

VALORISATION ET PROMOTION DE LA CERAMIQUE TRADITIONNELLE ET SON APPORT AU DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL EN AFRIQUE

Cyrille ZEH

Université de Maroua/Faculté des Arts, Lettres et Sciences Humaines
zebcyrille@yahoo.fr

Résumé

La céramique traditionnelle des populations africaines se présente comme un héritage légué par les anciens et qui a été transmis au cours des époques aux générations actuelles. Les faits historiques sur les traditions fonctionnelles d'usages de la céramique font prendre conscience, des différentes valeurs et enjeux économiques, industrielles multiples que propose cet art. Toutefois, malgré l'intérêt scientifique, technologique que revêt la céramique traditionnelle, son apport dans l'amélioration des conditions de vies des populations africaines, elle reste peu valorisée. Alors, qu'elles sont réellement les potentialités de ce domaine de création pourtant capable de générer des richesses en beaux-arts, en design, en architecture et en économie culturelle pour un développement durable en Afrique ? Pour répondre à cette problématique les observations directes de terrains ont été menées au sein des populations céramiques dans la région de l'Extrême-Nord du Cameroun. L'analyse des données et l'évaluation du corpus d'objets répertoriés sont faites sur une méthodologie qui est basée sur la théorie du fonctionnalisme en histoire de l'art. L'objectif de ce travail est de montrer que la mise en valeur de l'art céramique est capable de participer au développement industriel du continent. A travers la valorisation, la céramique africaine est capable de proposer à la société contemporaine des productions innovantes et améliorées.

Mots clés : Céramique, Produits, Consommables, Design, Industrie.

Abstract

Traditional ceramic of African people appears as a bequeathed by the ancestors and which has been given during ages to current generations. The historical achievement on functional traditions of ceramic makes get awareness on the different values and the multiple economic goals which offer this art. However, despite the scientific interest that has traditional ceramic and it help in the improvement of populations way of living, it remains few valued. Specifically, what are the real potentialities of this artistic creation branch that is still able to produce tools in fine arts, design, architecture, tourism and in cultural economy for a sustainable development in Africa? it a response to this, investigation have been made among ceramic craftsman of Far-North of Cameroon. Data analysis and the evolution of corpus of collected data are done on a methodology based of on history of art theories. The aim of this work is to suggest a method of valorization of art productions in ceramic. It is also to show that valorization art participates in the industrial development. Though the valorization, african ceramic is able to offer to the actual society the innovative productions in design.

Keys words: Ceramic, Products, Domesticable use, Design, Industry

Introduction

La valorisation du patrimoine de la céramique est un pôle d'innovation pour l'art et l'artisanat africains. Ce domaine des arts décoratifs spécifiquement peut favoriser le développement économique et industriel, si seulement, d'une part le métier propose à la société africaine des produits améliorés de qualité, et d'autre part, s'il fait alliance entre les connaissances traditionnelles et la technologie moderne. Et dans ce cas, les gouvernements et les municipalités communautaires doivent jouer le rôle de mécénat, porter les projets d'amélioration des produits.

Pour que la céramique traditionnelle passe au stade de produit de qualité ou qu'elle participe réellement au développement social, sa mise en valeur est nécessaire. La valorisation de la céramique traditionnelle suppose une réappropriation des techniques traditionnelles, mais aussi une réelle adaptation des créateurs et leurs matériaux face à l'évolution des besoins des populations. A cet effet, sur cette orientation, pour valoriser et promouvoir la céramique traditionnelle des populations africaines, il faut :

- Premièrement former la population céramistes et les plus jeunes à travers l'apprentissage des techniques pour préparer la relève ;
- deuxièmement sur le plan technique de la création, la production doit rechercher la singularité et la créativité ;
- Troisièmement le génie artistique des acteurs doit chercher l'innovation à travers le design.

C'est une manière de rendre pérenne la pratique de la céramique traditionnelle, de prévenir les risques de disparition des techniques et savoir-faire ancestraux ; c'est aussi préparer l'avenir des arts africains.

1. Promouvoir la formation des professionnels de l'art

La formation et l'apprentissage sont un gage pour se développer et pour savoir préserver les traditions ancestrales. Elles sont propres aux cultures dans l'espace et le temps. Au sein des populations (Mofou, Mafa, Guiziga, Massa) investiguées dans la région de l'Extrême-Nord Cameroun, les hommes et les femmes pratiquent la céramique. Le

potier maîtrise les rouages du travail de la forge tandis que la potière excelle plus dans l'art de la poterie. Ces spécialistes puisent dans l'imaginaire, des formes et des objets divers dont a besoin les peuples de cultivateurs et de pasteurs. Ils ne créent pas pour eux-mêmes, mais pour des raisons sociales, culturelles et d'ordre esthétique. La potière est un être irremplaçable qui procure l'essentiel des ustensiles et autres objets du bien-être aux communautés.

Afin de faire passer la céramique traditionnelle sur le cap des produits d'industries à une grande portée, il faut des techniciens formés à la céramique moderne. Ainsi, la formation des professionnels en céramique moderne et des ingénieurs de l'art s'avère primordiale.

Cette stratégie est nécessaire pour former les générations actuelles, futures à travers l'apprentissage et de donner à chaque jeune un métier, un emploi et donc un avenir (Antoine Léon, 1954 :140). Par ailleurs elle prépare la relève. Car dans l'apprentissage, le geste professionnel se transmet principalement par la formation. L'apprentissage a démontré son efficacité pour fournir la main-d'œuvre hautement qualifiée et de qualité dont les entreprises ont besoin. Pour ces acteurs, l'apprentissage constitue la voie royale pour acquérir des connaissances théoriques et pratiques nouvelles afin d'acquérir un métier et de s'insérer dans la vie professionnelle ou intégrer une équipe. Les jeunes formés deviennent alors une chance pour l'avenir social et économique pour l'Afrique, car quand ils sont bien formés, ils sont prêts à entreprendre. Le secteur de l'artisanat d'art en Afrique autorise de bonnes carrières épanouissantes et innovantes, sur des marchés porteurs tels que le design.

Dans les sciences d'art, pour mettre en valeur et développer une technique traditionnelle, il faut former à la base ou mettre à niveau les créateurs afin de préparer une main d'œuvre hautement qualifiée. Le secteur de l'artisanat de la céramique de nos jours, est un domaine dans lequel regroupe principalement un grand nombre d'acteurs qui manque de formation, de renforcement des capacités techniques. La céramique, métier ancestral, se caractérise par les méthodes de travail empiriques. Le métier s'apprend dans la plupart des cas, sur le tas, auprès d'un membre de la famille ou de la communauté qui a lui-même appris sur le tas. Ce point constitue un handicap au regard des orientations des Etats

de l'Afrique subsahariennes en vue de l'atteinte de l'émergence technologique, industrielle.

2. Promouvoir les métiers d'art et l'innovation

La promotion du patrimoine artistique de la céramique peut se concrétiser à travers la mise en valeur des métiers d'art dans les entreprises culturelles ou à travers la pratique dans la recherche de la singularité des produits.

2.1. Mise en valeur des métiers d'art dans les entreprises culturelles

Que faut-il entendre par métier d'art ? Dans un rapport publié en 1976, Pierre Dehaye, en proposait une définition basée sur trois critères : l'identification d'un métier au sens d'une technique, la production d'objets uniques (ou en petite série) présentant un caractère artistique, et la maîtrise du métier dans sa globalité, excluant une trop grande parcellisation des tâches (Benhamou et Thesmar, 2011 : 23). La valorisation des métiers d'art consiste à augmenter la valeur des produits qui émanent de la chaîne opératoire de la céramique. Dans cette projection, la formation professionnelle initiée par les institutions privées et universitaires d'Afrique pourra favoriser le développement des entreprises spécifiques capables de produire les articles d'art de bonne qualité.

Sur la base des enquêtes de terrain, malgré le riche potentiel des expressions artistiques de la céramique en Afrique, le Cameroun par exemple n'arrive toujours pas à développer des entreprises d'art pour ce domaine. Il manque véritablement dans les régions, des centres d'arts et métiers. Mais les centres de (MIPROMALO de Yaoundé, CAA de Mbalmayo) font l'exception. Ils transforment l'argile en produit industriel.

2.2. Promouvoir l'innovation sur le plan technique et la recherche de la singularité dans la créativité

Sur le plan technique la créativité est un élément central des stratégies de singularité des produits. Les créateurs proposent des produits ayant une certaine étiquette de label. Alors, la créativité artistique pourrait être un élément stratégique dans la valorisation et la promotion du

patrimoine artistique. L'originalité et la différenciation des produits comme objet de recherche, permettra de produire les œuvres céramiques de marque attirant une clientèle cosmopolite.

La stratégie de singularité vise la proposition des produits personnalisés. Ainsi elle vise une très forte proximité entre l'artisan et le client. Or cette proximité apparaît centrale dans le secteur des métiers d'art (Loup, 2009 : 407). Mais la proximité ne doit pas transformer l'artisan en commerçant. Par contre, l'artisan d'art est un professionnel qui doit aller à la rencontre de sa clientèle, afin de l'attirer et de la fidéliser (Waboe, 1999). Dans le cas du commerçant, c'est différent puisque celui-ci met en place des moyens de communication, des techniques publicitaires destinées à attirer la clientèle. Cette recherche de la clientèle passe par une valorisation de son travail, qui est essentiellement manuel.

Dans l'objectif de valoriser techniquement la créativité artistique orientée vers la production d'une céramique labélisée par le design, cela veut dire que la stratégie de singularité consistera pour les créateurs à fabriquer des produits qui ne ressemblent pas à d'autres et une création permanente. Entre cette stratégie de valorisation et promotion des techniques de la céramique traditionnelle, il y a aussi la stratégie de la différenciation des produits à laquelle il faut penser.

La stratégie de différenciation consiste, pour les artisans d'art et les entreprises culturelles, à proposer des produits exceptionnels. Cela relève de la créativité et de la capacité de l'artisan céramiste à créer un produit nouveau. Alors que l'« artisan ordinaire » peut se contenter de reproduire des « techniques apprises une fois pour toutes », l'artisan d'art lui, cherche à faire évoluer les techniques et à découvrir tout au long de sa vie de « nouvelles matières à apprivoiser » (Bergadaà, 2008 : 5).

L'artisan d'art devient, alors dans ce contexte, un vecteur de transmission des valeurs culturelles comme le dit Sousi-Roubi :

« L'artisan-créateur ajoute dans la conception de son œuvre, des valeurs culturelles transmises par son milieu et sa personnalité propre. La matière choisie, les techniques utilisées, les formes et

les couleurs recherchées, le prix de l'œuvre sont autant de reflet de la culture propre à chaque artisan. Les artisans créateurs exercent donc une activité de transformation d'une matière où la créativité et la culture s'expriment à travers un objet qui devient ainsi personnalisé et différencié » (Sousi-Roubi, 1978 : 197).

Cette transmission des valeurs culturelles explique la différence avec l'artiste qui, dans la création d'un objet d'art, met de « soi » ; il donne une dimension personnelle à son objet. L'artisan d'art réalise un objet présentant un caractère esthétique, conditionné par son environnement professionnel et culturel. L'objet réalisé ne peut être reproduit qu'en nombre limité. L'objet d'art incarne des valeurs culturelles et sociétales, c'est une œuvre de proximité à caractère humain.

La créativité peut ainsi conférer aux entreprises culturelles locales un avantage durable, économique et difficilement imitable et se révèle nécessaire dans le cas de la céramique. Une céramique innovée, labélisée et orientée à la proposition des objets touristiques peut être vue comme mauvaise, mais un mal nécessaire qui permettrait de subventionner les travaux et les programmes de conservation du patrimoine, « le tourisme peut saisir les caractéristiques économiques du patrimoine et les utiliser pour sa conservation en créant des ressources, en développant l'éducation et en infléchissant la politique » (ICOMOS, 1999 : 22).

3. Promouvoir la valorisation du patrimoine artistique de la céramique par le génie industriel de l'art

Dans le contexte industriel et artistique du XX^e et XXI^e siècle, il faut que les Africains eux-mêmes puissent favoriser le développement industriel du continent. Dans le cadre de cette étude, les marchés africains, à l'exemple des sous-régions, continuent d'être inondés avec des vases, de la faïence et des récipients importés de marques étrangères, qui dominent particulièrement les productions céramiques locales. Cette technique ancestrale a besoin d'un souffle nouveau et doit chercher les voies d'amélioration de ses produits. Dans le passé, la céramique traditionnelle fut totalement orientée vers la fabrication des objets de service, du rituel. Mais, rien n'empêche aujourd'hui de lui imprimer une orientation nouvelle qui, à partir de la diversité des

traditions anciennes des populations locales, peut apporter des améliorations à la technique moderne (Mveng, 1980 : 152).

Les créateurs africains du XXI^e siècle et des générations à venir, doivent dorénavant apporter leur contribution au cadre de vie quotidien. Comme il faudra des architectes de talent pour penser l'avenir des villes et bâtiments publics, il faudra des sculpteurs et des peintres pour intervenir dans certains domaines de la décoration d'intérieurs, les designers devront dessiner, collaborer et participer avec d'autres spécialistes à la fabrication du mobilier de grande qualité, les vêtements, pour concevoir des produits tels que les carrosseries des automobiles, les ustensiles de cuisine, les appareils ménagers, les outils et le matériel technique, ou encore à l'équipement scolaire, sportif, de bureau. Ils ont un rôle complexe, ils doivent allier les compétences de l'ingénieur, de l'artiste, du scientifique, de l'économiste et du sociologue.

L'artiste africain sera dorénavant présent dans tous les domaines beaucoup plus variés qu'autrefois où il se limitait à la sculpture, au tissage et à la poterie traditionnelle. Comme tout ingénieur, ces créateurs proprement dits doivent mettre en œuvre des solutions pour améliorer les organisations sociales de l'Afrique et du monde. Il regarde le système existant, l'analyse, puis conçoit ce qu'il pourrait devenir, pour finalement piloter les changements requis. Il travaille à l'élimination des pertes de temps, de matière et d'énergie.

Sa destinée est à jamais de procurer le bien être ; c'est un ingénieur de l'art, du design industriel. Par conséquent, dans cette étude, nous pensons que dans ses domaines d'application, l'art du design pourra permettre de valoriser la céramique africaine. Le but de l'ingénieur d'art est d'innover (les techniques de conception) d'améliorer l'efficacité et la productivité des entreprises (être profitable) d'une part, et d'autre part d'améliorer la gestion des systèmes de production (améliorer les conditions du travail), et la qualité (offrir de meilleurs produits et services), les sciences de comportement. A partir de ses différentes compétences, l'ingénieur industriel de l'art et du design possède une formation pluridisciplinaire. Cette formation ou ses compétences lui ouvre un champ d'action très vaste. C'est pourquoi l'ingénieur

industriel, surtout présent dans les entreprises de transformation de biens, s'intègre de plus en plus dans tous les secteurs de l'activité économique. Le design est donc indissociable du secteur productif et des marchés ciblés. Ainsi, nous affirmons que le génie artistique du XXI^e siècle en Afrique et au Cameroun doit devenir un domaine qui marche en parallèle avec celui du génie de l'industriel.

Il n'y a plus de nos jours d'industries qui soient exclusivement locales. Si l'on veille valoriser les savoir-faire traditionnels d'Afrique et de la céramique africaine afin qu'elle concourt activement au développement durable, c'est-à-dire qu'elle participe à la recherche de la croissance, de la lutte contre le chômage et des inégalités sociales, et l'effet de respecter l'environnement, il faut la rendre compétitive à l'échelle des marchés nationaux et internationaux. À ce jour, tous les acteurs du développement s'accordent à penser que le secteur de l'artisanat d'art est encore un des rares domaines à offrir des potentialités importantes pour assurer des emplois durables. D'une manière générale, l'artisanat d'art outre sa valeur historique, archéologique et patrimoniale, représente un véritable potentiel économique (exploitation de la matière locale, créations d'emplois, image du pays à l'export, etc.) (Astoury, 2015 : 1).

3.1. Une céramique traditionnelle modernisée. Les exemples du Centre d'Art Appliqué (CAA) et la Mission de Promotion des Matériaux Locaux (MIPROMALO)

Un peuple qui arrive à produire des articles originaux, dont les qualités techniques sont égales ou supérieures à celles des autres articles de même type, trouvera toujours des clients et des débouchés. En effet, pour montrer qu'il est possible de valoriser et de promouvoir la céramique traditionnelle au Cameroun à travers l'ingénierie d'art et du design, nous présentons deux exemples d'entreprises innovantes qui oeuvrent dans la promotion des savoir-faire ancestraux tel que le travail de la céramique au Cameroun.

Créé en septembre 2004, le Centre d'Art Appliqué (CAA) est une structure du Centre de Promotion Sociale (CPS) de Mbalmayo, fruit de la collaboration entre le Diocèse de Mbalmayo et le Centre d'Orientation Educative (COE), ONG de volontariat international chrétien dont le siège est à Barzio en Italie et qui a pour but la

promotion intégrale de l'Homme, en particulier dans les domaines social, culturel et artistique. Le CAA est né de la volonté du CPS de continuer l'œuvre entamée à l'Institut de Formation Artistique (IFA), unique école d'enseignement secondaire artistique dans la sous-région Afrique Centrale, en offrant un cadre de production créative et un débouché aux jeunes artistes. Il rayonne actuellement sur toute l'étendue du territoire camerounais et à l'extérieur, à travers ses objets d'art en céramique d'une qualité unique et par sa participation à plusieurs foires et salons aux niveaux national et international.

Sous la tutelle du Ministère de la Recherche Scientifique et de l'Innovation, la MIPROMALO quant à elle est un centre qui a pour but aussi de valoriser l'emploi des matériaux localement fabriqués en vue de réduire les coûts de réalisation des équipements nationaux. La valorisation et la vulgarisation à la MIPROMALO sont basées sur les programmes « Matériaux Locaux Société Développement (MSD) ». Ces programmes MSD sont fondés sur la création des produits et services innovants afin d'accélérer le développement d'activités économiques, socioculturelles et ludoéducatives.

Au-delà de la valorisation et de la vulgarisation de l'architecture en matériaux locaux (terre, argile, etc.) et de la production de blocs de terres comprimés (BTC), Briques de terre cuites (BT), tuiles en micro béton (TMB), briques de terre réfractaires, carreaux en granulats – ciments (CGM), le centre œuvre également dans la valorisation du patrimoine culturel et les ressources naturelles telle que la poterie. C'est ainsi qu'elle œuvre à son tour à la promotion de la céramique fine et moderne. La MIPROMALO fabrique des poteries aux designs innovés, du primitif à l'élégant, du traditionnel au contemporain, avec une touche particulière des jeux de couleurs et de textures. Dans ses laboratoires, on y distingue des poteries de faïence. Nos différents séjours au sein des laboratoires à l'Institut de Formation Artistique (IFA) et au Centre d'Art Appliqué (CAA) de Mbalmayo, nous permettent de monter effectivement une stratégie d'innovation et de valorisation de la céramique contemporaine au Cameroun. Pour étayer notre propos, nous avons ci-dessous des œuvres produites dans cette dynamique de la valorisation de la céramique traditionnelle inspirée des formes et motifs locaux.

Sur le plan socio-économique, ces entreprises qui emploie plus d'une vingtaine d'artistes et techniciens qui travaillent pour embellir le quotidien, pour satisfaire les touristes, les commandes des clients avec des objets de confort. A partir d'une technologie moderne, inspirée des techniques traditionnelles d'Afrique, les artistes céramistes locaux produisent une grande variété d'objets décoratifs et utilitaires contemporains à base d'argile : objets de décoration pour bureau, domicile, église ; sculptures en argile décorée ; tableau de peinture en céramique ; objets personnalisés pour particuliers et cadeaux (Figures 1, 2).

Figure 1 : Pot émaillé

*Décoration : Motifs zoomorphes
Production : CAA de Mbalmayo*



Figure 2 : Vase émaillée

*Décoration : Motifs zoomorphes
Production : CAA de Mbalmayo*



Sous l'angle analytique de la technique et de l'esthétique des objets que propose le design africain, nous voyons à travers les illustrations (figures 1, 2), une production de qualité et compétitive que les produits de la céramique africaine peuvent rivaliser avec ceux des autres continents. Ils sont originaux, authentiques, de bonne qualité et respectant l'environnement. Ces objets créés à travers le design, conjuguent sagement l'alliance entre la technologie moderne et les

traditions ancestrales d'Afrique. Comme le disait Mveng: « à l'heure où naissent les ensembles économiques africains, nos peuples doivent envisager avec audace la possibilité de promouvoir leurs industries propres, et pour assurer la qualité, ils doivent prendre le risque d'affronter la compétition internationale » (Mveng, 1980 : 157).

En somme, la céramique traditionnelle a besoin d'un souffle nouveau, car autrefois, l'artisan africain par son travail s'inscrivait dans une logique dictée par deux impératifs principaux : la réponse à des besoins utilitaires et la réponse à un besoin d'éléments de reconnaissance sociale. Avec l'arrivée de la puissante économie occidentale, la fragile économie artisanale africaine et par là même la logique économique et sociale à laquelle répondait l'artisan, ont été « absorbées » (Astoury, 1997 : 3). La calebasse ou le tissage, de même la céramique traditionnelle deviennent moins rentables et moins utilisés que la casserole émaillée ou le tissu africain fabriqué en Europe. Par conséquent, l'artisanat de la céramique comme les autres formes d'art en Afrique rencontre un certain nombre de problèmes et d'obstacles de mise en valeur économique qui ne favorisent pas une diffusion en grande quantité de leurs produits. Ces problèmes sont liés à l'équipement : manque de créativité, mauvaise finition, manque d'ouverture, la non expérimentation de techniques nouvelles, la non maîtrise de matière première, de production, le manque de ressources formées.

Sur le marché local ou national, l'on peut noter actuellement que le secteur productif de la céramique est faible, d'une manière générale, il y a deux centres de productions semi-industrielles (CAA, MIPROMALO). Il est tributaire de la demande. En effet de nos jours, les consommateurs africains souhaitent s'approprier une certaine idée du développement à travers la consommation de productions mêmes copiées sur les productions européennes. Alors cela nous amène tout de même à comprendre qu'en Afrique, l'artisanat d'art a besoin d'une part, d'être redynamisé sur le plan des formes, de la qualité, et comprendre que c'est une nécessité de revitaliser le travail de la céramique traditionnelle africaine.

3.2. La redynamisation du patrimoine de la céramique contemporaine

La redynamisation du patrimoine artistique et culturel est l'action d'impulser de nouvelles dynamiques et de rendre « vivants » les savoir-faire, les métiers traditionnels. Cette stratégie nécessite la participation et la collaboration des acteurs publics et des acteurs privés, supposant la mise en place de projets de territoire innovants et qui impliquent soit l'ensemble des communautés, soit des spécialistes de la création artistique.

Il n'est donc pas impossible de penser à l'initiation de projets d'une mise en place dans les régions, des entreprises innovantes et orientées vers la valorisation et la promotion des savoir-faire (travail de la terre cuite, du cuir, du bois, du tissage des fibres). La redynamisation de la céramique traditionnelle pourrait être un projet qui initie la fabrication d'objets de qualités par le design industriel et qui valorise le patrimoine artistique, en donnant une plus-value au développement économique et des emplois. L'enjeu que représente le développement du secteur culturel artistique de la céramique peut faire singulièrement écho à ce dernier point, dans la mesure où la culture, ressource potentiellement inextinguible, constitue un gisement dont dispose les nations d'Afrique sur lequel peut se développer une activité économique dynamique et protéiforme, contribuant également à la vitalité et à l'animation des territoires.

La redynamisation de la céramique traditionnelle vers une céramique modernisée est nécessaire de nos jours, pour la survie des métiers d'art traditionnel africain. Il revêt une importance capitale. Le travail de la céramique en Afrique a besoin du dynamisme. Le designer africain, en nombre de synthèse, doit être à même d'amener l'artisan ou l'industriel à utiliser des repères qui lui sont propres, pour que, la production africaine soit à nouveau porteuse de signes, dans lequel l'Afrique se reconnaisse et soit reconnue.

Nous avons vu que cela est possible avec les créations du CAA et du MIPROMALO. Ces entreprises locales Camerounaises ont opté pour une stratégie de mise en valeur du patrimoine artistique et pour une revitalisation des métiers traditionnels de la céramique. Leurs initiatives,

en termes de construction d'une image de qualité, sont des exemples qui peuvent servir de référence au niveau de la sous-région. Quoi qu'il en soit, c'est à travers l'écoute de la société, des problèmes que rencontrent les hommes et de leurs désirs les plus vitaux, que l'artiste designer africain apportera sa contribution au développement du secteur productif et à l'épanouissement de la société du XXI^e siècle. Il est important que les dirigeants montrent le chemin aux acteurs économiques grâce à la réalisation, à la promotion des commandes d'Etat, afin de positionner le métier de designer comme un secteur indispensable dans la vie économique.

Conclusion

Au terme de cette réflexion, en s'interroger sur la valorisation du patrimoine de la céramique traditionnelle. Il est à retenir que la céramique traditionnelle en Afrique, est un héritage légué par les anciens et transmis au cours des époques plus ou moins intacte ou diversifiée aux générations du XXI^e siècle et que la céramique est une expression artistique qui a de la valeur aux yeux des populations locales.

Pour répondre au défi de la modernité et de l'industrialisation de l'Afrique, les questions de valorisation des savoir-faire traditionnels doivent être abordées sérieusement. Si l'Afrique subsaharienne est toujours dépendante, importatrice des ustensiles et des récipients étrangers, c'est parce que son artisanat d'art et en particulier l'artisanat de la terre cuite n'ont pas encore atteint suffisamment, leur stade de valorisation. Ces faiblesses proviennent d'une part du manque de formation et d'autre part, de l'absence d'une mise en valeur des métiers d'art. Mais, la formation favorisera l'insertion et la réinsertion ingénieur d'art dans le marché du travail. Les individus formés et bien qualifiés dans les métiers d'art seront capables de développer des petites et moyennes entreprises en produits améliorés en céramique moderne pouvant s'adapter aux mutations de l'économie, de développer leurs compétences. Pour atteindre le cap de développement durable des pays émergents, la redynamisation de la céramique passe par l'innovation et le design. Les réalisations en design céramique peuvent constituer un label de qualité qui donne de la cote aux produits améliorés de la céramique. Cependant, si la céramique apparaît de nos jours comme

étant l'un métier d'art porteur de richesse, s'adaptant aux critères des produits du design industriel, elle connaît également plusieurs formes de menaces, dont le déclin et la disparition de la cette pratique ancestrale à cause des produits importés. Elle demande des mesures de promotion et de valorisation.

Bibliographie

Benhamou Françoise et Thesmar David, (2011), « Valoriser le patrimoine culturel de la France », in *Rapport du Conseil d'Analyse Economique*, © Direction de l'information légale et administrative. Paris, pp. 11-162.

Antoine Léon (1954), *Quelques aspects de l'apprentissage du métier chez l'adolescent*. In: L'année psychologique. 1954 vol. 54, n°1. pp. 139-156.

Loup Stéphane (2009), « Caractéristiques et spécificités d'exercice d'un métier d'art, *Traité de l'artisanat et de la petite entreprise* », Ed. Educaweb, pp. 407-415.

Waboe Jean-Pierre (1999), *Le statut juridique de l'artisanat en France*, Thèse de Droit Privé, Université de Paris I-Panthéon Sorbonne.

Bergadaà Michelle (2008), « L'artisanat d'un métier d'art : l'expérience de l'authenticité et sa réalisation dans les lieux de rencontre entre artisan et amateur éclairé », *Recherche et Application en Marketing*, Vol. 23, n° 3, pp. 5-26.

Sousi-Roubi Blanche (1978), *L'artisan dans le droit français*, Edition L'Hermès, Paris.

ICOMOS (1999), « Charte internationale du tourisme culturel », *La Gestion du Tourisme aux Sites de Patrimoine, Significatif (1999)*, Adoptée par le Conseil International des monuments et des Sites (ICOMOS) à la 12^e Assemblée Générale au Mexique, Octobre 1999, pp. 22-27.

Mveng Engelbert (1980), *L'Art et l'artisanat africains*, Editions Clé, Yaoundé.

Astoury Jean-François (2015), « L'importance et le potentiel du design pour l'artisanat Africain » p.1. Site <http://www.astoury.com/competences/expertisesepvexpertism/>, consulté le lundi 6 avril 2015.

Astoury, Jean-François (1997), « Le design est-il une promesse ? », *K'PALESO 97*, Abidjan, p. 3. Site : www.astoury.com.