riche, utilisant des matières premières très diverses et des spécificités régionales tout en étant fortement attaché dans la tradition et la culture. C'est une activité qui anime la vie économique. Les paysans ne se contentent pas seulement des activités de l'agriculture et de l'élevage, ils sont en même temps des artisans, un ensemble qui forme et constitue le cadre de vie de la population. Ce secteur artisanal procure des revenus aux deux millions d'artisans sur une population estimée à près de 25 millions d'habitants, il constitue une activité courante dans la vie rurale à Madagascar et peut constituer une base de développement à condition d'assurer son bon fonctionnement. La vannerie qui est le travail des fibres végétales tient la place la plus importante dans les douze filières qui constitue ce secteur artisanal grâce aux diverses matières premières que possède le pays. Cette filière représente même la moitié des devises provenant de l'exportation des produits artisanaux de Madagascar.

La Commune Urbaine d'Arivonimamo figure parmi les zones où l'artisanat tient une place importante parmi les activités pratiquées par la population. Le recensement a donné 113

ménages artisanaux¹. A travers la vannerie en sisal, une étude de l'artisanat de la Commune peut être faite. D'où l'intitulé de la présente recherche « La valorisation de la vannerie en sisal dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo »

Notre zone de recherche fait partie des Hautes Terres Centrales malagasy. Administrativement, elle est incluse dans le District d'Arivonimamo dans la Région Itasy. Située à 47 km à l'Ouest de la capitale et relié à elle par la Route Nationale N°1, la Commune Urbaine d'Arivonimamo est le chef-lieu du District occupant une superficie de 120km², composée de 13 Fokontany qui se structurent en deux zones bien distinctes : un centre urbain, dans lequel se trouve le chef-lieu de la Commune et une zone rurale périphérique à vocation agricole et artisanale, elle se situe entre 18°54' de latitude Sud et 46°26' de longitude Est. Elle est délimitée au Nord par la Commune rurale d'Ambohitrambo, au Sud par la Commune rurale d'Ampahimanga, à l'Est par la Commune urbaine d'Imerintsiatosika et à l'Ouest par la Commune rurale d'Arivonimamo II.

Les objectifs de notre recherche sont de dégager l'importance et la place de l'activité du sisal dans la vie économique de la population, et de montrer la situation actuelle de l'artisanat dans la Commune.

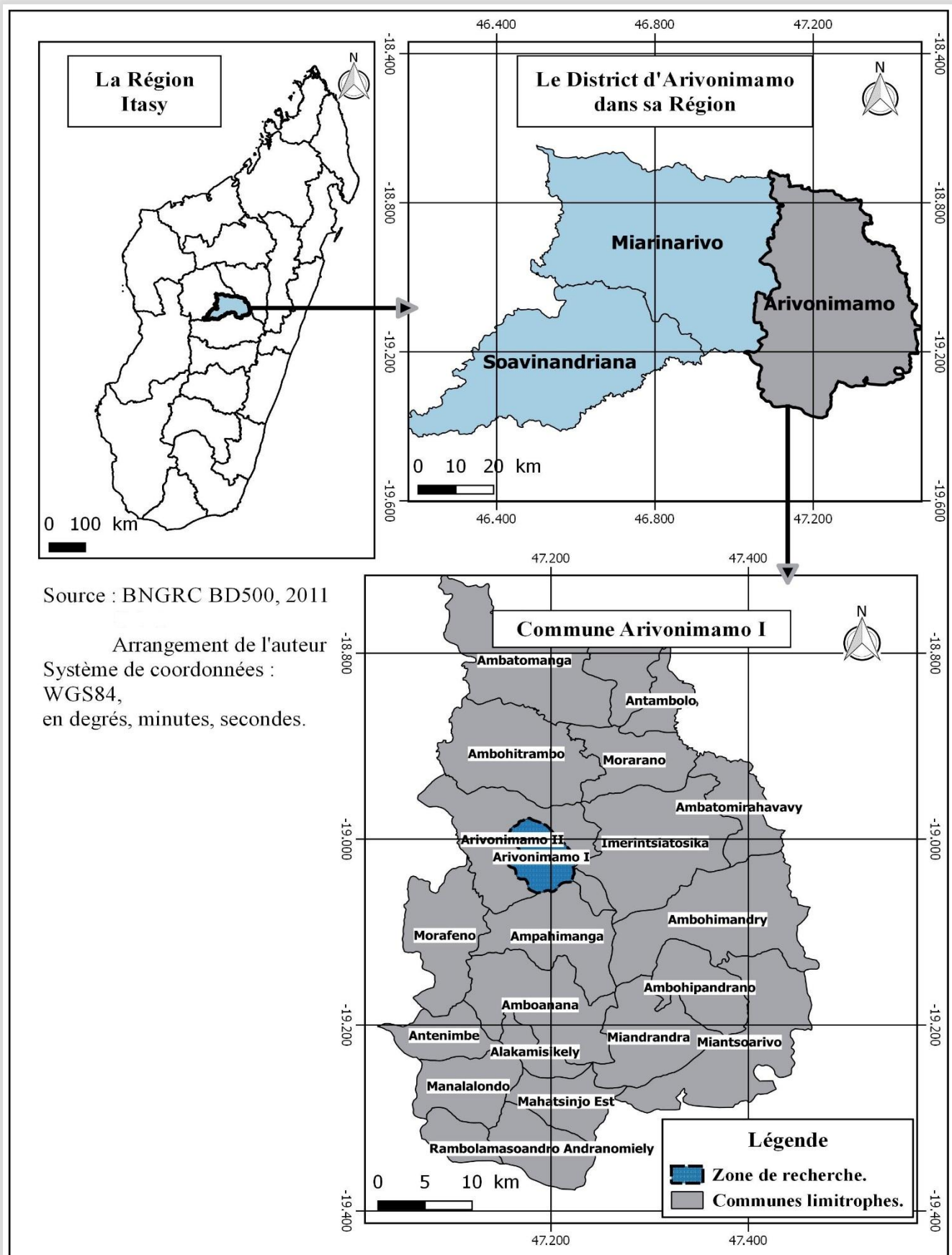
Cette réflexion nous a donc amené à la problématique suivante : « Le travail du sisal contribue-t-il à l'amélioration des conditions de vie des ménages artisanaux de la Commune ? » Ainsi que des questions secondaires :

- Quels avantages la commercialisation des produits artisanaux de la Commune apporte-t-elle aux acteurs concernés ?
- A quoi devrait-il s'élargir, le travail du sisal, pour se dynamiser?

Ainsi, ce mémoire comprendra trois parties. Dans la première partie, nous allons voir un aperçu sur le concept et les définitions concernant l'artisanat. La deuxième partie quant à elle est centrée sur les retombées de la commercialisation des produits artisanaux dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo et dans la troisième partie, nous allons traiter les enjeux de la vannerie en sisal.

¹ Plan communal de développement de la Commune Urbaine d'Arivonimamo – Avril 2016

Croquis 1 : Localisation de la Commune Urbaine d'Arivonimamo



PREMIERE PARTIE : CONCEPT ET DEMARCHE DE RECHERCHE

CHAPITRE I : CONCEPT ET DEFINITIONS

I.1. Le développement progressif de l'artisanat

I.1.1. La production artisanale à l'origine

A l'origine, la production artisanale malagasy s'est reposée sur la fabrication des objets usuels à la vie quotidienne, c'est le cas des ustensiles de maison faites en bois, en fibres végétales, en fer, en argile... Les malagasy ne fabriquent pas ces objets à titre uniquement utilitaire mais aussi ornementale. A l'époque, la plupart d'entre eux n'avait pas de meubles et quand des visiteurs entre dans leur case traditionnelle, ils choisissent une des belles nattes enroulées dans un coin pour les faire asseoir.

Sur le travail des fibres végétales, le travail de la soie tenait une place importante car les « lamba » des rois et des reines devraient être faits de cette manière. C'était aussi une sorte d'impôts à l'époque vue que chaque foyer doit leur apporter des tissus en soie. La population de la Commune Urbaine d'Arivonimamo n'a pas échappé à cette situation par le fait que différents rois ont régné sur le territoire comme Andriamarobasy, Andrianetivola...

I.1.2. La production artisanale sous l'influence européenne

Selon la volonté du Roi Radama I (1810-1828), le premier souverain malagasy que les puissances étrangères dominantes aient reconnu sous le titre du « Roi de Madagascar », de nouvelles techniques sont introduites. Il a fait venir des artisans européens pour ouvrir des écoles professionnelles accompagnés de l'encadrement des artisans malagasy par des missionnaires européens pouvant contribuer à la modernisation du pays.

Cette période a débuté en 1817, année officielle d'ouverture de Madagascar au monde extérieur² et son entrée sur la scène internationale. Cette période fut marquée également par la révélation des produits de l'artisanat malagasy au monde extérieur avec le début de la participation des artisans à de grandes manifestations internationales, telle que l'Exposition Universelle de Paris de 1900. Ce fut à partir de cette période que Madagascar participa à plusieurs foires et expositions internationales pour faire connaître les produits de son artisanat.

² Le 23 Octobre 1817, le Roi Radama I signe avec les émissaires britanniques un accord ou, en échange de l'abolition du commerce des esclaves avec les européens, il reçoit une assistance pour moderniser son royaume et son titre de roi de Madagascar

I.1.3. La production artisanale durant la colonisation

En 1897, l'école professionnelle de Tananarive fut ouverte par le Général Gallieni. Les matières enseignées furent choisies par ce dernier parmi lesquels le textile d'où l'existence de la filature et du tissage du coton et des différents types de soie et l'élevage de vers à soie. L'administration a organisé à Madagascar des foires au cours desquelles les artisans furent très sollicités pour exposer leurs produits.

Face à la concurrence des produits étrangers, les artisans se regroupèrent en 1948 au sein d'une association appelée Union des Artisans de Madagascar (UAMA). Ces artisans ont éprouvé le besoin de contrôler la commercialisation de leur production et considéré comme une nécessité l'ouverture d'un local où ils pourraient exposer leurs œuvres. Ce fut leur principal objectif car il était important de mettre à la disposition du public leurs produits.

I.1.4. La production artisanale après l'indépendance

L'artisanat à Madagascar a commencé à se développer après son évolution due aux influences étrangères et l'ouverture du pays dans le monde. Pourtant, Madagascar se trouvait à une période de pleine phase d'industrialisation et de mutation sociale vers la modernité, ainsi le secteur artisanal ne fait guère des priorités des gouvernements successifs. De plus, le concept « *Vita gasy*³ » est encore une connotation péjorative et souvent mal perçue. Mais face aux difficultés quotidiennes, la population a été obligée de trouver des moyens pour subvenir à leur besoin. Ainsi, à part les autres activités, l'artisanat n'a pas été délaissé.

L'Etat s'est de nouveau intéressé au secteur de l'artisanat avec l'appui des bailleurs de fonds dans le cadre de projet d'encadrement et avec le soutien des partenaires notamment l'Union Européenne, le PNUD et l'ONUDI.

Le Centre National de l'artisanat Malagasy (CENAM) a été créé⁴ sous la Deuxième République. Son but principal est de promouvoir et de développer le secteur de l'artisanat avec son rôle d'apporter un appui, une promotion et une assistance à l'artisanat malagasy. Même si ce dernier est confronté au phénomène de rejet du « *Vita gasy* », sa richesse en ressources naturelles, son rôle dans la valorisation du patrimoine culturel et de l'identité nationale, il a toujours tenu son rôle dans la vie sociale, économique et culturelle du pays.

³ Fabriqué à Madagascar

⁴ Décret N°78-244 du 18 Aout 1978

La mise en place du Service de l'Artisanat en Direction de l'Artisanat au sein du Ministère de l'Industrie, de l'Energie et des Mines en 1988; qui ensuite en 1998, élevée au rang de Direction Générale au sein du Ministère de l'Industrie et de l'Artisanat comble le tout.

I.2. Des définitions associées à l'artisanat

I.2.1. Artisanat

Distinct de l'agriculture, de l'industrie, du transport et du commerce, l'artisanat est un secteur économique couvrant les activités de production, de transformation, de réparation et de service, réalisés essentiellement à la main par une main d'œuvre locale. Une activité traduite par un savoir-faire particulier transmis de génération en génération et un contexte non industriel.

Ainsi, il existe trois types d'artisanat :

- ***Artisanat d'art*** : toute fabrication principalement mutuelle d'objets utilitaires à caractère décoratifs, revêtant un caractère artistique permettant la transmission d'un savoir-faire ancestral. Tout artisanat est considéré d'art lorsqu'il se distingue par son authenticité, son exclusivité et sa créativité.
- ***Artisanat de production ou artisanat utilitaire*** : toute fabrication de biens de consommation courante n'ayant pas un caractère artistique particulier destinés aux ménages, à l'industrie et à l'agriculture.
- ***Artisanat de service*** : l'ensemble des activités exercées par un artisan et fournissant un service d'entretien, de réparation et de restauration.

Tableau 1 : Différence entre artisanat de production et artisanat d'art

Traits de différenciation	Artisanat de production	Artisanat d'art
Matières premières	Non exigeant	Plus exigeant
Mode de production	Quantité	Qualité
Aspect	Simple	Plus raffiné
Catégories	Bas de gamme	Moyen et haut de gamme
Clientèle	A faible pouvoir d'achat	A forte pouvoir d'achat
Système de vente	Intérieur	Intérieur et extérieur
Prix	Moins élevé	Elevé

Source : Direction générale de la Promotion de l'Artisanat, Rapport annuel 2014

D'après le tableau N°1, nous pouvons constater que l'artisanat d'art et l'artisanat de production ont des ressemblances mais aussi des différences selon les produits finis obtenus. Ce sont ces traits de différenciation qui peuvent les distinguer de près.

I.2.2. Produits artisanaux

« On entend par produits artisanaux les produits fabriqués par des artisans, soit entièrement à la main, soit à l'aide d'outils à main ou même de moyens techniques, pourvu que la contribution manuelle directe de l'artisan demeure la composante la plus importante des produits finis. Ces produits sont fabriqués sans restriction en termes de quantité et en utilisant des matières premières prélevées sur des ressources durables. La nature spéciale des produits artisanaux se fonde sur leurs caractères distinctifs, lesquels peuvent être utilitaires, esthétiques, artistiques, créatifs, culturels, décoratifs, fonctionnels, traditionnels, symboliques et importants d'un point de vue religieux ou social. »⁵

I.2.3. Artisan

« L'Artisan est un agent économique dont l'activité principale consiste soit en un travail manuel de transformation de matière en produit utilitaire ou en produit d'art, soit en une prestation de service requérant un travail manuel de transformation ou de maintenance »⁶.

⁵ Définition adoptée par le Symposium UNESCO/CCI « L'artisanat et le marché mondial : commerce et codification douanière », ayant eu lieu à Manille du 6 au 8 octobre 1997.

⁶ Loi malagasy n°95-004 relative à l'Artisanat, Article 3

De plus, « Un artisan est un travailleur indépendant qui exerce pour son propre compte un métier manuel pour lequel il justifie d'une qualification professionnelle. »⁷

« L'artisan... s'adonne à l'exercice de toute activité d'extraction, de production, de transformation... de réparation des biens ou des prestations de services,... laquelle activité requiert une maîtrise technique et un savoir-faire précédés d'un apprentissage ou d'une formation assortie d'une pratique du métier,... où le mode de production, de transformation pouvant inclure des machines et outillages ne débouche pas sur une production automatisée »⁸.

I.3. Filière

« On entend par filière l'ensemble des agents économiques⁹ et la succession des opérations qui, partant en amont d'une matière première, aboutit en aval, après plusieurs stades de transformation et de valorisation, à un ou plusieurs produits finis au niveau du consommateur. Une filière est donc une suite d'opérations, de transformations, une suite d'agents et donc une suite de marchés. Plus précisément, on entend par filière l'ensemble des agents économiques qui contribuent directement à la production, puis à la transformation et à l'acheminement jusqu'au marché de réalisation d'un même produit. Ainsi la filière permet de décrire de l'amont vers l'aval, l'enchaînement des opérations de transformation et de répartition qui valorisent les ressources d'un pays. »¹⁰

« La filière est un système d'agents qui concourent à produire, transformer, distribuer et consommer un produit ou un type de produit »¹¹

L'analyse d'une filière permet de repérer des relations de linéarité, de complémentarité et de cheminement entre différents stades de transformation au sein des systèmes se subdivisant en 4 étapes présenté par le tableau N°2 :

⁷ Selon l'Institut National de la Statistique

⁸ Loi n°2015-059 portant sur le code de l'artisanat, Article 3

⁹ Les individus ou les groupes d'individus qui interviennent dans la production, l'échange, la transformation et la consommation de produits

¹⁰ BOCHEL (L), TALLEC (F), 2005, *L'approche filière, Analyse fonctionnelle et identification des flux*

¹¹ DUTEURTRE (G), KOUSSOU (M), 2000, *Une méthode d'analyse des filières*

Tableau 2 : Méthode d'analyse des filières

PHASES	OBJECTIFS
1. Délimitation de la filière	• Identification des acteurs et des fonctions • Estimation des prix et des quantités • Construction du graphe de la filière • Construction d'une carte des flux
2. Typologie des acteurs	• Analyse des stratégies
3. Analyse comptable	• Analyse des revenus et des marges ; répartition de la valeur ajoutée et de l'accumulation de capital
4. Analyse de l'organisation	• Compréhension des relations entre acteurs et des règles qui régissent ces relations

Source : DUTEURTRE (G), KOUSSOU (M), 2000, *Une méthode d'analyse des filières*

I.4. Les types de filière artisanale

Face à ces différentes définitions, nous pouvons répartir la filière artisanat en plusieurs filières regroupant plusieurs métiers. Pour l'artisanat malagasy, il est subdivisé en douze filières par l'administration mais présentons ci-dessous un panorama général des filières les plus importantes dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo.

I.4.1. La vannerie

La vannerie est présente partout à Madagascar grâce aux grandes diversités de matières premières du pays. La confection d'objets en fibres végétales tressées ou tissées constitue l'une des richesses de cette filière. Les matières premières souvent connues par leurs noms vernaculaires, varient suivant les régions constituées du sisal, de raphia, de jonc, de bambous, de palmiers... La CUA bénéficie de la présence du sisal et du jonc dans les communes environnantes. Les produits les plus courants sont les paniers faits de tige de jonc, des produits très utiles pour les paysans à différents usages comme le stockage et le transport des produits à vendre aux marchés, le transport des récoltes, des fumiers, des semences... Quant au sisal, les produits issus de cette fibre sont de tous sortes tels que les paniers, les sacs, les chapeaux, les sets de table...

I.4.2. La soie

La soie a toujours eu une importance culturelle et identitaire pour la population malagasy. Seuls les nobles et les descendants de sang royal avaient le droit de porter ce tissu luxueux à l'époque. Elle est utilisée dans les funérailles pour les linceuls jusqu'à aujourd'hui en plus des produits artisanaux comme les sacs, chapeaux, écharpes... Elle est devenue une identité nationale portée avec fierté par la population et elle est de plus en plus un joyau qui reflète l'authenticité et la tradition malagasy.

Deux sortes de soie existent à Madagascar : la soie d'élevage ou « landy kely », importés vers 1840 par Jean Laborde, qui se nourrit des feuilles de murier et la soie sauvage ou « landibe » ou *Borecera Madagascariensis* vivant dans les forêts de Tapia.

Localisées uniquement sur les Hautes Terres Centrales malagasy, ces forêts représentent leurs derniers vestiges de la végétation forestière primaire. Sa distribution est divisée en quatre zones principales :

- Imamo formé par le district d'Arivonimamo et le district de Miarymarivo
- Col de Tapia se trouvant entre les districts d'Antsirabe et d'Ambositra
- Itremo regroupant Ambatofinandrahana et la chaîne d'Itremo
- Isalo près de Ranohira

Le travail de la soie avait toujours une place importante dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo et même dans la Région Itasy. L'appellation « *Landin'Imamo* » a longtemps fait la célébrité de la Région. La structure de coordination régionale de la soie ou VMSL¹² a été même mise en place¹³ pour être un outil d'échange et de facilitation des actions de développement de la filière soie.

I.4.3. Le travail des métaux

La forge, la ferronnerie d'art ainsi que le travail de l'aluminium recyclé sont les métiers qui caractérisent le mieux cette filière. Les activités de la forge constituent une des spécialités des artisans de Mangatany, un des treize Fokontany qui constitue la CUA. Ces artisans se spécialisent dans la fabrication des outils agricoles comme les charrues, les bêches... et fournissent ces différents matériaux à tous les paysans du District.

¹² Vondrona Misahana ny Seham-pihariana Landy ou Comité de Coordination de la Filière Soie

¹³ Fin de l'année 2006

I.4.4. Le travail du bois

La biodiversité de Madagascar offre des essences adaptées aux différentes techniques de travail du bois : le bois de rose, le palissandre, le bois d'ébène et même les bois ordinaires. Dans la vie quotidienne, le bois est utilisé pour fabriquer des mobiliers, meubles, ustensiles... dans le domaine de l'art, il est exploité pour produire des objets décoratifs et des produits artisanaux comme des statuettes, les Aloalo, les bateaux miniatures... La CUA possède des artisans se spécialisant dans la menuiserie, ils travaillent tous types de bois selon les commandes et les types de produits que réclament les clients.

I.5. Le profil des artisans de la Commune Urbaine d'Arivonimamo

I.5.1. Les ménages artisanaux

Les artisans qui sont des travailleurs manuels exercent leur métier avec l'aide des membres de sa famille ou seul et éventuellement avec l'aide de quelques compagnons. Ces artisans sont essentiellement des chefs de ménages, plus de 70%, ce qui n'est pas surprenant car ils sont âgés de 40 ans en moyenne. Toutefois, nous constatons l'existence de jeunes artisans de moins de 20 ans, même s'ils sont en proportion négligeables par rapport à l'ensemble. L'âge maximal des artisans est de 88 ans et l'âge médian 39 ans.

Tableau 3 : Profil types des artisans de la Commune Urbaine d'Arivonimamo

Profil type des artisans d'Arivonimamo	
-	L'artisan est âgé de 40 ans (en moyenne)
-	42% sont des femmes
-	62,5% sont des artisans individuels
-	89% des artisans ont repris une affaire familiale
-	54% des artisans ne sont pas allés au-delà de l'école primaire
-	78% n'ont bénéficié d'aucune formation professionnelle
-	73% travaillent à domicile
-	66% des artisans vivent uniquement de leur travail

Source : PCD Commune Urbaine d'Arivonimamo 2016

I.5.2. Les entreprises artisanales

Ce sont des entreprises dirigées par un individu qualifié d'artisan ayant reçu des formations concernant le secteur. L'aide de quelques artisans de qualité constitue la main d'œuvre et elle recourt le plus souvent à des apprentis qui auront été formés et sélectionnés. Dans la CUA, cette entreprise fait vivre 6 à 7 employés environ.

I.5.3. Les associations artisanales

Ce sont des groupements d'artisans fondé sur la libre adhésion de ses membres ayant tous la qualité d'artisans, par leur propre volonté dans un but et dans un intérêt commun. Elles ont pour objectif la réalisation de toutes opérations et la prestation de tous services susceptibles de contribuer directement ou indirectement au développement des activités artisanales et des métiers de ses membres. Dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo, l'association Taretra représente le travail du sisal. Elle est formée par quatre artisans qualifiés représentant le travail du sisal dans la Commune dans le but de développer ce secteur encore peu exploité.

I.6. Les caractéristiques de l'exploitation artisanale

I.6.1. Le lieu d'exploitation

La plupart des artisans de la Commune travaillent à domicile, ils constituent 80% des artisans, c'est le cas des ménages artisanaux. En effectuant leur activité, ils travaillent dans un endroit exigu, mais il y en a quand même ceux qui ont leur propre atelier hors de leurs domiciles, et il y a aussi ceux qui travaillent dans une entreprise artisanale.

I.6.2. La durée du travail

La durée du travail des artisans et des employés est variable, mais en général, les employés dans les entreprises travaillent 8 heures par jour, soit 40 heures par semaine, et chez les ménages artisanaux ils travaillent 12 heures par jour. Mais ces durées ne sont pas fixes, car la production dépend des volumes de la commande. En cas de forte demande, ils doivent travailler beaucoup et voient leur durée de travail s'allonger.

I.6.3. Le mode de production

Les artisans adoptent des modes de production, selon leur convenance. En général ils produisent selon les commandes reçues. Le mode de production peut être regroupé soit :

- la production sur commande seulement ;

- la production sur commande et sur stock ;
- la production sur stock seulement.

Les commandes reçues dépendent de la capacité des artisans à produire beaucoup et vite. Les entreprises artisanales ont alors plus d'avantage face aux ménages artisanaux, car ils emploient plusieurs personnes en qualité d'artisans, alors que chez les ménages seul l'artisan a cette qualité et les membres de la famille ne constituent qu'une simple aide.

I.7. Les principaux acteurs de la filière

I.7.1. Les fournisseurs de matières premières

Il n'y a pas d'artisanat sans matières premières. Ce dernier constitue l'une des bases d'une activité artisanale. Les matières premières utilisées varient d'un artisan à un autre et d'une filière à une autre selon les compétences de production.

Pour le cas de notre étude, les matières premières qui sont le sisal proviennent des Communes et des Districts environnants. Les artisans obtiennent la majorité dans toutes les Communes du District d'Arivonimamo, une part dans le District de Soavinandriana et de Miarinarivo comble le tout.

I.7.2. Les artisans de produits semi-transformés

Ces artisans s'approvisionnent auprès des collecteurs ou des paysans qui font le voyage des zones productrices de matières premières jusqu'au marché hebdomadaire. A ce stade, ces artisans producteurs effectuent un certain nombre d'étapes dans le processus de transformation jusqu'au produits finis : la préparation des matières premières pour son travail ultérieur, puis la teinture et enfin son tressage ou tissage. Ces acteurs répondent à des commandes comme le cas des artisans de notre zone d'étude mais ils produisent aussi quelques articles pour les boutiques et autres points de vente.

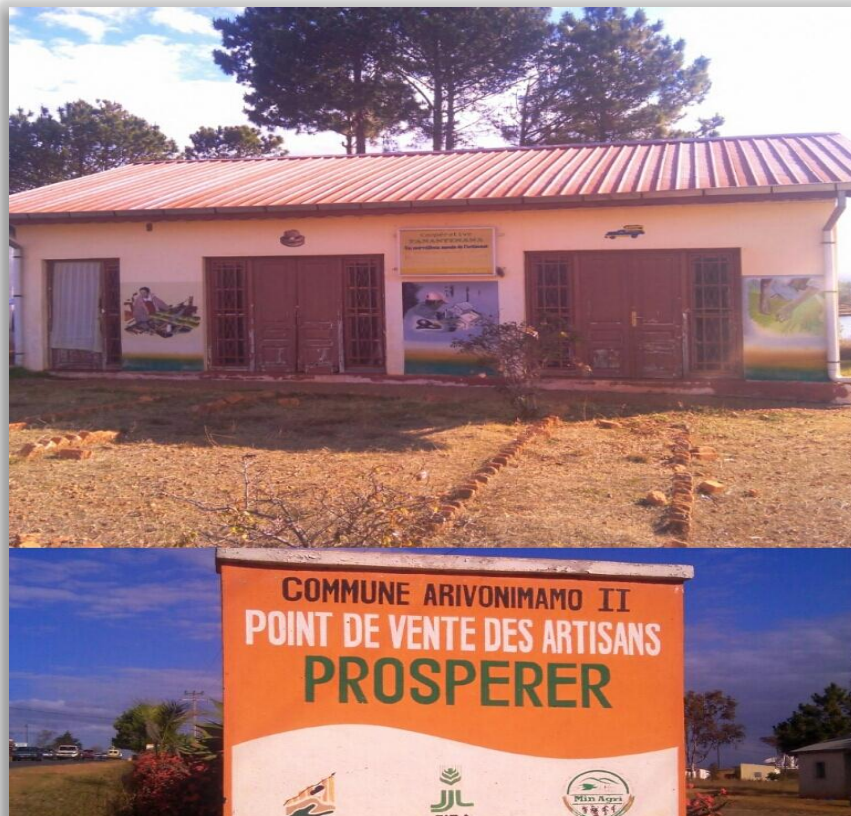
I.7.3. Les artisans des produits finis

Ce type d'acteur exerce leur rôle dans la vente. Ces produits finis sont vendus sur les marchés, dans des boutiques ou galeries d'arts ou au bord de la route.

Concernant les boutiques ou galeries d'art, ils représentent un débouché pour l'artisanat moyen et haut de gamme, les touristes étrangers ainsi que la population locale. Ils

appartiennent souvent à des unités artisanales qui y écoulent leur produit en exclusivité ou à des revendeurs en détail. La CUA possède un point de vente destiné aux produits artisanaux conçu pour être un point d'écoulement des produits de tous les artisans du District d'Arivonimamo et même les autres Districts de la Région afin de les aider à vendre leur produits et de mettre en valeur l'identité locale.

Photo 1 : Le point de vente des produits artisanaux d'Arivonimamo



Source : Cliché de l'auteur, 2017

I.8. La commercialisation des produits artisanaux

Le mode de commercialisation constitue l'étape finale une fois les artisans producteurs finissent leurs travaux. Chacun d'eux choisissent le mode d'écoulement des produits selon leur volonté et leur possibilité.

Trois stratégies de marketing sont alors adoptées par les artisans malagasy : la stratégie de marketing passive, la stratégie de marketing active et la stratégie de marketing moderne. Seules deux d'entre elles sont utilisées par les artisans de la CUA.

I.8.1. La stratégie de marketing passive

Une stratégie de marketing passive consiste à attendre les clients à venir vers les artisans producteurs, cela ne fait que favoriser l'intermédiation. C'est la stratégie la plus envisagée par les artisans de la Commune. Cette stratégie n'aide pas à développer leur exploitation, et en outre ne fait que diminuer leur rentabilité, car leurs clientèles ne sont constitués que d'intermédiaires. Ce sont eux, les intermédiaires qui assurent la commercialisation des produits finis sur le marché final ou parfois de leur transfert à d'autres commerçants ou intermédiaires, et imposent les prix aux producteurs.

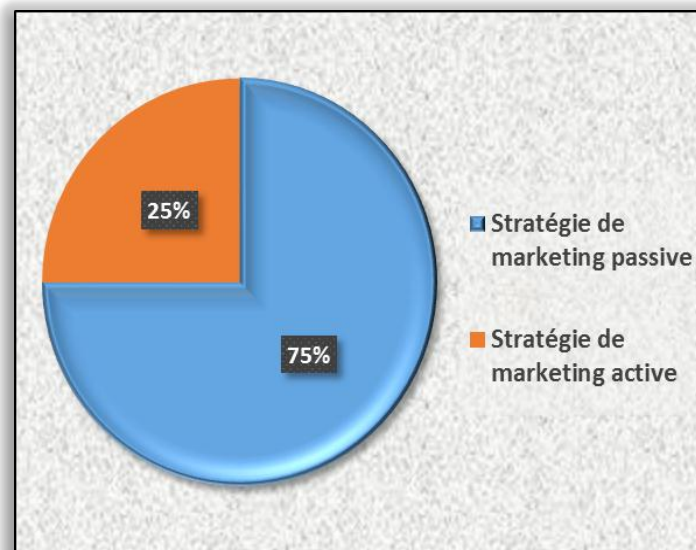
I.8.2. La stratégie de marketing active

Par contre, la stratégie de marketing active concerne la vente des produits finis directement sur les marchés finaux sans intermédiaire. Cette stratégie est la plus souvent adoptée pour ceux qui ont la possibilité de vendre directement. Dans des cas très rares, les ménages artisanaux vendent directement sur le marché sans intermédiaires, mais à une faible proportion, ils commercialisent leurs produits en marchant sur les routes ou en s'installant sur les trottoirs. Dans l'ensemble, qu'il s'agit des entreprises ou non, la proportion des artisans adoptant cette stratégie est inférieure à celui de la première.

I.8.3. La stratégie de marketing moderne

Tous les moyens sont cherchés par les artisans pour pouvoir vendre leurs produits et avoir des bénéfices. Cette stratégie concerne la vente des produits par internet, à la télévision... Avec l'évolution de la technologie ou bien la révolution numérique, cette stratégie gagne une place importante puisqu'elle aide les artisans à ne pas recourir aux intermédiaires et avoir une relation directe avec les clients. Les artisans de notre zone d'étude travaillant le sisal connaît à peine cette stratégie et n'envisage pas à l'adopter faute de leur faible connaissance de la révolution numérique.

Figure 1 : Répartition des artisans de la Commune selon leur stratégie de marketing



Source : Enquête personnelle, 2017

D'après la figure N°1, dans l'ensemble, la plupart des artisans attendent les clients venir à eux faute de leur méconnaissance des marchés et de leur faible capacité entrepreneuriale. C'est la stratégie de marketing passive tenant la plus grande part. Quant à ceux qui adoptent la stratégie de marketing active, ils forment l'autre part. Ces artisans écoulent leurs produits en se déplaçant vers les marchés pour rencontrer les clients.

I.9. Les institutions intervenants dans le secteur artisanat

Des institutions contribuent à la promotion et à la protection de l'artisanat à Madagascar.

I.9.1. Le CENAM

Le CENAM est une organisation à but non lucratif qui a été créé le 18 Août 1978. Il se pose comme objectifs principaux de contribuer au développement économique de chaque Région, de créer des emplois et enfin de promouvoir l'artisanat.

Pour atteindre ces objectifs il doit :

- former les artisans soit par l'embauche de formateurs soit par une formation directe ;
- inciter à la création de nouveaux produits et faire de son possible pour pouvoir le mettre sur le marché mais également pour chercher des débouchés pour les produits
- organiser des évènements tels que des foires ou expositions.

Les ressources financières dont dispose le CENAM pour exécuter toutes ces actions sont les subventions accordées par l'Etat, les aides financiers des organismes gouvernementaux nationaux ou non nationaux et la location de terrains ou autres.

I.9.2. Les Chambres de Métiers et les Chambres de Commerce et de l'Industrie (CCI)

Ils ont pour rôles et objectifs de :

- exercer une certaine autorité et influence quant à la prise de décision sur l'avenir du secteur. D'abord, elles déterminent l'orientation générale des activités artisanales. Mais aussi, elles servent d'intermédiaire entre les artisans et les administrations en fournissant à ces derniers toutes les informations, avis et recommandations sur les intérêts généraux du secteur de l'artisanat. Enfin, elles assurent la gestion de certains équipements ou établissements d'intérêt général sur l'artisanat.

- contribuer de manière active à la formation professionnelle des artisans en délivrant les certificats ou attestations de connaissances professionnelles nécessaires à l'inscription au registre des métiers. Elles organisent également des formations et perfectionnements pour les artisans de sa circonscription.

- assurer une cohésion et entraide au niveau des artisans par le regroupement des artisans en associations professionnelles ou par la création d'œuvres d'entraide comme l'assistance artisanale.

- promouvoir le développement des activités artisanales par plusieurs moyens tels que : la réalisation d'enquêtes et d'études sur les intérêts généraux du métier ; l'organisation de diverses expositions et manifestations liées au secteur artisanal ; la protection des œuvres des créateurs.

Il existait 14 Chambres de Métiers à Madagascar sauf que seulement, celles de Diego, Antananarivo, Antsirabe, Ambohidratrimo et Toliara sont actives aujourd'hui, par manque de ressources financières. Quant au Chambre de Commerce et d'Industries, la Commune Urbaine d'Arivonimamo possède son propre antenne sous la direction de celle de la Région Itasy.

Photo 2 : Chambre de Commerce et de l'Industrie : Antenne Arivonimamo



Source : Cliché de l'auteur, 2017

CHAPITRE II : DEMARCHE DE RECHERCHE

Comme toute recherche universitaire, le choix d'une démarche afin d'orienter et de guider sa réalisation est essentiel. Cela aide à bien élaborer la recherche tout en suivant son objectif. Pour la présente recherche, une démarche déductive est adoptée. Cette démarche consiste à mettre en avance une hypothèse déjà établit pour ensuite la vérifier et la valider sur terrain.

II.1. Les étapes des travaux de recherche

L'approche méthodologique sera basée sur les principes suivantes comprenant trois étapes dont :

- Etape 1 : Préparation générale
 - Réflexion sur le thème et la zone d'étude
 - Documentation
 - Elaboration des questionnaires
- Etape 2 : Les travaux de terrain
 - Sortie sur terrain
 - Collecte d'informations
- Etape 3 : Les travaux de rédaction

II.1.1. Préparation conceptuelle du mémoire et des travaux de terrain

II.1.1.1. Réflexion sur le thème et la zone d'étude

Le choix du thème s'est tourné sur la vannerie en sisal dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo de façon à ce que :

- Cette activité fait vivre une partie de la population locale
- L'approfondissement des recherches et des connaissances sur ce domaine s'avère très important car il permet de valoriser le secteur de l'artisanat dans la Commune

Ce choix est très essentiel car il permet d'attirer l'attention des lecteurs sur les potentialités que possède la zone.

II.1.1.2. La documentation

Une des phases les plus importantes, la recherche documentaire s'est débutée au mois de Juillet avec la consultation de divers ouvrages généraux et spécifiques, des mémoires et thèses, des archives, des revues, des monographies et statistiques ainsi que des cartes, ce dernier est

préalable pour l'analyse de l'aspect spatiale de la zone d'étude. Différents bibliothèques ont été fréquentés tels que la Bibliothèque de la Géographie, la Bibliothèque Universitaire, la Bibliothèque de l'Ecole Supérieur des Sciences Agronomiques, la Bibliothèque de l'Economie, la Bibliothèque du CITE ainsi que la Bibliothèque Municipale. Nous avons fait aussi des recherches auprès de différents services comme le service de la statistique (INSTAT) et le CENAM ainsi que les centres de documentation des différents Ministères tels que le Ministère de la Culture et de la Promotion de l'Artisanat et du Sauvegarde du Patrimoine et le Ministère de l'Environnement, de l'Ecologie et de la Forêt. La lecture de ces différents ouvrages nous a donné les occasions pour bien cerner notre zone d'étude.

Pour combler et pour avoir beaucoup plus d'information et de données, nous avons également consulté quelques sites, tout ça a servi de guide et de référence. Cette phase nous a permis la préparation des travaux de terrain.

Lors de cette documentation, certains ouvrages ont été plus pertinents que d'autres. Tels est le cas des deux ouvrages suivants :

- **VESTALYS (H.), ANDRIANARIVELO (M.S.), 2008, *Analyse de la filière artisanat à base de fibres végétales dans la Région Analamanga.***

Cet ouvrage est très pertinent car il oriente très bien les grandes lignes à connaître dans ce mémoire. Dans cet ouvrage, les auteurs parlent de l'importance de l'activité de transformation des fibres végétales par le savoir-faire des artisans, le grand nombre de capital humain qui s'y investi et les grandes variétés de matières premières que possède Madagascar. Les principaux caractéristiques et spécificités de la filière artisanat à base de fibres végétales se sont aussi abordées. Par la commercialisation des produits artisanaux issus de ce travail, ils ont constaté que cette filière a été identifiée comme filière porteuse car elle procure des revenus non négligeables à tous les acteurs concernés. A la fin, des solutions ont été proposées pour aider ce secteur à se développer face aux difficultés que rencontrent les artisans dans leurs activités.

- **RASOLOFOSON (H.)**, 2009, *Le tady : un moyen d'intégration des paysans dans le circuit monétaire, cas de la Commune Rural d'Ampahimanga, District d'Arivonimamo, Mémoire de Maitrise.*

Ce mémoire présente des éléments très importants sur tous ce que nous devons savoir sur le sisal. L'auteur apporte toutes les informations concernant ce type de fibre végétale : son origine, sa transformation, son utilité...et même que le sisal par son importance dans la production des produits artisanaux est la plus sophistiquée et la plus résistante des fibres végétales. Il parle aussi de l'importance du travail du sisal par le fait que cette activité en est la base dans la Commune. Elle fait vivre la population et permet d'améliorer leur niveau et qualité de vie. L'auteur a souligné que sa non valorisation et son concurrence face à la soie constitue un frein au développement et au bon fonctionnement de cette activité.

II.1.1.3. Elaboration des questionnaires

Cette phase est décisive, étant donné que sa formulation peut entraver la recherche si elle est mal conçue. Les questionnaires doivent être donc très spécifiques à chaque domaine et à chaque cible de la zone d'intervention.

Elle consiste à formuler des questionnaires appropriés, adaptés aux enquêtés dans le but d'obtenir le plus d'informations et de renseignements possibles et utiles pour la rédaction.

II.1.2. Les travaux de terrain

La documentation n'est pas suffisante pour l'élaboration d'un travail de recherche. Pour compléter les données, nous avons alors effectué l'enquête et l'observation sur terrain, une étape qui consiste à compléter les données ainsi qu'à prendre les photos nécessaires pour illustrer, couvrir et transmettre les faits. Les enquêtes se sont concentrées sur tout ce qui peut toucher l'artisanat même les plus minutieuses.

Suivant les objectifs de la recherche et ne sortant pas dans le sujet, nous avons fait des investigations et des enquêtes auprès de différents acteurs, des institutions et des organismes touchés par le secteur de l'artisanat.

Tableau 4 : Taux d'échantillonnage des cibles enquêtées

GROUPES CIBLES		NOMBRE TOTAL	NOMBRE DES ENQUETES	TAUX D'ECHANTILLONNAGE
Autorités locales	<i>Commune</i>	02	02	100%
	<i>Fokontany</i>	13	8	61,5%
Président du secteur Artisanat (Itasy)		01	01	100%
Atelier		05	03	60%
Point de vente		02	02	100%
Fournisseurs de matières premières		-	5	-
Ménages artisanaux		60	25	41,6%

Source : Enquête personnelle, 2017

D'après le tableau N°4, nous pouvons voir que le taux d'échantillonnage est assez élevé pour l'ensemble des groupes choisis sauf pour celui des fournisseurs de matières premières. Le problème s'est posé par le fait que le nombre exact de ce type d'acteur n'a pas pu être défini en raison de sa volatilité. Mais le questionnaire se veut qualitatif afin de tirer toutes les informations nécessaires concernant les matières.

II.1.3. Les travaux de rédaction

Cette étape consiste à analyser les données recueillies lors de la documentation et celles collectées sur le terrain avant d'entamer la rédaction. Ces documents sont rassemblés et ensuite classés selon leur nécessité et leur utilité. Pour combler le tout, des cartes, des croquis et des figures ont été confectionnés.

II.2. Les problèmes rencontrés

- Manque de données financières au niveau de la Commune causé par les problèmes de l'ancien régime.
- Le refus et la méfiance des personnes enquêtées surtout en ce qui concerne les informations financières.
- L'épidémie de la peste qui avait perturbé le bon déroulement des travaux de terrain.

CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE

L'artisanat a toujours eu une place importante dans la vie quotidienne de la population. Il a aussi toujours fait partie de la vie économique, culturelle et sociale de tout un chacun. Il présente plusieurs filières et s'est évolué suivant le développement de chaque localité concernée. Un secteur en pleine croissance pouvant devenir un des secteurs porteurs dans l'économie de Madagascar.

La Commune Urbaine d'Arivonimamo bénéficie des potentialités issues des différents types de matières premières et des artisans habiles permettant à l'artisanat d'avoir une place importante. Elle est aussi dotée d'une localisation géographique avantageuse car elle est desservie directement par la RN1 facilitant tous types de communications et de transports pour la commercialisation des produits artisanaux et la mise en valeur du secteur artisanal que bénéficie la Commune.

La production artisanale touche toutes les catégories de population qu'elle soit rurale ou urbaine. Ainsi, plusieurs acteurs interviennent de l'amont à l'aval de ce secteur.

**DEUXIEME PARTIE : LES RETOMBEES DE
LA COMMERCIALISATION DES
PRODUITS ARTISANAUX DE LA
COMMUNE URBAINE D'ARIVONIMAMO**

CHAPITRE III : LE TRAVAIL DU SISAL DANS LA COMMUNE URBAINE D'ARIVONIMAMO

III.1. Le sisal, une plante à multiples usages

Le sisal est une plante faisant partie des richesses florales de Madagascar. Il a été introduit dans l'Ile pendant la période coloniale. Il est originaire de Mexique où il s'appelle Agave Sisalana. Une plante qui est devenue l'objet d'une exploitation artisanale et industrielle par sa fibre très résistante à l'usure. Elle est la plus sophistiquée des fibres végétales. Chaque feuille qui est d'une longueur moyenne de 1,6 mètres peut peser jusqu'à 1kg et fournir près de 30 grammes de fibres. Il pousse, se multiplie naturellement et rapidement tout en assurant plusieurs fonctions économiques, sociales et écologiques. Le sisal est utile à plusieurs fins, tant agricoles qu'environnementales.

III.1.1. Usages agricoles et traditionnels

Le sisal est utile en tant qu'usages agricoles par le fait que ses feuilles constituent des composants enrichissant d'engrais servant à l'agriculture. L'épandage de ces feuilles sur le champ donne cet avantage par la détérioration du soleil, de la pluie et du temps.

Aux usages traditionnels, par sa haute résistance, les fibres de sisal sont utilisées pour la production des ficelles agricoles et des cordes...Elles servent également à la fabrication des sacs, des chapeaux, des jeux de fléchettes et des disques de polissage dans les industries et les ateliers correspondants. Actuellement, elles se prêtent à de nombreux emplois et présentent d'importants avantages socio-économiques et environnementaux car elles ont conquis le monde de l'art.

III.1.2. Usages environnementaux

Côté environnement, le sisal est une plante qui protège le sol contre l'érosion en raison de ses profondes racines. Plantés en haies, il constitue une barrière végétale efficace pour protéger les cultures des prédateurs. Tout au long de son cycle de vie, il absorbe plus de dioxyde de carbone qu'il n'en produit. Au cours de sa transformation il génère principalement des déchets organiques et des résidus de feuilles qui peuvent être utilisés pour produire des engrais ; à la fin du cycle, il est totalement biodégradable.

III.2. Le mode de transformation du sisal dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo

III.2.1. Les matières premières et les équipements

Comme nous l'avons déjà mentionné, il n'y a pas d'artisanat sans matières premières. Elles constituent la principale dépense engagée par les artisans sans oublier les autres produits nécessaires tels que les teintures. Elles proviennent des Communes environnantes et aussi des autres Districts de la Région Itasy.

Concernant les équipements et outillages, c'est le travail manuel qui constitue en général la base de la production. Certains outillages et équipements sont fabriqués par les artisans eux-mêmes comme le cas de notre présente étude. Pour la production de fibre de sisal, l'atelier enquêté utilise des matériels à deux (02) pédales, il en possède six (06) et des matériels à quatre (04) pédales au nombre de quatre (04). Ce qui les différencie c'est que les matériels à quatre pédales peuvent produire des différents dessins alors que les matériels à deux pédales ne produisent que des motifs standards.

Photo 3 : Matériel à quatre pédales



Source : Clichés de l'auteur, 2017

Photo 4 : Matériel à deux pédales



Source : Clichés de l'auteur, 2017

III.2.2. Les étapes de la transformation du sisal

III.2.2.1. La cueillette

C'est une étape délicate car elle exige des soins particuliers afin de préserver la plante. Par exemple, la nouvelle génération de feuillage qui se situe près du pied à l'intérieur de la plante ne doit être coupée en aucun cas. Les feuilles recueillies doivent être coupées au fond et ne laisse aucune branche extérieur pour ne pas nuire à la croissance de la plante.

III.2.2.2. Le tressage

Cette étape se fait manuellement à l'aide d'un bout de bois et d'un petit pic de fer. La technique est la suivante : après avoir débarrassé des épines, la feuille de sisal est divisée en deux ou en trois, elle est posée sur le bois et le pic de fer sera par la suite posé sur la feuille ou l'on exercera une pression. En même temps, prise par son extrémité, la feuille de sisal sera tirée en arrière de façon à extraire les fibres un mouvement répété à plusieurs reprises jusqu'à ce qu'il ne reste que des fibres blanches. Ces dernières seront lavées et séchées au soleil avant le tissage.

III.2.2.3. Le tissage

Une fois séchées, les fibres de sisal sont colorées ou laissées de nature blanche selon l'utilité, triées en fines ou lamelles ou épaisses puis nouées en deux ou trois ou quatre « randrana ». Une fois rassemblées, les lamelles sont enroulées sur les cuisses à plusieurs répétitions jusqu'à obtention du cordage. La taille, la longueur et la couleur des cordes dépendent des commandes et du marché. Il suffit d'enrouler plusieurs lamelles pour obtenir des cordes plus

grosses et l'inverse pour les fins cordages. Il suffit, pour la longueur, de rajouter des lamelles au bout d'autres avant de les enrouler sur les cuisses.

Photo 5 : Le sisal



Photo 6 : Les fibres de sisal



Photo 7 : Fibres de sisal tissées



Photo 8 : Fibres de sisal tissées et colorées



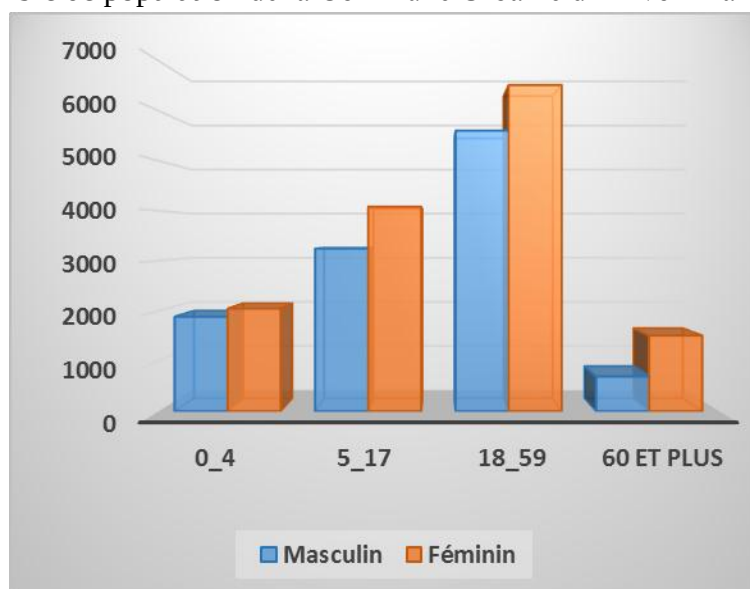
Source : Cliché de l'auteur, 2017

III.3. Le dynamisme de la Commune Urbaine d'Arivonimamo

III.3.1. Démographie galopante

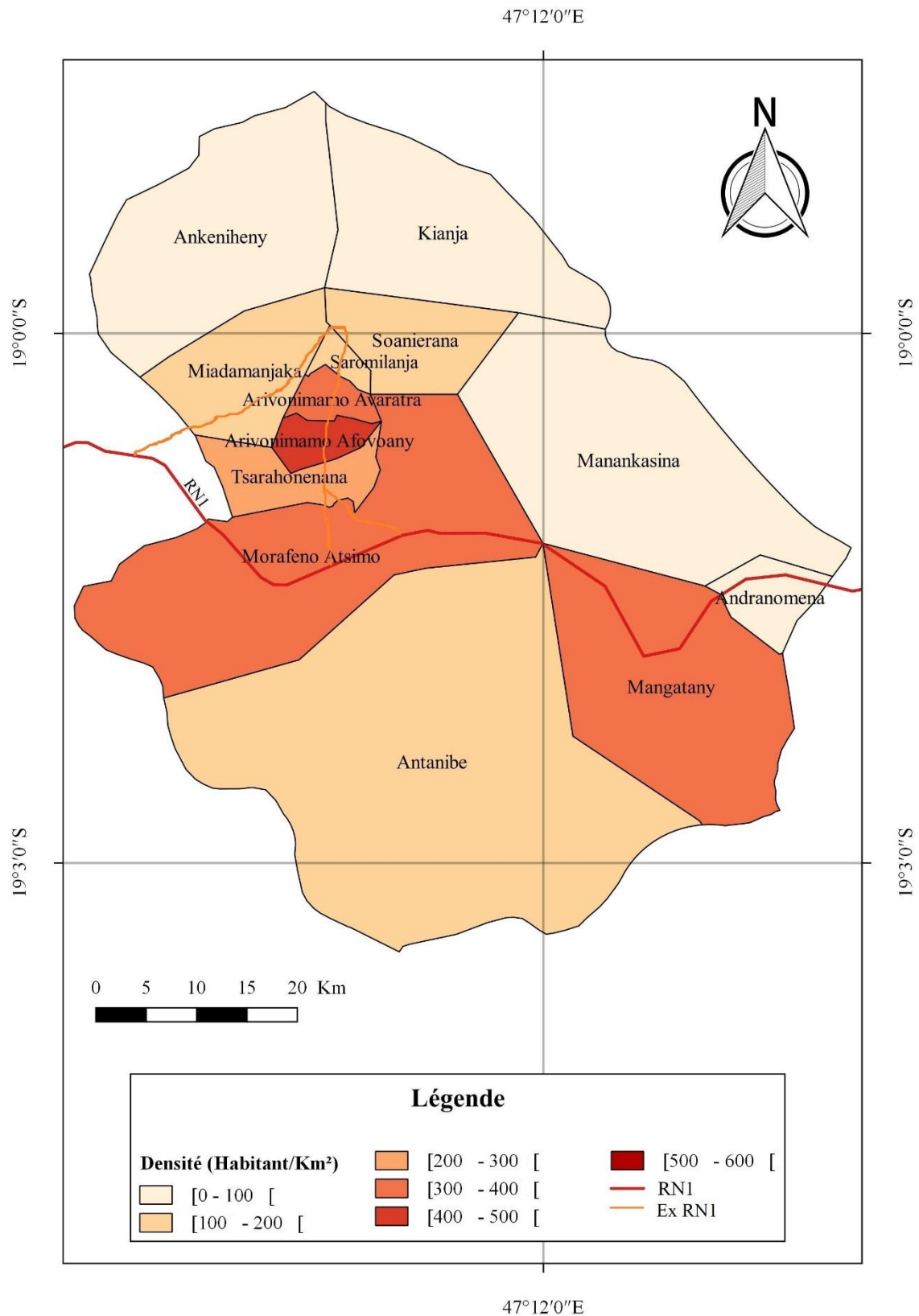
En 2015, la Commune Urbaine d'Arivonimamo compte 25.570 habitants pour une superficie égale à 120 km², soit une densité de 213,1 hab. /km² réparti dans les treize fokontany qui la constituent. La population, par son importance, constitue le principal acteur de toutes activités : agriculture, élevage, artisanat, commerce... Cette localité est caractérisée par une population jeune. Celle dont l'âge est inférieur à 60 constituent plus de la moitié. La figure N°2 suivante nous montre le nombre de la population par tranche d'âge et par sexe de la Commune en 2015, avec une répartition presque égale des hommes et des femmes, avec une petite prépondérance du sexe féminin.

Figure 2 : Nombre de population de la Commune Urbaine d'Arivonimamo en 2015



Source : PCD de la Commune 2015 ; Arrangement de l'auteur

Croquis 2 : La densité de la population dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo



Source : BD100 BNGRC/OCHA, 2011 ; Commune 2017 ; Arrangement de l'auteur

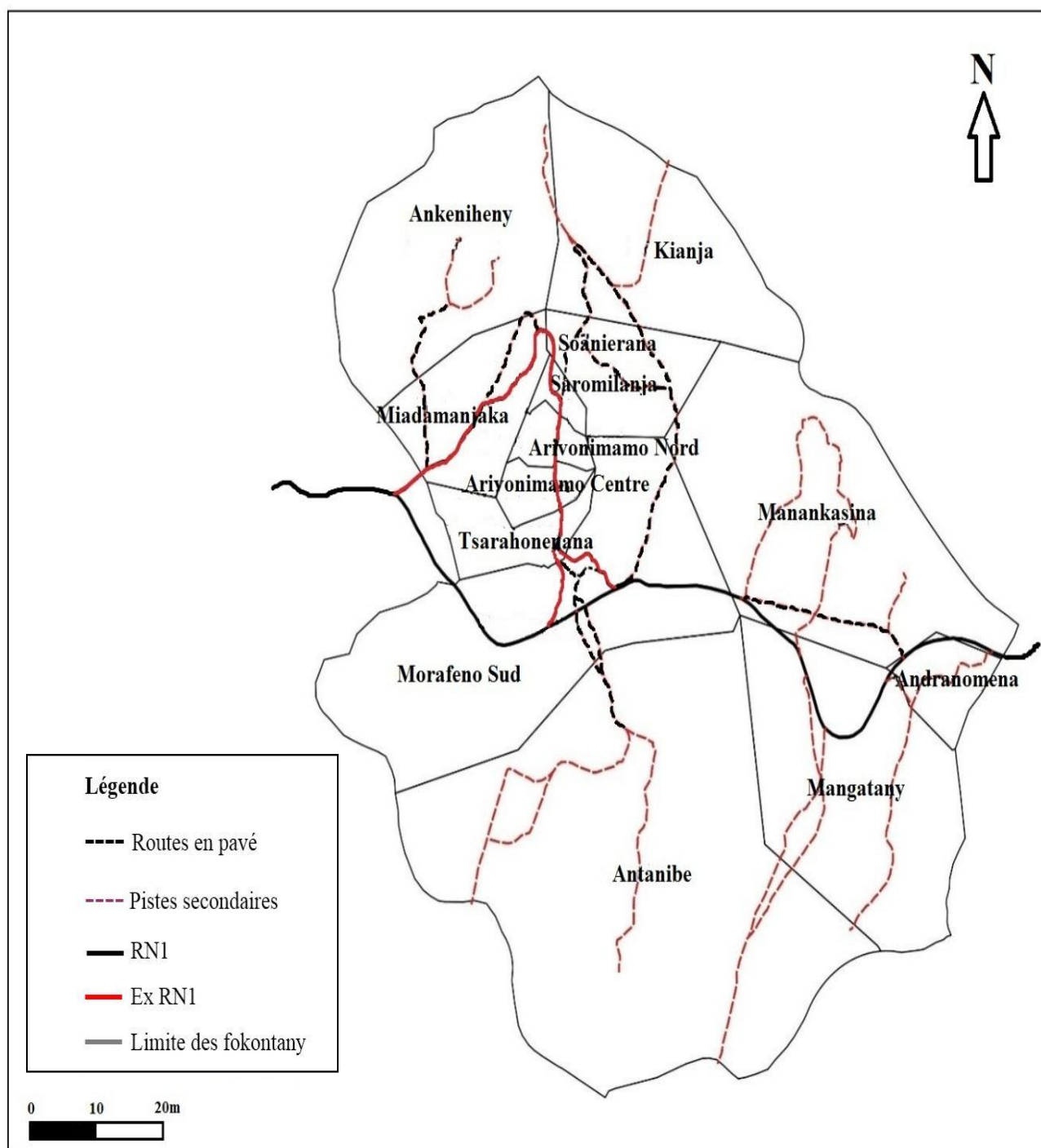
Système de coordonnées : WGC84 en degrés, minutes, secondes

Le croquis N°2 représente la répartition spatiale de la population de la Commune. Elle est marquée par un déséquilibre spécifique expliqué par sa faiblesse dans la partie périphérique avec seulement 39hab. /km². Par contre, elle est relativement forte au centre avec en moyenne 400hab. /km² par le fait que la population a tendance à se concentrer le long des axes routiers. En fait, le passage de la RN1 et de l'Ex RN1 au cœur de cette localité définit la concentration de la population tout au long des axes routiers. Cette forte concentration se remarque au niveau des fokontany traversés par l'Ex RN1 comme Arivonimamo Nord, Arivonimamo Centre, Tsarahonenana...Morafeno Sud et Mangatany quant à eux sont traversés par la RN1.

III.3.2. Infrastructures routières

La Commune Urbaine d'Arivonimamo bénéficie du passage de la RN1 et de l'ex RN1. La RN1 rattache la Commune à des Communes environnantes comme Imerintsiatosika et les Districts comme Miarinarivo et Soavinandriana. L'Ex RN1 quant à elle assure la communication dans les fokontany qui constitue la Commune et aussi la rattache à la RN1. Ces routes sont accessibles toute l'année. La disposition de ces axes routiers permet de tirer profit de la facilité d'écoulement des produits et le déplacement. Cette situation favorise aussi le développement des échanges expliqué par l'approvisionnement des matières premières dans ces autres Districts par les artisans de notre présente recherche.

Croquis 3 : Les infrastructures routières de la Commune



Source : PCD de la Commune, 2016

CHAPITRE IV : L'ORGANISATION DES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS ARTISANAUX DANS LA COMMUNE URBAINE D'ARIVONIMAMO

IV.1. La commercialisation sur le marché intérieur

IV.1.1. Le rôle du marché de la Commune Urbaine d'Arivonimamo

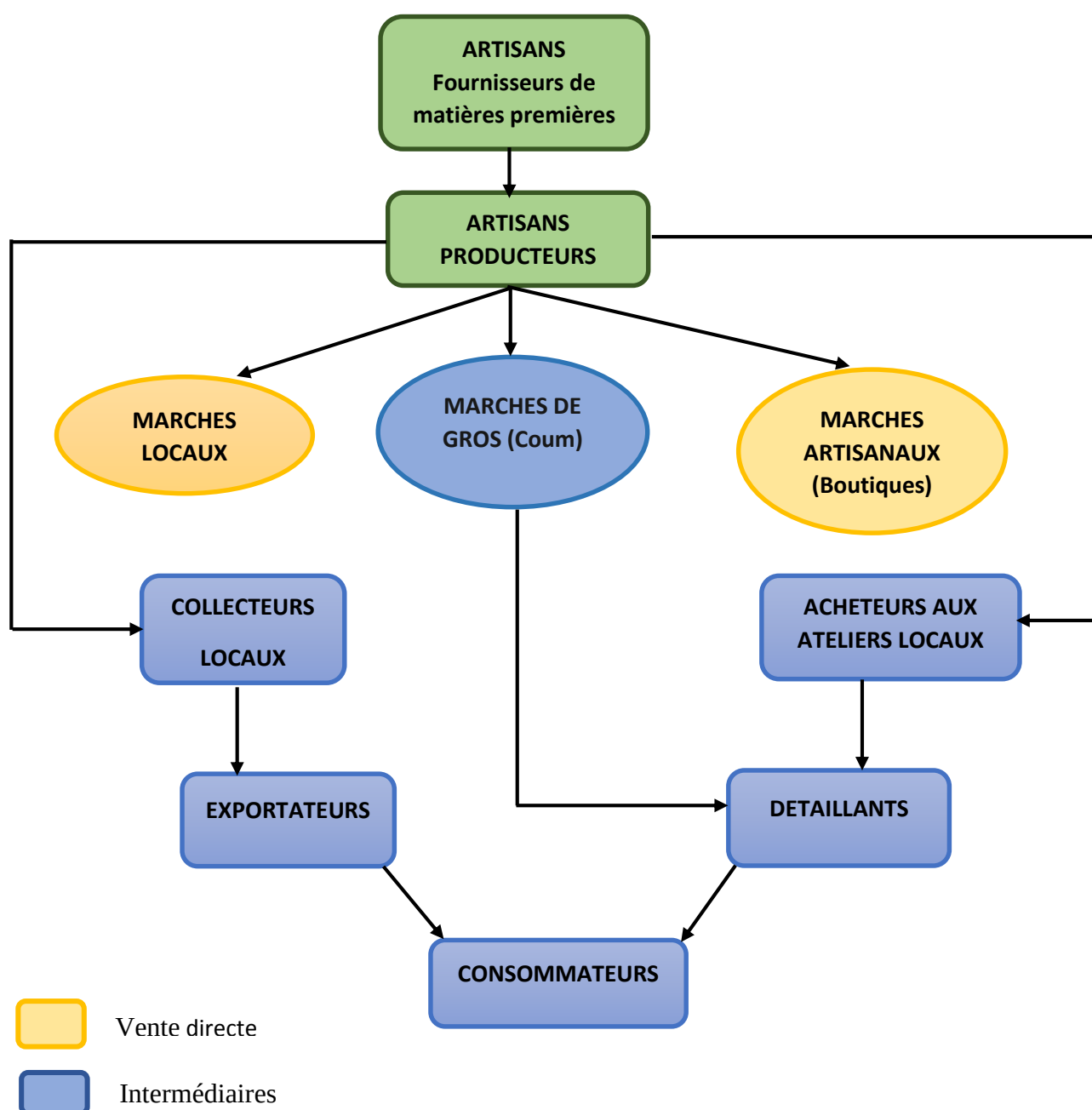
Les artisans de la Commune bénéficient des avantages pour la vente de leurs produits artisanaux. De par sa proximité de la Capitale et la disposition d'un point de vente propre à l'artisanat, la commercialisation de ces produits sur le marché hebdomadaire qui se tiendra chaque Vendredi donne également la facilité aux artisans de les écouler. Il est lieu de rencontre entre l'offre et la demande de toute production de la Commune. Les clients achètent les produits et les artisans en plus de la vente s'approvisionnent aussi en matières premières.

IV.1.2. La dynamique saisonnière de la vente des produits artisanaux

Le flux des clients dans la commercialisation des produits artisanaux connaît une variation saisonnière. La période de la haute saison, une période où le nombre des clients est très élevé. La basse saison ou les clients sont presque inexistante et la saison intermédiaire ou les clients se font rares. Prenons ici l'exemple du point de vente des produits artisanaux de la Commune.

- **La haute saison** : Du mois d'Aout au mois d'Octobre. Pendant cette période, les clients sont nombreux car c'est la période des vacances. Les commerçants arrivent à écouler jusqu'à 10 pièces par jour.
- **La saison intermédiaire** : Du mois d'Avril au mois de Mai et de Novembre en Décembre. Pendant les deux phases, les périodes des fêtes tels que Noël, la fête du nouvel an et le Pâques, arrivent à surgir les clients à acheter quelques produits pour en faire cadeau.
- **La basse saison** : Le mois de Février et Mars et celui de Juin et de Juillet. Des périodes très difficiles pour la commercialisation. Les clients se font très rares et presque inexistante. Les commerçants n'arrivent pas à vendre même un article pendant plusieurs jours.

Figure 3 : Commercialisation des produits artisanaux de la Commune



D'après la figure N°3, nous pouvons constater que ce sont les différents intermédiaires qui jouent le plus grand rôle dans la commercialisation. La vente directe touche seulement une petite part du jeu. Le marché du Coum à Antananarivo, la plus grande marché de gros de l'artisanat, est aussi un élément essentiel du commerce des produits artisanaux. Pour le cas du sisal, la principale destination de leurs produits est ce grand marché de l'artisanat en plus de quelques clients d'Arivonimamo. Les artisans de la Commune écoulent leurs produits en France et aux Etats-Unis mais ils ne sont pas en relation directe avec les clients, ils ont recours à des intermédiaires.

IV.1.3. Les facteurs déterminants les prix des produits

IV.1.3.1. L'offre et la demande

Le marché est l'endroit de confrontation de l'offre¹⁴ et de la demande¹⁵. Un endroit spécifique où se rencontre les fournisseurs¹⁶ et les acheteurs. Ces derniers regardent, comparent et achètent les produits tandis que les fournisseurs essaient de les vendre au meilleur prix. Pour obtenir les produits qu'ils veulent, les consommateurs seront prêts à payer plus lorsque la demande est forte par rapport à l'offre. Pour les commerçants, c'est une bonne chose car ils obtiennent plus de bénéfices par le fait de l'augmentation des prix des produits par rapport aux prix déjà établis. Inversement, si l'offre est forte par rapport à la demande, les commerçants sont obligés de baisser leur prix pour pouvoir vendre le maximum de produits et pour obtenir des revenus même petites pour que les produits ne se stockent pas et pour pouvoir produire de nouveaux articles.

IV.1.3.2. La concurrence

L'augmentation du nombre d'artisans et l'importance des produits étrangers sur les marchés accentuent le phénomène de la concurrence existant sur les marchés locaux, régionaux et nationaux. La cherté des matières premières est causée par leur insuffisance. Cela conduit à la cherté de nos prix de produits en donnant l'avantage aux autres pays. Par cette insuffisance et cherté de matières premières, nos artisans ne peuvent produire que des produits de petite quantité et à prix supérieur des autres alors que les autres pays qui ne connaissent pas ces problèmes peuvent produire et vendre d'énorme quantité de production avec un prix inférieur du notre. La variation des produits artisanaux est donc due aux concurrences des produits d'autres pays alors que les artisans locaux eux-mêmes se concurrencent déjà.

IV.1.3.3. Typologie des clients

IV.1.3.3.1. Les touristes

Les principaux clients des produits artisanaux de la CUA sont les touristes. Cela est expliqué par le fait que la Région Itasy possède des différentes destinations touristiques et la place du point de vente des produits artisanaux de la Commune au bord de la RN1 facilite l'accès à ces clients d'acheter des souvenirs pendant leur passage. Ils disposent un budget spécialement destiné pour l'achat des objets originaires du lieu pour en faire des souvenirs. Ils

¹⁴ Quantité d'un produit offert à la vente par des vendeurs pour un prix donné

¹⁵ Quantité d'un produit demandée par les acheteurs pour un prix donné

¹⁶ Toutes personnes qui approvisionnent : producteurs, revendeurs, détaillants...

ont la grande possibilité de dépenser plus par rapport aux nationaux et ce sont eux qui forment la clientèle favorite des artisans par le fait de leur motivation à ramener des objets de souvenir durant leur passage. Les artisans profitent de cette situation pour augmenter les prix des produits pour en tirer plus de bénéfices.

IV.1.3.3.2. Les résidents nationaux

Ce sont eux les principaux clients pour les produits artisanaux utilisés dans la vie quotidienne, principalement les produits comme les soubiques, les nattes, les paniers, les tapis... Dans son ensemble, en ce qui concerne cette clientèle, elle est constituée essentiellement par les nationaux avec 90% en moyenne. Les touristes étrangers ne représentent que 10% de la clientèle même si ce sont eux qui ont le budget le plus élevé destiné à l'achat de ces produits artisanaux. Pour les clients nationaux, les prix restent à leur disponibilité. Le tableau N°5 montre l'exemple de cette différence de prix selon le type des clients.

Tableau 5 : Exemple des prix des produits selon le type des clients (en Ariary)

TYPE DE PRODUITS	PRIX DES PRODUITS	
	Nationaux	Etrangers
Chapeau	8.000	20.000
Sac	15.000	20.000
Panier	10.000	25.000
Porte-monnaie	6.000	15.000

Source : Enquête personnelle, 2017

IV.2. La commercialisation sur le marché extérieur

IV.2.1. Les manifestations économiques et sociales

Les différents produits artisanaux surtout en fibres végétales sont toujours exposés dans les foires ou salon ou exposition sur l'artisanat aussi bien à Madagascar qu'à l'extérieur. La participation des artisans à ces diverses manifestations constitue un atout pour se faire connaître et s'approcher de la clientèle. Les produits artisanaux issus du sisal de la Commune Urbaine d'Arivonimamo n'échappent pas à ce constat. Les artisans ont déjà participé à des expositions à l'extérieur comme celles de Bordeaux, de France... et participent à toutes les manifestations qui se tiennent dans toute l'Ile.

Photo 9 : Exposition en France en 2013

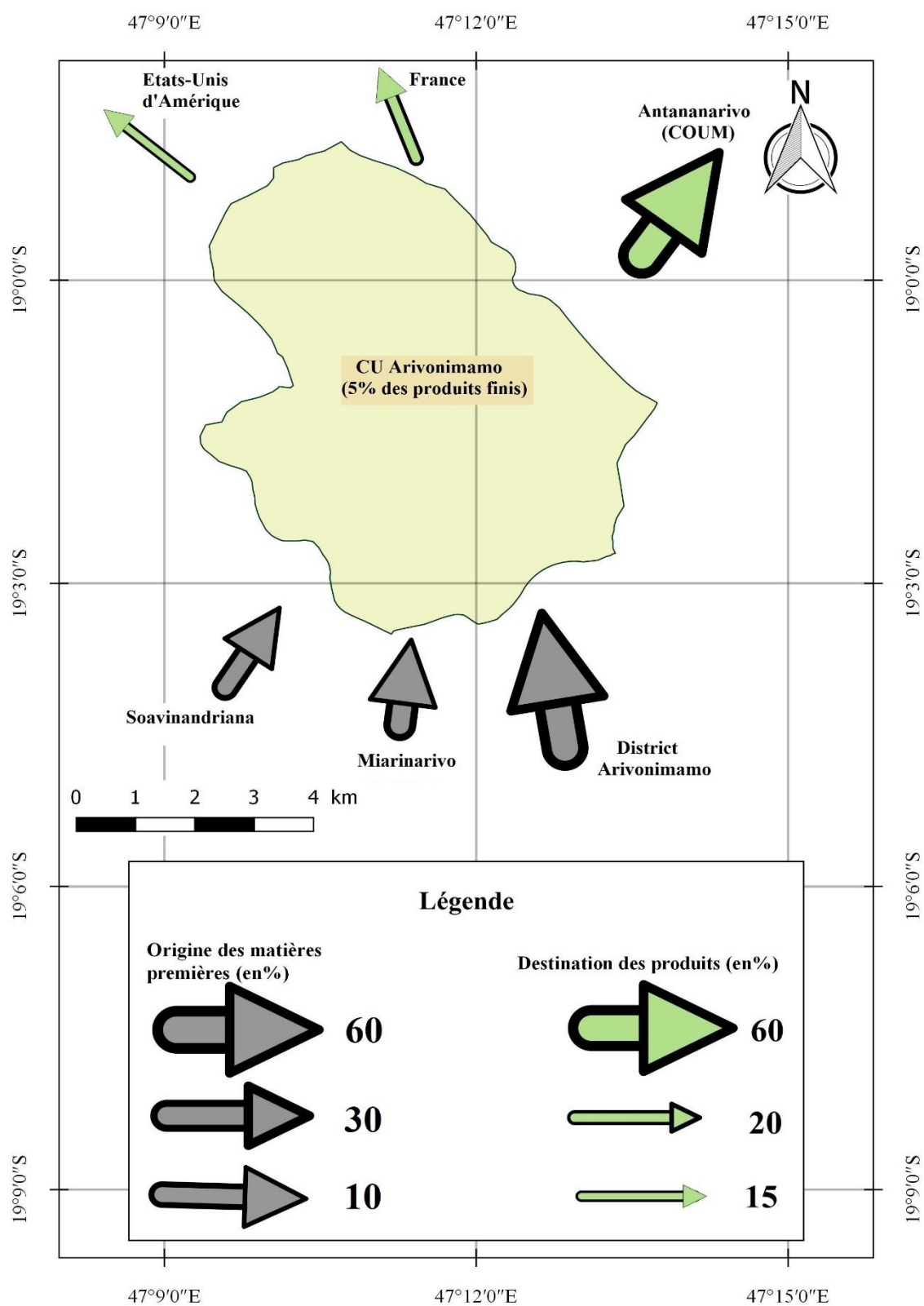


Source : RASOLOARIMAMY Fetra, artisan d'Arivonimamo

IV.2.2. La destination des produits artisanaux de la Commune Urbaine d'Arivonimamo

La distribution des produits artisanaux sur le marché est liée au pouvoir d'achat, le type de la clientèle et au système de vente. S'agissant des modes de distribution, une part est vendue à l'étal le jour des marchés, quelques artisans possèdent leur propre magasin, les autres ont recours au point de vente de la Commune et une part importante est dominée par la commercialisation des produits dans la plus grande marché de gros de l'artisanat d'Antananarivo (COUM) et aussi d'autres destinés à l'exportation mais les artisans ne sont pas en relation directe avec les clients. En général, les unités artisanales de la Commune ont un atelier à domicile. Elles sont d'un groupement familial ou d'apprentis et aussi d'une association de quelques artisans. En ce qui concerne la vente à l'étal, les produits sont basés sur les produits les plus utilisés dans la vie quotidienne tels que les paniers, les tapis...et ils sont destinés aux clients de la classe populaire. Pour la commercialisation des produits dans le COUM 67ha, les artisans enquêtés ont des clients réguliers. Ces clients font des commandes auprès d'eux sous forme de rouleau de tissu chaque semaine et ce sont eux qui les transforment en d'autres produits finis selon leur nécessité. D'autres commandent directement des produits comme les sacs, les chapeaux, les portes monnaies... Ces articles sont des produits de qualité destinés aux clients aux revenus plus élevés et aussi pour l'exportation comme en France et aux Etats-Unis.

Croquis 4 : Flux de commercialisation : Origine et destinations des produits de l'artisanat d'Arivonimamo



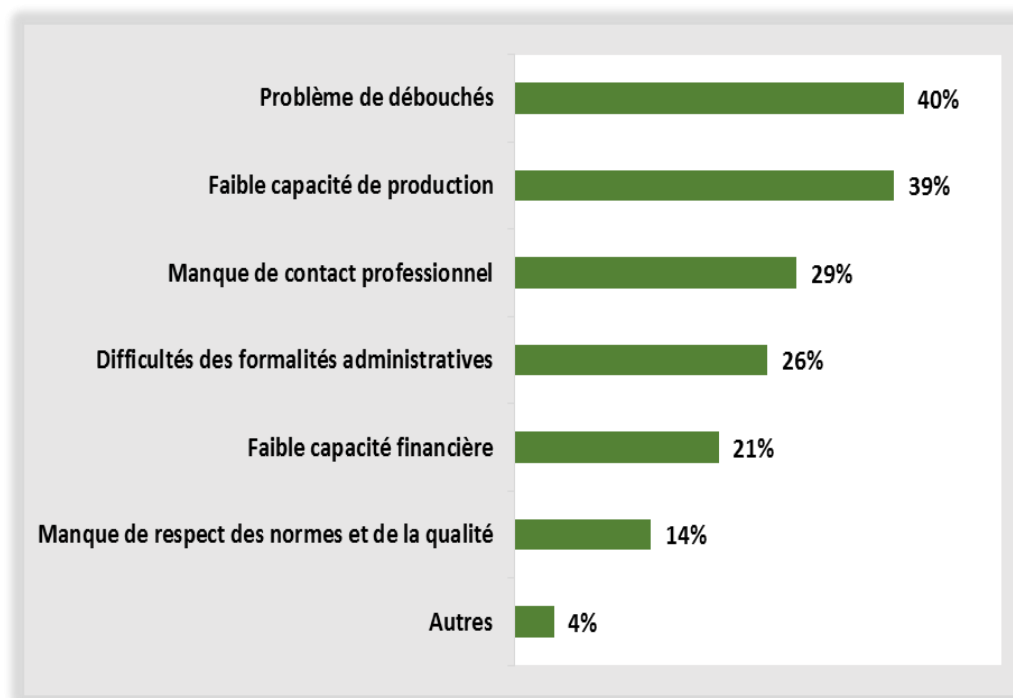
Source : BD100 BNGRC/OCHA, 2011 ; Arrangement de l'auteur

Système de coordonnées : WGS84, en degrés, minutes, secondes

IV.2.3. Faiblesse du taux d'exportation des produits artisanaux de la Commune

Moins de 3% des artisans de la Commune exportent leurs produits. A cause de leur faible capacité de production et les problèmes d'accès sur le marché, ce sont les intermédiaires qui exportent. En les vendant, ces intermédiaires ont l'opportunité d'avoir des contacts avec les étrangers et ils obtiennent plus d'avantages par rapport aux artisans producteurs.

Figure 4 : Pourcentage des raisons de non exportation



Source : Enquête personnelle, 2017

D'après la figure N°4, le manque d'accès à l'information sur les marchés entraînant les problèmes de débouchés et la faible capacité de production constituent souvent le handicap majeur de ce faible taux d'exportation. Les difficultés de formalités administratives ainsi que le manque de contact professionnel rendent l'exportation difficilement envisageable et constituent aussi les raisons du non évolution de l'exportation de ces produits artisanaux.

CHAPITRE V : LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS ARTISANAUX : UN MAILLON IMPORTANT

V.1. L'importance de la commercialisation dans le revenu global des ménages artisanaux

La commercialisation constitue une part relativement importante du budget des ménages. La plupart des artisans que nous avons enquêtés ont confirmé cette hypothèse car cette commercialisation constitue leur source de revenu principal.

V.1.1. L'artisanat : une source de revenus pour les artisans de la Commune

Même si le secteur artisanal ne figure qu'une petite part dans la caisse de la Commune, il tient une très grande place dans la vie des ménages artisanaux. La commercialisation des produits de l'artisanat joue un rôle important dans la vie de chaque acteur qu'il soit artisan producteur ou commerçant. Pour les ménages artisanaux que nous avons enquêtés, 90% de leur revenu proviennent de l'activité artisanale car en plus de leur vente dans leur galerie et dans d'autres points de vente, ils exportent aussi leurs produits.

Le revenu obtenu de la commercialisation varie d'un artisan à un autre et d'un acteur à un autre. Chez les ménages artisanaux, leur gain de la production dépend des commandes qu'ils obtiennent. Si la commande est élevée, leur gain sera proportionnellement élevé. Dans le cas contraire, leur gain sera inférieur, au moment où les commandes sont insuffisantes. Pour les artisans exportateurs, selon les enquêtes que nous avons effectuées auprès d'eux, leur gain varie d'une semaine à l'autre. En moyenne, le ménage gagne 1.000.000 Ar par semaine. Leur gain maximal est de 1.500.000 Ar et le minimal de 800.000 Ar.

Tableau 6 : Budget d'un ménage d'artisan : Cas du sisal

SOURCE DE REVENUS par mois	MONTANT par mois (en Ariary)	COEFFICIENT BUDGETAIRE (en %)
Vente et exportation des produits artisanaux	4.000.000	100
Total mensuel	4.000.000	100
DEPENSES		
PPN	400.000	11,7
Frais de scolarité	120.000	3,5
Matières premières	2.400.000	70,2
Mains d'œuvre et Transport	350.000	10,2
Frais médicaux	50.000	1,5
Eau et Electricité	40.000	1,2
Chaussures et Habillement	60.000	1,8
Total mensuel	3.420.000	100
Epargne	1.580.000	

Source : Enquête personnelle, 2017

Le tableau N°6 nous montre le budget d'un ménage d'artisan travaillant le sisal. La vente et l'exportation des produits artisanaux sont leur principale source de revenus car il pratique cette activité comme activité principale. La somme consacrée à l'achat des matières premières constitue la principale dépense occupant les 70,2%. Pour ce ménage, les revenus sont supérieurs aux dépenses ce qui leur permet de faire des épargnes importants. Nous pouvons constater alors que l'activité artisanale est une activité génératrice de revenus et essentielle pour ce ménage car elle constitue la base de leur vie parvenant à leur donner l'avantage de vivre dans la prospérité.

Tableau 7 : Budget d'un ménage commerçant

SOURCE DE REVENUS par mois	MONTANT par mois (en Ariary)	COEFFICIENT BUDGETAIRE (en %)
Vente des produits artisanaux	150.000	42,8
Autre source d'argent	200.000	57,2
Total mensuel	350.000	100
DEPENSES		
PPN	200.000	70,7
Frais de scolarité	30.000	10,6
Frais médicaux	30.000	10,6
Eau et Electricité	8.000	2,8
Chaussures et Habillement	15.000	5,3
Total mensuel	283.000	100
Epargne	67.000	

Source : Enquête personnelle, 2017

Le tableau N°7 présente l'exemple du budget d'un ménage commerçant. Pour ce type d'acteur, la vente de produits artisanaux constitue sa source de revenus secondaire. Les revenus provenant de ce rôle de commerçant couvrent 42,8% des dépenses mensuels contribuant à combler les besoins quotidiens de ce genre d'acteur.

Tableau 8 : Budget d'un ménage fournisseur de matières premières

SOURCE DE REVENUS par mois	MONTANT par mois (en Ariary)	COEFFICIENT BUDGETAIRE (en %)
Vente des fibres de sisal	200.000	71,4
Vente des produits agricoles	30.000	10,7
Vente des produits de l'élevage	50.000	17,8
Total mensuel	280.000	100
DEPENSES		
PPN	180.000	75,6
Frais de scolarité	15.000	6,3
Frais médicaux	10.000	4,2
Eau et Electricité	3.000	1,2
Investissement agricole (main d'œuvre, intrants...)	30.000	12,6
Total mensuel	238.000	100
Epargne	42.000	

Source : Enquête personnelle, 2017

Le tableau N° 8 nous expose le budget d'un ménage fournisseur de matières premières. Pour ce cas, le ménage a pour principale source de revenus la vente des fibres de sisal. Ces revenus issus de l'approvisionnement couvrent les 71,4% des dépenses même si cela ne suffisent pas amplement à satisfaire à tous les besoins. Les revenus provenant de la vente des produits agricoles (10,7%) et des produits de l'élevage (17,8%) compète cette activité. La somme consacrée aux PPN constitue la principale dépense.

V.1.2. L'artisanat : créateur d'emplois et générateur de plusieurs activités

L'activité artisanale a toujours eu une place importante dans la vie quotidienne de la population. En plus de son rôle de source de revenus, elle forme aussi dans la plupart des cas de nombreux types d'emplois d'amont en aval de son ensemble.

En premier lieu, les paysans qui prennent en charge de la coupe des feuilles du sisal et s'occupent de sa transformation en produits semi-finis. En second lieu, les artisans producteurs qui travaillent dans sa transformation en produits finis et enfin les commerçants et les intermédiaires qui s'occupent de la commercialisation des produits sur le marché. A travers ces différents composants et ces différents étapes de la chaîne de cette activité, de nombreux emplois et de multiples activités peuvent être générés pouvant contribuer à la réduction du taux de chômage et même de la pauvreté de tout un chacun. A travers ces multiples activités, nous pouvons citer le transport, le tourisme...

V.1.3. Les impacts des activités artisanales sur l'évolution du niveau de vie des artisans

La réponse des artisans à la question si le fait de pratiquer l'artisanat les aide à améliorer leur niveau de vie générale constitue ce chapitre. Comme la montre le tableau N°9, 87,5% de ces artisans dans l'ensemble a répondu « oui » contre 12,5% qui ont estimé que ces activités artisanales n'apportent pas de nette amélioration à leur niveau de vie. Il n'y a pas de grand changement affirment-ils, seulement ils arrivent à faire face à leur dépense quotidienne et à satisfaire leurs besoins minimums.

Tableau 9 : Impacts des activités artisanales sur le niveau de vie des artisans

Impacts	Pourcentage des artisans
Impacts positifs (nette amélioration)	87,5
Impacts négatifs (peu d'amélioration)	12,5
Ensemble	100

Source : Enquête personnelle, 2017

V.2. Secteur artisanal performant sur le plan communal, régional et national

V.2.1. L'apport de l'activité artisanale pour la Commune Urbaine

Arivonimamo

Les activités artisanales apportent des recettes pour la Commune même si elles ne figurent pas parmi les plus importantes. Cela est expliqué par la part qu'elles en apportent. Cette faible participation est due au fait que les artisans formels ne paient que 16.000Ar de taxes par an au service de la contribution et seul la moitié est versée dans la caisse de la Commune. Cependant, vu le nombre des artisans formels, qui ne comptent que six, les revenus issues de cette taxe n'en procurent pas beaucoup. Les impôts payés par les boutiques avec un montant de 60.000Ar par an comblent le tout. Mais même si cette activité n'en génère pas beaucoup, elle tient une place importante dans l'identité de la Commune.

V.2.2. L'importance du secteur artisanal dans la Région Itasy

L'artisanat dans la Région Itasy est marqué par la soie grâce à l'immense forêt de Tapia occupant 9.000ha que possède la Région. Sa particularité qui fait sa force réside dans sa localisation proche de la capitale qui reste en tout cas un important débouché pour ses produits artisanaux. La commercialisation de ces produits est aussi favorisée par le fait que la Région Itasy regorge d'énormes potentialités touristiques telles que le lac Itasy, le Geiger, la chute de la Lili, l'îlot de la vierge connu comme le centre de Madagascar...

Ces activités artisanales sont alors importantes. Elles font aboutir à des produits d'importance commerciale donnant plus de valeur et valorise l'identité des artisans originaires de la Région. Pour le cas de la soie, son développement contribue énormément à la protection de la forêt de Tapia d'Arivonimamo et de Miarinarivo qui est considéré comme patrimoine de la Région. Pour les autres activités qui sont le travail du sisal, le travail du bois, le travail des métaux...ils sont considérés parmi les activités génératrices de revenus pour les ménages artisanaux et contribuent à la réduction de la pauvreté. Ils sont encore à dynamiser pour en faire partie de la réputation de la Région

V.2.3. L'artisanat : objet de souvenir

Nous l'avons vu, les objets d'artisanat constituent, pour les touristes, un moyen privilégié de conserver un souvenir de leur voyage, du fait qu'ils soient bien souvent bon marché ou du moins selon l'appréciation qu'en ont les touristes, faciles à transporter et perçus comme typiques

de la culture du pays visité. L'objet acheté symbolise ainsi le voyage dans son ensemble et continuera à en immortaliser l'expérience, même une fois les touristes rentrés chez eux. Les produits artisanaux, ici appréhendés en tant qu'objets touristiques "typiques" d'un lieu, d'une culture, cristallisent ainsi tout un ensemble de perceptions, de désirs, et d'images stéréotypées associés à ce lieu, à cette culture, que les touristes projettent sur ces objets. Prendre l'artisanat pour objet d'étude, analyser les transformations que subissent les produits artisanaux au fur et à mesure de l'évolution du tourisme et analyser la manière dont ils sont mis en commerce, permet ainsi de mettre à jour l'imaginaire touristique qui leur est attaché.

Photo 10 : Quelques produits du sisal d'Arivonimamo





Source : RASOLOARIMAMY Fetra, artisan d'Arivonimamo ; Clichés de l'auteur, 2017

V.2.4. L'identité culturelle et le savoir-faire

L'élargissement des canaux de transmission à l'intérieur et à l'extérieur du pays signifie l'élargissement du marché. Les œuvres artisanales seront étalées dans diverses localités internes et externes. Par conséquent, la présence de ces œuvres contribue à forger l'identité locale et attire les non-résidents du pays à venir et à connaître la Commune et la Région Itasy.

C'est avant tout un savoir qui se transmet de génération en génération afin de donner aux relèves l'opportunité d'assurer leur vie. Ce savoir a aussi l'avantage d'être authentique car il est transmis de la même manière jusqu'à nos jours. La manière de travailler et de créer a été conservé ce qui garantit l'originalité de ces produits artisanaux. Dès lors nous pouvons parler d'une identité propre à l'artisanat local qui fera la différence aux yeux des touristes et des acheteurs potentiels qui sont avant tout friands d'exotisme et d'articles bio. Ainsi, cela pourrait rehausser l'image que nous faisons de l'artisanat malagasy.

V.2.5. L'artisanat et l'économie du pays

L'artisanat occupe une place tout à fait remarquable dans l'économie de Madagascar. Généralement, le secteur artisanal fait partie du secteur secondaire. Il regroupe 2.000.000 artisans soit la dixième de la population malagasy environ et 28% de la population active aussi bien en zone rurale qu'en zone urbaine. L'évolution du secteur artisanal a des impacts positifs sur les autres secteurs, tel est le cas du secteur tourisme à Madagascar. L'adoption des stratégies de marketing active et moderne, et l'implantation des sites et divers musées à l'intérieur du pays peuvent fortement attirer les touristes, et à son tour pousser l'essor du secteur tourisme. Or, ce dernier pourra entraîner des effets convergents à l'essor du secteur hôtellerie et restauration malagasy, sans oublier, bien sûr, ses impacts sur le transport.

Les quelques chiffres disponibles qui font état de ce secteur à l'économie nationale, même s'ils ne sont pas exhaustifs, mettent en évidence une importance insoupçonnée de ce secteur :

- 250.000 artisans professionnels répartis dans les douze filières sont actuellement recensés ;
- Il occupe jusqu'à 2.000.000 personnes exerçant des activités saisonnières ou d'appoint, soit à peu près 10% de la population totale et génère un grand nombre d'emplois en amont et en aval de la transformation ;

- 14 à 17% du PIB de Madagascar est assuré par ce secteur
- 40% des paysans malagasy sont tous des artisans dans le milieu rural ;
- géographiquement, les activités artisanales se répartissent dans tout le pays dont la tradition artisanale constitue une richesse culturelle et une potentialité économique incontestable et incontestée.

L'artisanat contribue à la croissance et au développement de l'économie locale. D'autant plus qu'il est une source de revenus pour plusieurs ménages dans la grande Ile. La restructuration du secteur répond et participe au développement de chaque Région de Madagascar. Il contribue aussi à l'amélioration de l'accroissement de l'exportation d'une manière compétitive.

V.2.6. Une entrée des devises

Tant au niveau local que national, l'artisanat fait entrer les devises étrangères à l'intérieur du pays. Dans le cadre national, il attire les étrangers à dépenser leur argent, non seulement pour le secteur artisanal, mais aussi pour les autres secteurs économiques tels que le tourisme, l'hôtellerie, la restauration et le transport chez nous. Dans le cadre international, l'exportation des produits artisanaux fait aussi entrer les devises étrangères à Madagascar.

En analysant la valeur de l'exportation de l'année 2016, la filière fibres végétales représente 50,31 %¹⁷. Autrement dit, la moitié des devises provenant de l'exportation des produits artisanaux résulte de la filière fibre végétale. En second place se trouve la filière pierre et bijouterie qui occupe 28,20% de cette valeur. Le textile et l'habillement tient la troisième place avec 12,40%.

¹⁷ Direction Générale de la Promotion de l'Artisanat, Rapport annuel 2016

Figure 5 : Valeur estimative de l'exportation des produits artisanaux malagasy de 2011 à 2016
(en Euro)



Source : Direction générale de la Promotion de l'Artisanat, Rapport annuel 2016

D'après la figure N°5, nous pouvons dire qu'outre l'année 2013 qui a affiché une hausse de 79,52 % par rapport à l'année 2012, l'exportation malagasy des produits artisanaux stagne autour de 9 à 12 millions d'euro chaque année de 2011 à 2016. Cette hausse enregistrée en 2013 est généralement due à la politique menée par le Ministère en charge de l'artisanat au niveau international. La participation des artisans malagasy et des opérateurs locaux, appuyés par le ministère en 2013, à des foires et à des événements internationaux ont permis de booster la valeur à l'exportation.

CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE

En conclusion de cette deuxième partie, nous pouvons constater que le mode de commercialisation des produits artisanaux d'Arivonimamo se fait au niveau local, national et international. Les principaux débouchés sont les touristes étrangers et les différentes commandes mais les clients nationaux tiennent aussi une place importante.

Pour la Commune Urbaine d'Arivonimamo, le travail du sisal est un secteur porteur pour les ménages artisanaux et les différents acteurs concernés par le biais de la commercialisation des produits artisanaux. Elle leur donne des avantages pour satisfaire leurs besoins. Cette commercialisation tient son rôle d'envergure dans la vie de ces ménages. Pour Madagascar, la commercialisation des produits artisanaux constitue un véritable potentiel pour l'économie malagasy aussi bien sur le plan économique, culturel que par la capacité et le savoir-faire des artisans.

Le travail du sisal tient un rôle économique très important, car il contribue à la lutte contre la pauvreté. De plus, c'est une activité d'appoint, car il apporte des revenus non négligeables pour les autres ménages artisanaux mais constitue la base pour les artisans qui la pratique comme activité principale. .

**TROISIEME PARTIE : LES ENJEUX DE LA
VANNERIE EN SISAL DANS LA COMMUNE
URBAINE D'ARIVONIMAMO**

CHAPITRE VI : LES CONTRAINTES DE LA FILIERE

Bien que la Commune Urbaine d'Arivonimamo dispose d'artisans habiles pour la valorisation du sisal, ce secteur connaît un développement limité. Pourtant, c'est un secteur porteur pour les ménages artisanaux. D'une manière générale, l'activité artisanale est confrontée à des obstacles empêchant son non épanouissement malgré les savoir-faire des artisans. Ils ne sont pas seulement d'ordres économiques, mais sont aussi d'ordre social et financier.

VI.1. Les problèmes d'ordre financier

VI.1.1. L'instabilité du coût des matières premières

L'instabilité du coût des matières premières est actuellement devenue une préoccupation majeure pour le travail du sisal en général.

Pour le sisal, le problème du coût est remarquable pendant la période des pluies. Ceci est expliqué par le fait que des routes sont impraticables pendant cette saison rendant impossible l'acheminement des matières premières depuis les lieux de collectes jusqu'aux lieux de distribution. Par conséquent, les autres fournisseurs profitent de cette situation pour augmenter leur prix expliquant le coût élevé de ces matières. Le prix d'une balle de 5kg coûte 4.000Ar, pendant cette période elle pourrait s'élever jusqu'à 8.000Ar ou plus. Il est aussi possible que les matières premières sont achetées à des intermédiaires qu'auprès des vrais producteurs, et c'est également dans ces cas qu'elles sont beaucoup plus chères. Par contre, pendant la saison sèche, ce problème ne touche pas les artisans car les fournisseurs sont nombreux et la concurrence entre eux est importante expliquant le coût des matières premières pas élevé et constant attribuant aux artisans la facilité de pratiquer leur travail avec un problème de moins.

VI.2. Les problèmes d'ordre social

VI.2.1. L'artisanat : un secteur informel

Comme la plupart des artisans de Madagascar, l'artisanat dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo se situe encore dans la catégorie « informelle ». Il regroupe un nombre non négligeable de capital humain même s'il est minime car il fait la renommée locale. En effet, la Commune compte des centaines d'artisans recensés en 2016. Cependant, parmi eux, seulement six sont formels et détiennent donc une carte professionnelle. D'ailleurs, nombreux sont les avantages tirés par la possession de cette carte tels qu'avant tout la justification en tant que vrai artisan, donnant accès à des droits d'extractions, d'exploitation, de douane... et des privilèges

comme la priorisation lors des promotions artisanales, ainsi que la légalisation des marchandises artisanaux transportés, assurant leur sécurité en cas de contrôle par les gendarmes.

VI.2.2. Le manque de formations professionnelles

D'après l'enquête de l'INSTAT sur l'artisanat, 77,8% des artisans n'ont jamais reçu une formation professionnelle. La quasi-totalité des artisans de la CUA est touchée par ce problème. Seuls les artisans qui pratiquent le métier comme activité principale et qui sont formels ont participé à une formation. De leur côté, ils ont reçu des formations organisées par le CITE et le CCI Itasy. Faute de ce manque de formation, certaines lacunes existent au niveau des techniques de transformation, des normes et de la qualité des produits, du conditionnement, de la créativité et du design de certains artisans, ce qui engendre un faible accès sur les marchés et ne permet guère de sortir de l'empirisme.

- **Les raisons de non-assistance aux formations**

Cinq cas n'encouragent pas les artisans à assister aux formations :

- L'inexistence ou l'insuffisance de formation se rapportant à leurs besoins ;
- Seuls les artisans formels peuvent assister
- Ils pensent qu'ils ont les atouts pour faire le métier d'artisan, grâce aux expériences qu'ils ont acquis, ils ne veulent pas tout simplement participer aux formations ; et
- Assister à une formation est une perte de temps pour eux, ils préfèrent travailler que d'assister à une formation.

VI.2.3. Manque de créativité

Bien souvent, les artisans malagasy ont l'habitude d'imiter les modèles existants car en plus de manque de formation professionnelle, le modèle est transmis de génération en génération. De ce fait, les techniques de fabrication se transmettent de manière archaïque alors que l'imitation occupe une très grande place dans ce secteur car la clientèle a besoin de quelque chose de nouveau et innovant.

Les artisans n'innovent pas le modèle produit, ne le transforme pas, ni l'améliore, ce qui ne fait que diminuer la valeur de ces produits ; il y a risque de disparition des produits sur le marché, et perte de la clientèle. Un grand nombre d'artisans n'ont pas l'intention de créer un nouveau modèle. A ce sujet, nous ne trouvons pas de variété de nouveaux produits sur le marché, ils ont tous le même modèle, seule la taille et la matière utilisée les différencie du modèle initial. Ils produisent donc le même modèle et ont le même style. Cela ne fait qu'augmenter le désintérêt des clients vis-à-vis de ces produits artisanaux.

Pour le cas des artisans de la Commune Urbaine d'Arivonimamo, ce sont seulement les demandes de la clientèle sous forme de commande qui créent de nouveaux modèles et de nouvelles transformations aux modèles existants. Mais à leur niveau, les créations sont vraiment très rares. Tout cela constitue un blocage à l'évolution de ce secteur.

VI.2.4. L'exploitation et la consommation des produits

VI.2.4.1. Le lieu d'exploitation

95% des artisans de la Commune travaillent à domicile, extrêmement étroit, où ils ne peuvent pas envisager d'aménager un espace pour le travail par manque de ressources financières. Dans cette conjoncture, nous pouvons comprendre que leur capacité de production demeure faible. En outre les produits finis ne sont pas en sécurité, ils risquent d'être détruits, à cause de l'inexistence de magasin de stockage.

VI.2.4.2. La consommation des produits

La plupart des Malagasy consacrent leurs revenus à la consommation des biens dits PPN. Les dépenses pour acheter des produits artisanaux ne figurent pas dans leur budget. Ils consomment presque uniquement les produits d'ordre utilitaire tels que les paniers, les tapis... En général les produits artisanaux ne motivent pas les besoins des nationaux ou de la population locale. Ces produits n'ont pas une grande importance et ne sont pas prioritaires pour eux, seuls les gens riches, qui ont un pouvoir d'achat élevé, consomment ces biens. Certains malagasy ne veulent tout simplement pas consommer les produits artisanaux malagasy, une question de goût, d'honneur ou de prestige.

VI.3. Les problèmes d'ordre commercial

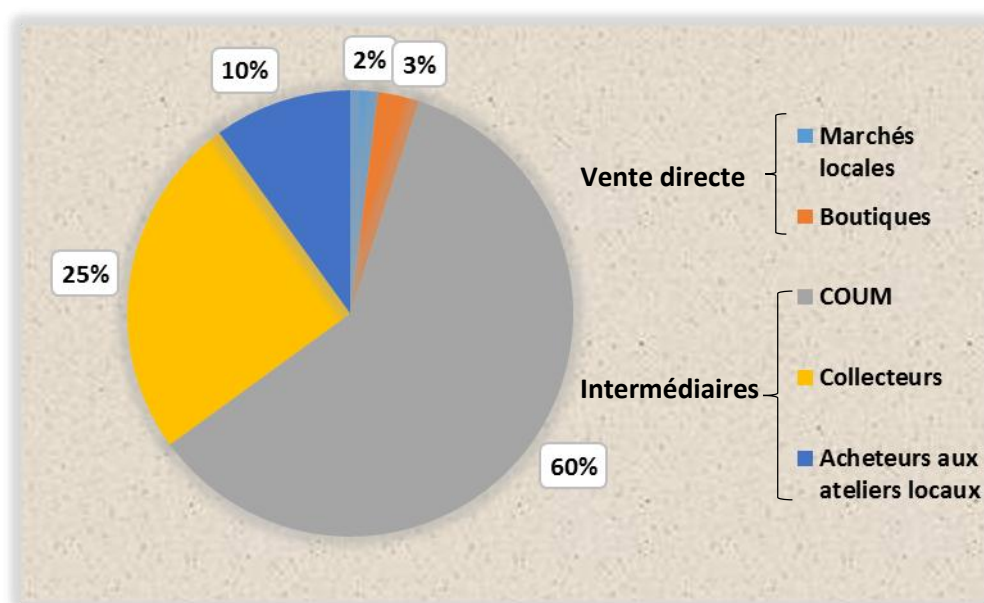
VI.3.1. Le problème d'accès au marché et la prédominance des intermédiaires

La faible capacité entrepreneuriale de la majorité des artisans handicape encore le développement des circuits de commercialisation des produits artisanaux. Ce sont les entreprises commerciales qui sont favorisées, en jouant le rôle d'intermédiaire : seuls 2,9%¹⁸ des artisans de la Commune Urbaine d'Arivonimamo arrivent à exporter leurs produits et par l'adoption de la stratégie de marketing passive, ils ne négocient pas directement avec les clients mais ont recours à des intermédiaires. Ce dernier occupe la quasi-totalité de la commercialisation des produits artisanaux des artisans de la Commune entraînant un faible rendement et la méconnaissance de leur identité. Par conséquent, le marché artisanal est largement dominé par ce type d'acteur qui est devenu un acteur principal dans la filière. Ce sont eux qui bénéficient de l'essor de ce secteur par rapport aux artisans producteurs qui sont à l'origine des œuvres artisanales.

Le marché est largement dominé par les intermédiaires. Ce sont eux qui bénéficient de l'essor du secteur. Avant l'arrivée des produits sur les marchés, il y a au moins un intermédiaire entre les consommateurs finaux et les artisans producteurs. De plus, certains artisans ne font pas d'effort pour chercher de nouveaux débouchés, mais attendent seulement que les clients viennent vers eux. Ce qui ne fait que favoriser la place des intermédiaires locaux ou nationaux (collecteurs et commerçants) qui représentent 95% de leurs clients, contre 5% seulement constitués par les clients qui sont en relation directe avec eux.

¹⁸ Direction Générale de la Promotion de l'Artisanat, Rapport annuel 2015

Figure 6 : Présentation de la clientèle des artisans



Source : Enquête personnelle, 2017

D'après la figure N°6, nous pouvons constater que 95% du marché est largement dominé par les intermédiaires. Plusieurs raisons sont à l'origine de cette situation :

- le niveau d'instruction des artisans est inférieur par rapport à celui des intermédiaires ; ces derniers tentent d'en profiter ou d'exploiter les artisans ;

- à cause de la faiblesse du niveau d'instruction des artisans, il est difficile pour eux d'effectuer les démarches à suivre pour remplir les dossiers, afin qu'ils aient l'autorisation d'écouler directement leurs produits sur le marché. Il y a aussi la difficulté des formalités administratives ;

- le manque d'information ;

- le manque de contact ;

- la volonté d'échapper aux paiements des impôts et taxes divers à la commercialisation ; ils n'ont eu aucune formation en ce qui concerne la recherche des débouchés ;

- l'insuffisance des quantités produites par faute d'équipements dé motive les artisans à chercher des débouchés. Ainsi ils ne veulent pas vendre une quantité insuffisante par peur de ne pas satisfaire les clients, alors que les intermédiaires ont l'opportunité de collecter des produits finis au niveau de plusieurs artisans, ce qui signifie qu'ils peuvent vendre une gamme de produit en qualité, comme en quantité.

Les intermédiaires tuent les artisans en leur achetant les produits à bas prix, ils les vendent à bon prix et ils en tirent un gain raisonnable, par rapport à celui des producteurs. Ces cas sont prouvés, tant au niveau local que national.

Prenons l'exemple d'un artisan de la Commune qui reçoit des commandes venant des collecteurs chaque semaine sous forme de tissus. Il les vend à 4000Ar seulement le mètre alors que ces collecteurs après l'avoir transformé en produits artisanaux comme les chapeaux, les sacs peuvent les vendre à un prix deux fois plus cher que celui du tissu. Ils peuvent alors en tirer beaucoup plus de revenus par rapport aux artisans producteurs.

VI.3.2. Les produits concurrents aux produits artisanaux

VI.3.2.1. La concurrence interne

Le secteur artisanal en général est confronté à ce type de problèmes que ce soit au niveau local, régional ou national.

Tout d'abord, les artisans souffrent de la concurrence avec les produits importés généralement industrialisés, uniformisés et en grande quantité. C'est surtout le cas des produits chinois qui dominent actuellement nos marchés locaux. En effet, les produits artisanaux sont réputés pour être trop chers, or vu le faible pouvoir d'achat de la population, elle se préoccupe plus des biens dits PPN que de l'acquisition des biens durables comme les produits artisanaux. De plus, les gens ne sont attirés que par les produits à leur portée tandis que la plupart ne s'intéressent généralement qu'aux nouveautés extérieures. Ces produits ne font que diminuer la part de marché des produits artisanaux, sur l'ensemble des marchés.

VI.3.2.2. La concurrence externe

La vente des produits artisanaux malagasy sur le marché extérieur face à ceux des autres pays concerne cette concurrence externe. Chez nous, à Madagascar, l'insuffisance des matières premières conduit à la cherté de ces matières sur le marché interne ainsi que des produits finis sur le marché extérieur. La Thaïlande, l'Afrique, l'Italie sont des exemples des pays concurrents face aux artisans malagasy. Ils pratiquent aussi l'artisanat comme métier. La cherté de nos prix donne l'avantage à ces pays.

En outre, ils sont habiles et rapides professionnellement dans la production. Par conséquent, ils peuvent produire en grande quantité, tout en accélérant leur cycle de production. Ils peuvent donc vendre une énorme quantité de production, d'où le prix sera inférieur. Avec leurs ressources en matières premières abondantes, leurs compétences, et les

prix inférieurs adoptés, les autres artisans ont des avantages par rapport à nos artisans, parce que ces derniers doivent vendre à un prix élevé, d'où ils sont plus concurrentiels, et ont une grande part de marché. On voit par là, la difficulté de l'essor de l'exportation artisanale malagasy.

- **Concurrents directs** : ce sont tout ce qui produit des biens identiques, c'est-à-dire tous les producteurs d'articles de la même matière première, aussi bien les nationaux que les étrangers qui sont de rudes concurrents.

- **Concurrents indirects** : ce sont tout ce qui produit des biens substituables. Pour le sisal à Arivonimamo, il est en forte concurrence avec la soie. Cette concurrence est très importante car le « *tenona*¹⁹ » et la soie sont similaires dans les techniques et outils de confection ainsi que les produits obtenus. Ce ne sont que les matières de base qui les différencient. Par conséquent, ces deux produits sont disputés par la clientèle et chaque partie se doit de produire en plus grande quantité et d'une meilleure qualité. Mais il est à mentionné que pour le moment, la soie domine plus le sisal en raison de sa qualité et sa réputation.

¹⁹ Tissu confectionné artisanalement où les matières premières sont les fibres

CHAPITRE VII : SOLUTIONS ET PERSPECTIVES

PROPOSEES AUX PROBLEMES

La recherche de solutions, afin de trouver des canaux de transmission pour les produits est nécessaire pour la liquidation des produits, car l'insuffisance de marchés constitue un problème majeur pour la commercialisation des produits artisanaux.

VII.1.Appui à la commercialisation

VII.1.1. La recherche de débouchés à l'intérieur du pays

Au niveau national et local, le marché est largement dominé par les intermédiaires commerçants. Par conséquent, les producteurs n'ont pas assez d'accès aux marchés. Pour vendre directement leurs produits, ils vendent dans des endroits enclavés. D'où la nécessité de rechercher de nouveaux marchés destinés uniquement aux artisans producteurs, pour qu'ils puissent vendre directement et profiter des contacts nationaux et surtout étrangers afin qu'ils obtiennent des gains proportionnels à leur engagement dans leur métier. Au début, et d'inciter les artisans à vendre directement, pour les favoriser, la diminution des impôts et taxes est nécessaire. Cette politique pourra éliminer les commerçants et amoindrir les intermédiaires, mais pourra donner des opportunités aux artisans producteurs, en augmentant leurs revenus.

VII.1.2. La recherche de débouchés à l'extérieur du pays

En regardant les lieux de destination extérieure des produits artisanaux de la Commune Urbaine d'Arivonimamo, nous constatons qu'ils sont encore insuffisants. Dans cette situation, afin d'améliorer le revenu obtenu de l'exportation, la recherche de nouveaux marchés pour élargir les marchés existants pourra aider à atteindre ce but, tout en préservant les anciennes relations extérieures, sans négliger le niveau d'importation antérieur.

Mais cette politique dépendra de l'augmentation du niveau de production, de la qualité correspondant au design et les prix compétitifs des produits, par rapport à ceux des autres pays.

VII.2. Les manifestations

Les manifestations artisanales comme les foires et les expositions sont des événements très importants pour le secteur de l'artisanat. Elles sont très importantes car elles donnent l'occasion aux artisans de se faire connaître, en sortant de leurs zones isolées et démontrer leur

talent, en exposant leurs produits finis ; et en plus, pour qu'ils puissent se procurer un supplément de revenus. Mais pour ces événements-là, nous remarquons parfois que les frais de location des stands coûtent trop cher pour certains artisans. Il est donc nécessaire d'alléger le frais de location pour que ces artisans aient l'opportunité de s'entretenir avec les clients pour favoriser la commercialisation. Cela va donner des avantages aux artisans à l'échelle nationale et locale.

Quelques propositions sont à exposer pour favoriser le bon fonctionnement de ces manifestations :

- Tous les artisans peuvent participer à la manifestation quel que soit son secteur : formel ou informel ;
- Seuls les artisans producteurs peuvent participer ;
- Il faut aussi que le frais de location du stand soit à la portée de tous

VII.3. L'adoption de la stratégie de marketing moderne

L'adoption de la stratégie de marketing moderne peut améliorer la vente des produits artisanaux. Cette stratégie consiste à lancer la commercialisation des produits de façon plus moderne, dans le but d'augmenter le volume de la clientèle nationale et surtout internationale.

Elle consiste par exemple à:

- publier des produits à la télévision, à la radio ou sur les panneaux publicitaires,
- vendre sur Internet ; et
- produire des brochures spéciales indiquant les produits et leurs prix. Ces brochures seront vendues à bas prix ou exposées gratuitement pour la lecture, dans des endroits populaires : dans des bibliothèques, station d'essence, aéroport... ; et aussi déposés dans les avions, les hôtels, les hôpitaux, ... nationaux ou internationaux.

Elle a aussi pour but d'inciter la clientèle étrangère à venir à Madagascar, pour ce qui concerne les touristes.

VII.4. L'appui aux formations professionnelles

Afin d'améliorer et de diversifier les produits artisanaux aux besoins nationaux et internationaux ainsi que pour satisfaire les clients, il est indispensable de donner aux artisans, qu'ils soient formels ou non, des formations professionnelles et spécialisées. Cela a un impact direct sur la production car cela aide à fournir une bonne qualité de produits répondant au goût de la clientèle vu l'état de cette activité qui se base sur la production traditionnelle et archaïque.

De plus, les produits sur les marchés ont des durées de vie variable, la valeur des produits diminue de plus en plus aux yeux de la clientèle, la présence continuelle de ces produits sur le marché les attire de moins en moins. La création de nouveaux modèles et l'amélioration des modèles existants sont donc très utiles pour répondre aux besoins multiples de la clientèle et pour les satisfaire. En outre, la présence de nouveaux articles évite aux clients de consommer d'autres produits ou de changer de marché, en plus il attire les nouveaux clients. Dans ce cas, par la mauvaise réputation des produits « *Vita Gasy* », les artisans doivent avoir un esprit créatif et doivent prendre conscience qu'il est urgent d'améliorer la qualité et surtout la créativité de leur production.

Les artisans doivent s'efforcer d'améliorer leurs œuvres pour assurer une satisfaction pour l'acheteur. Cela leur permet de mieux écouler leurs produits dans les marchés aussi bien nationaux qu'internationaux. Cela leur permet aussi d'augmenter leur chiffre d'affaire et profit. L'augmentation de profit entraîne par la suite une augmentation de l'investissement leur permettant d'améliorer leur activité.

Pour cela, les artisans doivent investir en matériel qui permet de donner des produits de qualité et de quantité. Cela leur permet d'échapper aux reproches dont tous les artisans malagasy sont taxés en l'occurrence, le fait comme quoi ces artisans ne peuvent pas fournir une qualité et quantité régulière de produit. Cela va donner une meilleure image qui pourrait constituer un atout certain pour le marché.

VII.5. La facilité d'accès aux matières premières

L'instabilité des prix des matières premières fait peur aux artisans. Il est nécessaire de chercher des solutions pour résoudre ce problème mais comment pouvons-nous faciliter l'accès des artisans aux matières premières ? Pour la Commune Urbaine d'Arivonimamo, dans le cadre de la création d'une nouvelle ville dans les cinq ans à venir, un projet a été envisagé pour le

secteur artisanal. La mise en place d'une maison de produits propre à l'artisanat et la production locale des matières premières figure parmi ses priorités.

Ce projet a pour objectif de créer et de recadrer la vie professionnelle surtout dans le cadre de l'artisanat et de l'agriculture pour promouvoir ces secteurs et développer le marché de l'emploi. Vu les différentes potentialités artisanales que possèdent la Commune comme la vannerie, le travail de la soie, la fabrication des matériaux agricoles...l'idée de créer un complexe est née. Il sera constitué d'un site industriel qui transformera les produits locaux, d'un emplacement artisanal comme atelier et lieu d'exposition car la majorité des artisans travaillent encore à leur domicile, donc dans des endroits étroits. Pour pouvoir développer le lieu de travail, l'implantation de cet atelier est donc très nécessaire. Il sera constitué aussi d'un bloc administratif, d'un espace agro-alimentaire mais également des logements, une gare routière et un centre de loisirs. Il envisage d'occuper 1.500km² environ.

-

VII.6. Les subventions et aides de l'État

Le secteur artisanal participe à la politique de lutte contre la pauvreté. Pour que cet objectif soit atteint, l'État doit intervenir pour apporter ses aides et subventions, et aussi inciter les artisans à formaliser leur secteur, bien sûr, la diminution des taxes et impôts est nécessaire.

Les subventions et aides de l'État sont destinées uniquement aux secteurs formels, c'est ainsi que le secteur artisanal en est privé, car la plupart des artisans vivent dans le secteur informel. Par contre, une tisserande de la Commune qui vit dans le secteur formel, nous a dit qu'elle n'a jamais reçu de subvention ou d'aide provenant des gouvernements qui se sont succédé. Pour elle, la situation est la même, qu'elle reste dans le formel ou l'informel. Mais dans le formel, elle est obligée de payer les différents impôts et taxes, sans qu'elle obtienne des subventions ou aides de l'État, alors que sa part de gain va constituer la caisse de l'État. C'est la forte raison pour les artisans dans l'informel de ne pas s'y aventurer.

VII.7. Les aides souhaitées par les artisans de la Commune

Malgré l'essor de la commercialisation des produits artisanaux, nombreux sont les problèmes que rencontrent les artisans de la Commune. Et pour développer l'artisanat dans un long terme, face à ces problèmes considérables, les artisans souhaitent recevoir des aides dans leur activité.

Tableau 10 : Besoins des artisans de la Commune Urbaine d'Arivonimamo pour le développement du secteur artisanal

AIDES	POURCENTAGES DES ARTISANS
Assistance pour les approvisionnements	90
Information concernant les marchés	83
Formation technique	75,3

Source : Enquête personnelle, 2017

D'après le tableau N°10, la majorité des artisans exigent avant tout l'assistance pour les approvisionnements en matières premières pour mieux assurer la quantité et la qualité de leur production. Ceci est suivi du besoin en information concernant les marchés entre autres les débouchés et les concurrents est aussi à souhaiter car c'est une notion importante pour avoir toutes les idées sur ces concurrents et ces marchés pour pouvoir améliorer et maîtriser la commercialisation. Cette information permet aussi de diminuer le nombre d'intermédiaires rapportant aux artisans producteurs plus de bénéfices et plus de valeur aux yeux de leur client. Une part importante souhaite avoir plus de formations techniques pour garantir l'amélioration de leur qualité de travail.

VII.8. Les différents appuis pour le secteur artisanal malagasy

VII.8.1. La coopération des différentes organisations pour l'essor de l'artisanat

Face aux besoins urgents de développer les activités productives et rémunératrices et aussi le secteur de l'artisanat malagasy, l'ONUDI en partenariat avec le PNUD a mis en œuvre un projet pilote²⁰ pour le développement de la filière artisanale. Le partenariat a été conclu le 8 Avril 2014 et s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre du programme « Moyens de Subsistance Durables et de Lutte Contre la Pauvreté »²¹ accentué sur l'association et l'harmonisation des efforts entrepris en faveur de l'amélioration des conditions de vie des populations les plus vulnérables. Des autres organisations comme l'UNESCO, la FAO, le BIT

²⁰ Suite à la requête de Madame le ministre de la Promotion de l'Artisanat à l'époque

²¹ Programme élaboré par le PNUD

et le FENU prennent également part à cette dynamique dans les domaines qui les concernent respectivement.

L'analyse des chaînes de valeurs combinée à la création de produits en s'inspirant de l'héritage culturel et le savoir-faire malagasy et en ciblant des marchés porteurs sera entrepris dans le cadre de ce projet. Le but étant d'analyser d'abord la source des difficultés avant de prendre des mesures correctives permettant de développer la filière artisanale dans son ensemble. Animé par le secteur privé, le projet adoptera donc une approche tirée par le marché afin que les activités artisanales malagasy soient capables de générer des revenus durables pour la population. Ce projet permettra de lancer les bases pour définir une approche durable de soutien à l'artisanat.

VII.8.2. La coopération de Madagascar avec le Canada

« Afin de motiver les opérateurs malagasy, il serait intéressant d'évoquer le fait que le Canada offre aux pays en voie de développement comme Madagascar des initiatives d'accès aux marchés »²². Des opportunités d'affaires outre Atlantique s'affichent à l'horizon pour Madagascar. Un projet d'organisation d'une mission économique et commerciale a été présenté par la Chambre de commerce canadienne CanCham en partenariat avec l'EDBM²³ ainsi que les ambassades respectives des deux pays. Une mission qui a pour principal objectif d'ouvrir les portes d'opportunités au secteur privé. De cette manière, les différents acteurs économiques des deux pays auront l'occasion de se rencontrer et de nouer des relations d'affaires.

Représentant presque 580 milliards de dollars²⁴, le marché canadien peut être qualifié de considérable dans la mesure où sa population consomme 172% de plus que leurs voisins américains en terme de produits importés. C'est dans ce contexte que Madagascar pourra s'offrir des opportunités d'ouverture en se positionnant comme fournisseur de choix sur le marché canadien. Cette mission est ouverte aux différents secteurs d'activité comme le tourisme et l'artisanat.

²² Haja Rasambainarivo, membre de la Chambre de commerce canadien

²³ Economic Development Board of Madagascar

²⁴ L'Express de Madagascar – 03 Juillet 2017

VII.8.3. Une ouverture sur le marché comorien

Une foire s'est tenue aux îles Comores le mois de Décembre dernier en vue de créer un nouvel espace d'échange malgacho-comorien. L'idée de départ, et qui est toujours maintenue, était de mettre le savoir-faire malagasy en matière d'artisanat à la disposition des jeunes comoriens désireux de s'investir dans ce domaine via l'organisation de cette foire. A l'issue de la formation, les artisans malagasy ont eu l'occasion de s'ouvrir à un marché d'outremer. Cette initiative a sûrement eu des retombées notables sur l'exportation des produits artisanaux malagasy vers ces îles voisines.

VII.8.4. La promotion du « *Vita Malagasy* »²⁵

Toujours dans le but de développer et de mettre en valeur l'artisanat en général, des artisans issus de différentes filières et répartis dans toutes les régions de l'île se sont tout récemment regroupés, à leur propre initiative, dans le dessein de former une association dénommée « *Tsy Misara-Mianakavy* ». « Le principal objectif est de promouvoir le *Vita Malagasy* à travers nos produits artisanaux ainsi que notre culture tout en respectant nos valeurs »²⁶. L'attirance de l'attention des malagasy mais aussi les étrangers à consommer les produits artisanaux « *Vita Malagasy* » constitue un grand devoir car cela constitue un moyen contribuant au développement du secteur artisanal et aussi au développement socio-économique de Madagascar. Les artisans membres de cette association sont des artisans producteurs et non pas des collecteurs. Presque toutes les filières de l'artisanat présentent au moins un membre dans cette association. La création des associations comme celle-là est donc à encourager pour favoriser et assurer le progrès du secteur artisanal.

²⁵ Fabriqué à Madagascar par des artisans malagasy

²⁶ Rakotondranaivo Lalaina, Vice-présidente de l'association

CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE

Si on s'en tient à l'état de l'activité artisanale dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo à l'heure actuelle, les artisans sont confrontés à de nombreuses difficultés malgré quelques tentatives de développement de leur activité. Le manque de débouchés et la prédominance des intermédiaires figure parmi les plus importantes suivi de l'instabilité des prix de matières premières et la manque de formation professionnelle qui bloque l'épanouissement de cette activité.

Face à ces problèmes que rencontrent tous les artisans, la promotion des entreprises artisanales et des ménages artisanaux par les différents appuis consacrés à l'activité artisanale permettrait non seulement une possibilité d'être compétitive au niveau des marchés, aux artisans de mieux vivre mais aussi du fait qu'ils pourront élargir ou agrandir leur petite entreprise et de créer plus d'emplois. Aussi, l'artisanat est un atout important qu'il ne faut pas sous-estimer pour le développement de tout acteur concerné surtout pour les artisans de la Commune Urbaine d'Arivonimamo.

CONCLUSION GENERALE

Le secteur artisanal est un secteur d'activité économique constituant un acteur de taille pour l'éradication de la pauvreté et un atout pour le développement. Il fait vivre plusieurs foyers. L'artisanat nourrit un bon nombre de la population, pourtant ce secteur est largement informel et a toujours peu de considération. Vannier, brodeuse, forgeron, menuisier...en ville comme dans la campagne, l'artisanat qu'il soit d'art, utilitaire ou de service est roi. Il fournit à la population les milles et uns ustensiles courantes dont elle a besoin et aux touristes des objets de souvenir. L'extrême variété des matières premières de chaque Région associée à l'habilité et la brillance des artisans constitue un atout incontestable pour ce secteur. Notre présent mémoire nous a permis de connaître le secteur artisanal par le biais du travail du sisal dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo, dotée d'un espace à forte potentialité de matières premières contribuant au développement du secteur artisanat.

Le sisal est une plante à multiples usages et avantages. Il est exploitable à des fins personnelles, agricoles et commerciales. Son exploitation a été tardive mais son utilisation a déjà été courante à Arivonimamo. Si auparavant, il n'était qu'une vulgaire plante sans intérêt, actuellement, il est devenu une plante plus convoitée dans la Commune et même dans la Région Itasy. Ces ressources ont mérité l'estime des artisans d'Arivonimamo si bien que la plante recouvre l'espace et quant à son exploitation, il offre des atouts commerciaux considérables.

Plusieurs acteurs interviennent de l'amont à l'aval de la filière artisanale. Le mode de commercialisation des produits se fait à différentes échelles : locales, nationales et internationales avec différentes stratégies selon la volonté et la possibilité des artisans. L'impact direct de l'artisanat sur les ménages et sur Madagascar est à la fois économique, social, et culturel par le biais de la commercialisation des produits artisanaux. Cette commercialisation tient un rôle important dans la vie de ces ménages et de tous les acteurs concernés. Il fait reconnaître leur savoir-faire et leur valeur, il contribue au développement de chaque filière, de chaque Commune qui la pratique ainsi que des spécificités de chaque Région et il participe à la réduction de la pauvreté. La Commune Urbaine d'Arivonimamo est un cas exemplaire qui illustre cette réalité par le fait que la pratique du métier d'artisans aide la population à s'adapter face à leur niveau de vie.

Bien que sa participation soit capitale pour l'économie locale, c'est une activité source de revenus pour les ménages artisanaux de la Commune. Certes, malgré les efforts dans l'amélioration de leur production, une grande partie d'artisans sont confrontés à beaucoup

d'obstacles constituant des impacts non seulement dans la production mais surtout dans la commercialisation des produits.

Suite à l'étude sur le secteur artisanal dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo, nous pouvons conclure que diverses contraintes sont à l'origine du non épanouissement de ce secteur. Elles pourraient être d'ordre économique ou non-économique. Les solutions que nous apportons pourront être appliquées pour surmonter ces différentes barrières qui freinent son évolution. Plusieurs acteurs doivent apporter leur contribution pour améliorer le secteur : premièrement l'État, les artisans, les exploitants, les commerçants et les intermédiaires, sans oublier les consommateurs nationaux ou internationaux car ce ne sont pas les artisans seulement qui vont profiter l'essor de ce secteur, tous les acteurs concernés et le pays tout entier.

Au terme de cette étude, même si les produits venant de l'extérieur sont abondants, nous sommes convaincus que l'artisanat malagasy aura une place importante et un avenir radieux, si toutefois les artisans acceptent d'améliorer leurs techniques, de ne jamais abandonner, de promouvoir le « *Vita Malagasy* » au lieu de le délaisser, d'améliorer la qualité des produits, tout en préservant leur originalité, car les touristes, en venant dans notre pays, veulent découvrir les caractères particuliers de notre culture. L'activité artisanale a un meilleur avenir mais il faut la participation de chaque acteur concerné pour assurer la durabilité de cette activité et la garantie du développement de la Commune. Évidemment, l'État doit jouer un rôle important pour atteindre cet objectif, car nous savons que jusqu'à présent, les artisans malagasy ont encore des difficultés à s'en sortir seuls à cause des problèmes que nous avons évoqués. Pour n'en citer qu'un seul, l'État doit apporter plus de considération aux artisans pour les aider à trouver plus de débouchés extérieurs pour leurs produits. Tous ces acteurs doivent apporter leur aide pour atteindre l'objectif, et nous verrons un jour l'artisanat malagasy rayonner.

BIBLIOGRAPHIE

I- Ouvrages généraux

- 1- **CITE/BOSS CORPORATION**, 2011, *Identification des freins et levier du commerce équitable pour les organisations d'artisans à Madagascar*, 104p
- 2- **CITE/BOSS CORPORATION**, 2001, *Commercialisation : Le marketing pour les producteurs artisanaux*, 84p
- 3- **DUTEURTRE (G.), KOUSSOU (M.)**, 2000, *Une méthode d'analyse des filières*, 36p
- 4- **ETHEVE (A.M)**, 1996, *Le tissage à Madagascar*, 57p
- 5- **GEORGES (P.)**, 1963, *Précis de la Géographie rurale*, Edition PUF, 351p
- 6- **HELENE (D.)**, 2011, *Perceptions et stratégies d'adaptations paysannes face aux changements climatiques à Madagascar*, 108p
- 7- **PAUL (C.)**, 1984, *Géographie humaine et économique contemporaine*, Edition PUF, 435p
- 8- **BEAUJEU GARNIER (J.)**, 1977, *La géographie du commerce*, Edition Masson, 266p

II- Ouvrages spécifiques

- 9- **ANDRE (G.)**, *Problèmes de l'artisanat rural à Madagascar : Formation artisanale et entreprises artisanales*, 172-193p
- 10- **FABRE (L.)**, 2011, *Souvenirs et imaginaire touristique : le cas de l'artisanat en Afrique du Sud*, 71p
- 11- **GUERIN (M.)**, 1970, *Influence socio-économique des plantations de sisal de la vallée du Mandrare sur l'environnement paysanne*, 29p
- 12- **MADACRAFT**, 2008, *Artisanat : Etude de la demande en France, Potentialités de l'offre à Madagascar*, 121p
- 13- **RANDRIANARISOA (P.)**, 1974, *L'art et l'artisanat malgache*, 96p
- 14- **VESTALYS (H.), ANDRIANARIELO (M.S.)**, 2008, *Analyse de la filière artisanat à base de fibres végétales dans la Région Analamanga*, 40p

III- Mémoires et thèses

- 15- **ANDRIAJANARIVO (M.)**, 2009, *Collaboration à la redynamisation de la Chambre de métiers au sein de Ministère du Tourisme et de l'Artisanat : Cas de la Chambre de métiers d'Antananarivo*, Mémoire de Maitrise, 67p
- 16- **ANDRIANTSEHENO (P.)**, 2007, *L'artisanat malgache : Analyse dans le cadre de sa contribution à la réduction de la pauvreté*, Mémoire de Maitrise, 54p
- 17- **MIHOUB (M.)**, 2014, *La création des entreprises artisanales et leur gestion*, Mémoire de Maitrise, 120p
- 18- **RAFANOMEZANTSOA (H.)**, 2008, *La commercialisation des produits d'artisanat d'art à Antananarivo : l'exemple du village Art malagasy Route digue : Région Analamanga*, Mémoire de Maitrise, 111p
- 19- **RAHERITIANA (M.)**, 2010, *La filière artisanale pour le développement de la Commune Alarobia Ambatomanga, District Manjakandriana, Région Analamanga : Cas de l'utilisation de raphia*, DEA, 91p
- 20- **RAKOTOARISOA (O.)**, 2007, *Analyse des comportements stratégiques des marchés artisanaux : cas du secteur habillement à Antananarivo et ses environs*, DEA, 139p
- 21- **RAKOTONDRAISOA (H.)**, 2011, *Amélioration du secteur artisanal d'art : cas de la Commune urbaine d'Ambositra*, Mémoire de Maitrise, 105p
- 22- **RANDRIANARIJAONA (F.)**, 2012, *Evaluation et performance : l'artisanat à Madagascar*, Mémoire de Maitrise, 45p
- 23- **RANDRIANTSARAFARA (H.)**, 2014, *Dynamisation de la filière huile essentielle par le programme PROSPERER dans le Fokontany de Fihaonana, Commune Rurale de Fitsiniovana Bakaro, District d'Andramasina*, Mémoire de Maitrise, 90p
- 24- **RASOANJARIVO (L.)**, 2010, *La place de l'artisanat dans l'économie de Madagascar*, Mémoire de Maitrise, 54p
- 25- **RASOLOFOSON (H.)**, 2009, *Le tady : moyen d'intégration des paysans dans le circuit monétaire : Cas de la Commune Rurale d'Ampahimanga District d'Arivonimamo*, Mémoire de Maitrise, 128p
- 26- **RAZAFIMBELO (T.)**, 2010, *Projet de création d'une unité de production des produits artisanaux à Fandriana*, Mémoire de Maitrise, 91p
- 27- **ZOFANIRINALA (T.)**, 2010, *Feuille de route du CENAM pour contribuer à la promotion et au développement de l'artisanat : cas de la filière fibre végétale au niveau de la Région Analamanga*, Mémoire de Maitrise, 56p

IV- Rapport et Documents techniques

- 28- **INSTAT**, 2003, Enquête artisanat / Rapport principal, 64p
- 29- **INSTAT**, 2010, Enquête périodique auprès des ménages / Rapport principal, 378p
- 30- **INSTAT**, 2014-2015, Rapport économique et financier, 153p
- 31- **INSTAT**, 2015, Rapport de mise en œuvre des programmes, 134p
- 32- **Loi N°2015-054**, Code de l'artisanat, 28p
- 33- **Ministère de la Culture et de la Promotion de l'Artisanat et de la sauvegarde du Patrimoine**, 2016, Rapport annuel d'activité relatif à la certification des produits artisanaux faits-mains, 25p
- 34- **Ministère de la Culture et de la Promotion de l'Artisanat et de la sauvegarde du Patrimoine**, 2016, La protection de la culture traditionnelle et de l'art malgache, 17p
- 35- **Monographie Commune Urbaine Arivonimamo**
- 36- **PCD Commune Urbaine Arivonimamo**
- 37- **PNUD**, 2012, Amélioration du cadre d'intervention des CCI et de leur Fédération, Rapport final, 141p

V- Webographie

- 38- www.midi-madagasikara.mg
- 39- www.lexpressmada.com
- 40- www.lagazette-dgi.com
- 41- www.trademap.org
- 42- www.laverite.mg
- 43- www.univ-antananarivo.mg

ANNEXES

Annexe I : Questionnaires

CIBLE 1 : Ménages artisans travaillant le sisal

- 1- Nom du chef de ménage :
- 2- Age : sexe :
- 3- Niveau d'étude :

Primaire

Secondaire

Universitaire

Analphabète

- 4- Comment êtes-vous devenu artisan ?
- 5- Pourquoi vous avez choisi l'artisanat ?
- 6- Cette activité est-elle votre activité principale ?
- 7- Etes-vous formel ou informel ?
- 8- Vous utilisez quoi comme matières premières? Vous les trouvez où ? Comment sont les prix ?
- 9- Depuis combien d'année pratiquez-vous cette activité ?
- 10- Qui sont les personnes qui participent au travail ?
- 11- Quels sont les matériels nécessaires à votre fabrication ?
- 12- Quels sont les étapes de la fabrication ? Quel est l'étape la plus délicate ? Pourquoi ?
- 13- Quel est le volume de votre production mensuel ?
- 14- Quels sont les types de production ?
- 15- Existe-t-il une période où la production s'arrête ? Si oui pourquoi ?
- 16- L'offre est-elle suffisante par rapport à la demande ?
- 17- Où sont les destinations de vos produits ?
- 18- Avez-vous déjà reçu une formation professionnelle ? Si oui Où ?
- 19- Vous avez déjà participé à des expositions ? Combien de fois ?
- 20- Quels sont les principaux problèmes que vous rencontrez dans votre activité ?
- 21- D'après vous, que devrait faire l'autorité locale pour développer votre activité ?
- 22- Souhaitez-vous recevoir de l'aide de la part de l'Etat ou des ONG ? Pourquoi ?
- 23- Vous proposez quelles solutions face aux différents problèmes de ce secteur ?

CIBLE 2 : COMMERCANTS

- 24- Quel est le nom du magasin ?
- 25- A quelle heure est-il ouvert et ferme chaque jour ?
- 26- Combien d'articles vous écoutez chaque jour ?
- 27- Etes-vous membre d'une association ou d'une coopérative ?

- 28- Comment faites-vous pour obtenir ces articles ?
- 29- Cette activité est-elle votre activité principale ?
- 30- Quel est votre gain mensuel ? Est-ce qu'il vous permet de vivre convenablement ?
- 31- Quelle est la raison qui vous a poussé à choisir ce métier ?
- 32- Quelle est la période de la haute et de la basse saison ?

CIBLE 3 : FOURNISSEURS DE MATIERS PREMIERES

- 33- Quels types de matières premières produisez-vous ?
- 34- Cette activité est-elle votre activité principale ? Si non quelles sont les autres activités que vous pratiquez ?
- 35- Comment faites-vous pour écouler vos produits ?
- 36- Quel est le volume de votre production mensuel ? Avez-vous des stocks ?
- 37- Où sont les destinations de vos produits ?
- 38- Quels problèmes rencontrez-vous dans cette activité ?

39- BUDGET DES MENAGES ARTISANS, COMMERÇANTS ET FOURNISSEURS DE MATIERES PREMIERES

SOURCE DE REVENUS	MONTANT
1-	
2-	
3-	
4-	
DEPENSES	
1-	
2-	
3-	
4-	

CIBLE 4 : RESPONSABLE DE LA COMMUNE

40- Nom de la Commune

41- Nombre des fokontany

42- Superficie totale de la Commune

43- Caractéristiques de la population :

- Effectif
- Répartition par fokontany
- Répartition par âge et par sexe

44- Nombre de la population de la Commune Urbaine d'Arivonimamo

45- Taxes par mois pour les artisans formels

46- Combien d'artisans compte la Commune ? Combien compte les formels ? Et les informels ?

47- D'après vous, pour quelle raison les artisans restent-ils dans l'informel ?

48- Quel rang occupe l'artisanat dans la participation de la caisse de la Commune ?

49- Quels sont les problèmes que rencontrent les artisans de la Commune d'après vous ?
Quelles solutions proposerez-vous ?

Annexe II : Identification de la Commune Urbaine D'Arivonimamo

-Nom de la Commune	Arivonimamo
-Sous-Préfecture	Arivonimamo
-Préfecture	Miarinarivo
-Région	Itasy
-Province	Antananarivo
-Téléphone	48 862 21
-Code postal	112
-Nombre de Fokontany	13
-Type de la Commune	Urbaine
-Catégorie	2 ^{ème}
-Repère d'accès au chef-lieu	A 0km de l'axe de l'ex RN1
-Distance au chef-lieu de la sous-préfecture	0 km
-Superficie	120 km ²
-Rivière environnante	Iombifotsy
-Lac environnant	Antabaoka

Source : PCD Commune Urbaine Arivonimamo, 2015

Annexe III : Classification des professions de l'artisanat par filière

CODE	FILIERES	PROFESSIONS
010	Bois et dérivés	Charpenterie, Marqueterie, Menuiserie, Ebénisterie, Scierie, Sculpture...
020	Métaux et travail des métaux	Fabrication mécanique, Fonderie, Forge, Plomberie, Ouvrage métallique...
030	Pierre et bijouterie	Lapidairerie, Bijouterie...
040	Textile et habillement	Broderie, Coupe et Couture, Tissage de soie, Chapellerie, Dentellerie, Tricotage, Mode-style...
050	Aménagement de l'habitat	Installation électrique, Poterie, Céramique, Briqueterie, Décoration de maison...
060	Fibres végétales	Papier Antemoro, Vannerie, Tressage de bambou, Tissage de raphia, Tapisserie et fibres...
070	Divers animal	Tannerie, Maroquinerie, Cordonnerie, Travail de la corne, Taxidermie...
080	Agro-alimentaire et alimentaire	Pâtisserie, Confiserie, Produits laitiers, Service traiteur...
090	Corps gras et hygiène	Coiffure, Fabrication de savon, Fabrication d'huile essentielle...
100	Peinture, Photographie et arts graphiques	Photographie, Peinture, Dessin artistique, Arts graphiques...
110	Culture et loisirs	Fabrication d'instruments de musique, Lutherie, Fabrication de jouets, Fabrication des maquettes...
120	Micromécanique, Electronique, Informatique, Electrotechnique	Réparation des appareils domestiques, Bureautiques, Electriques, Electroniques, Matériel de réfrigération...

Annexe IV : Différentes définitions

• **Broderie** : motif décoratif exécuté (sur un tissu, sur un linge ou sur un vêtement) en points de couture à l'aiguille ou à la machine.

• **Bijouterie fantaisie** : activité liée à la fabrication et au commerce des bijoux.

• **Céramique** : art et technique de fabrication d'objets en terre cuite.

• **Chapellerie** : c'est l'art de fabriquer les chapeaux.

• **Charpenterie** : un art qui sert à réunir une pièce ou un ouvrage de bois ou d'un autre matériau, servant d'appui pour un plancher ou un toit, ou destiné à l'ossature d'un édifice.

• **Coiffure** : profession qui s'occupe de tout ce qui concerne le soin et l'arrangement des cheveux.

• **Confiserie** : c'est l'art de fabriquer de denrée alimentaire élaborée à partir de sucre, sous forme de sirop que l'on cuit et auquel on ajoute, après refroidissement, divers ingrédients, tels que des épices, des fruits, des graisses et huiles, des colorants, des œufs, des produits laitiers et souvent du cacao.

• **Cordonnerie** : métier de la réparation des chaussures.

• **Dentellerie** : fabrication du tissu ajouré, à mailles très fines et à motifs décoratifs, tissé avec du fil.

• **Ébénisterie** : fabrication et réparation de meubles en bois précieux et plus précisément en bois d'ébène.

• **Électronique** : c'est l'art de réparer les appareils électroniques.

• **Fabrication des maquettes** : art de la composition graphique et typographique, avant impression.

• **Fonderie** : en métallurgie, technique de fabrication (d'objets métalliques) par moulage de métal en fusion.

• **Forge** : atelier où les métaux sont travaillés au feu et au marteau.

• **Froid et électrotechnique** : réparation des appareils domestiques, bureautiques, électriques, électroniques, matériels de réfrigération.

• **Informatique** : science du traitement automatique de l'information sur l'ordinateur.

• **Lapidairerie** : qui est gravé sur la pierre, et qui a trait aux sculptures en pierre.

• **Lutherie** : fabrication d'instrument de musique.

• **Maroquinerie** : établissement où l'on tanne la peau de chèvre.

• **Marqueterie** : un décor réalisé avec des placages découpés ou des compositions de pierres, suivant un dessin et collé par un support tel que les meubles, boiserie, boîtes de conserve.

• **Menuiserie** : travail du bois pour la fabrication de meubles simples et de pièces utiles à l'agencement des bâtiments.

• **Mode-style** : le modéliste est la personne qui crée des formes et des modèles de vêtements.

• **Pâtisserie** : art de fabriquer les pâtes et les gâteaux.

• **Plomberie** : ensemble des activités liées à l'installation et à la maintenance des appareils sanitaires et des canalisations d'eau et de gaz.

• **Poterie** : art de créer des pots en terre cuite.

• **Scierie** : atelier équipé de scies qui coupent et débitent le bois ou la pierre.

• **Sculpture** : l'art et le métier des sculpteurs qui consiste à tailler les pierres ou les bois avec des outils directs, en vue de dégager des formes, de volume d'un effet artistique, en enlevant les morceaux inutiles.

• **Service traiteur** : c'est l'art de traiter les nourritures.

• **Tannerie** : ensemble des opérations qui consistent à préparer les peaux pour les transformer en cuir.

• **Tapisserie** : textile tissé à la main sur un métier, généralement ouvragé, et utilisé comme tenture murale, rideau, tapis ou garniture des meubles ; et revêtement de papier destiné à orner les murs d'une pièce.

• **Taxidermie** : art de préparer un animal mort (généralement vertébré) pour qu'il garde l'apparence de la vie.

• **Tissage de raphia** : opération qui consiste à entrelacer des raphias pour en faire des œuvres artisanales.

• **Tissage de soie** : ensemble des opérations consistant à tresser régulièrement deux jeux, la chaîne et la trame, pour fabriquer du tissu dont la matière utilisée est la soie.

• **Travail de la corne** : c'est l'art qui utilise les cornes comme matière première.

• **Tressage de bambou** : opération qui consiste à entrelacer des bambous pour en faire des œuvres artisanales comme la table.

• **Tricotage** : confection de tissus, de vêtements ou d'ouvrages en formant des mailles avec un fil, à la main, au moyen d'aiguille ou à la machine.

• **Vannerie** : confection d'objet en fibres végétales entrelacées.

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	i
SOMMAIRE	ii
RESUME.....	iii
TABLE DES ILLUSTRATIONS	iv
ACRONYMES.....	vi

INTRODUCTION GENERALE.....	1
----------------------------	---

PREMIERE PARTIE : CONCEPT ET DEMARCHE DE RECHERCHE.....	4
CHAPITRE I : CONCEPT ET DEFINITIONS.....	5
I.1. Le développement progressif de l'artisanat	5
I.1.1. La production artisanale à l'origine	5
I.1.2. La production artisanale sous l'influence européenne	5
I.1.3. La production artisanale durant la colonisation	6
I.1.4. La production artisanale après l'indépendance	6
I.2. Des définitions associées à l'artisanat.....	7
I.2.1. Artisanat.....	7
I.2.2. Produits artisanaux.....	8
I.2.3. Artisans	8
I.3. Les types de filière artisanale.....	10
I.3.1. La vannerie.....	10
I.3.2. La soie.....	11
I.3.3. Le travail des métaux	11
I.3.4. Le travail du bois.....	12
I.4. Le profil des artisans de la Commune Urbaine d'Arivonimamo	12
I.4.1. Les ménages artisanaux	12
I.4.2. Les entreprises artisanales.....	13
I.4.3. Les associations artisanales.....	13
I.5. Les caractéristiques de l'exploitation artisanale.....	13
I.5.1. Le lieu d'exploitation	13
I.5.2. La durée du travail	13
I.5.3. Le mode de production	13
I.6. Les principaux acteurs de la filière	14
I.6.1. Les fournisseurs de matières premières	14

I.6.2. Les artisans de produits semi-transformés	14
I.6.3. Les artisans des produits finis	14
I.7. La commercialisation des produits artisanaux	15
I.7.1. La stratégie de marketing passive	16
I.7.2. La stratégie de marketing active	16
I.7.3. La stratégie de marketing moderne	16
I.8. Les institutions intervenants dans le secteur artisanat.....	17
I.8.1. Le CENAM	17
I.8.2. Les Chambres de Métiers et les Chambres de Commerce et de l'Industrie (CCI).....	18
 CHAPITRE II : DEMARCHE DE RECHERCHE	20
II.1. Les étapes des travaux de recherche	20
II.1.1. Préparation conceptuelle du mémoire et des travaux de terrain	20
II.1.1.1. Réflexion sur le thème et la zone d'étude.....	20
II.1.1.2. La documentation	20
II.1.1.3. Elaboration des questionnaires	22
II.1.2. Les travaux de terrain	22
II.1.3. Les travaux de rédaction	23
II.2. Les problèmes rencontrés	23
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE	24
 DEUXIEME PARTIE : LES RETOMBEES DE LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS ARTISANAUX POUR LES ARTISANS DE LA COMMUNE URBAINE D'ARIVONIMAMO	25
 CHAPITRE III : LE TRAVAIL DU SISAL ET LES CARACTERISTIQUES DE LA COMMUNE	26
III.1. Le sisal, une plante à multiples usages	26
III.1.1. Usages agricoles et traditionnels	26
III.1.2. Usages environnementaux.....	26
III.2. Le mode de production des produits artisanaux dans la Commune Urbaine d'Arivonimamo	27
III.2.1. Les matières premières et les équipements.....	27
III.2.2. Le mode de transformation du sisal.....	28
III.2.2.1. La cueillette	28
III.2.2.2. Le tressage	28
III.2.2.3. Le tissage	28

III.3. Le milieu humain et la structure de la Commune.....	30
III.3.1. Une population jeune et inégalement répartie dans l'espace.....	30
III.3.2. Un réseau routier bien structuré	32
 CHAPITRE IV : L'ORGANISATION DES CIRCUITS DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS ARTISANAUX DANS LA COMMUNE URBAINE D'ARIVONIMAMO	 34
IV.1. La commercialisation sur le marché intérieur	34
IV.1.1. Le rôle du marché de la Commune Urbaine d'Arivonimamo	34
IV.1.2. La dynamique saisonnière de la vente des produits artisanaux.....	34
IV.1.3. Les facteurs déterminants les prix des produits.....	36
IV.1.3.1. L'offre et la demande	36
IV.1.3.2. La concurrence	36
IV.1.3.3. Typologie des clients.....	36
IV.1.3.3.1. Les touristes	36
IV.1.3.3.2. Les résidents nationaux	37
IV.2. La commercialisation sur le marché extérieur	37
IV.2.1. Les manifestations économiques et sociales	37
IV.2.2. La destination des produits artisanaux de la Commune Urbaine d'Arivonimamo	38
IV.2.3. Faiblesse du taux d'exportation des produits artisanaux de la Commune.....	40
 CHAPITRE V : LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS ARTISANAUX : UN MAILLON IMPORTANT	 41
V.1. L'importance de la commercialisation dans le revenu global des ménages artisans de la Commune Urbaine d'Arivonimamo	41
V.1.1. L'artisanat : une source de revenus pour les artisans de la Commune	41
V.1.2. L'artisanat : créateur d'emplois et générateur de plusieurs activités.....	45
V.1.3. Les impacts des activités artisanales sur l'évolution du niveau de vie des artisans	45
V.2. Importance du secteur artisanal sur le plan communal, régional et national	46
V.2.1. L'apport de l'activité artisanale pour la Commune Urbaine Arivonimamo	46
V.2.2. L'importance du secteur artisanal dans la Région Itasy	46
V.2.3. L'artisanat : objet de souvenir.....	46
V.2.4. L'identité culturelle et le savoir-faire	49
V.2.5. L'artisanat et l'économie du pays.....	49
V.2.6. Une entrée des devises.....	50
CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE.....	52

TROISIEME PARTIE : LES PROBLEMES ET LES PERSPECTIVES LIES AUX ACTIVITES ARTISANALES DANS LA COMMUNE URBAINE ARIVONIMAMO	53
CHAPITRE VI : LES CONTRAINTES DE LA FILIERE.....	54
VI.1. Les problèmes de l’artisanat d’ordre financier.....	54
VI.1.1. Le coût élevé et l’insuffisance des matières premières	54
VI.2. Les problèmes d’ordre social	54
VI.2.1. L’artisanat : un secteur informel	54
VI.2.2. Le manque de formations professionnelles	55
VI.2.2.1. Les raisons de non-assistance aux formations.....	55
VI.2.3. Manque de créativité	55
VI.2.4. L’exploitation et la consommation des produits	56
VI.2.4.1. Le lieu d’exploitation	56
VI.2.4.2. La consommation des produits.....	56
VI.3. Les problèmes d’ordre commercial.....	57
VI.3.1. Le problème d’accès au marché et la prédominance des intermédiaires.....	57
VI.3.2. Les produits concurrents aux produits artisanaux	59
VI.3.2.1. La concurrence interne	59
VI.3.2.2. La concurrence externe	59
CHAPITRE VII : SOLUTIONS ET PERSPECTIVES PROPOSEES AUX PROBLEMES ..	61
VII.1. Appui à la commercialisation	61
VII.1.1. La recherche de débouchés à l’intérieur du pays	61
VII.1.2. La recherche de débouchés à l’extérieur du pays	61
VII.2. Les manifestations	61
VII.3. L’adoption de la stratégie de marketing moderne.....	62
VII.4. L’appui aux formations professionnelles.....	63
VII.5. La facilité d’accès aux matières premières	63
VII.6. Les subventions et aides de l’État	64
VII.7. Les aides souhaitées par les artisans de la Commune	64
VII.8. Les différents appuis pour le secteur artisanal malagasy	65
VII.8.1. La coopération des différentes organisations pour l’essor de l’artisanat	65
VII.8.2. La coopération de Madagascar avec le Canada	66
VII.8.3. Une ouverture sur le marché comorien.....	67
VII.8.4. La promotion du « <i>Vita Malagasy</i> »	67
CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE	68

CONCLUSION GENERALE	69
BIBLIOGRAPHIE	71
ANNEXES	74
TABLE DES MATIERES	81