

غرف الصناعة التقليدية والترويج للمنتوج الحرفي الجزائري

Chambers of Crafts and promotion of the Algerian artisanal product

Chambres d'artisanat et promotion du produit artisanal algérien

أ. / بن قطاف محمد* & أ. د. / بن حمودة محبوب**

تاريخ قبول النشر: 2019/12/21

تاريخ استلام المقال: 2019/10/26

Abstract:

Chambers of traditional industries play an important role in the promotion of craft products The Chamber of Traditional Industries is legally empowered to defend the rights of craftsmen and works to provide advice, training and promotion of their products.

Key words: Chambers of Crafts, Promotion, Algerian handicrafts.

* أستاذ مساعد (ب) - جامعة الجزائر 3
مخبر الصناعات التقليدية (LITA)

** أستاذ - جامعة الجزائر 3
مدير مخبر الصناعات التقليدية (LITA)

Abstract:

Les chambres des industries traditionnelles jouent un rôle important dans la promotion des produits de l'artisanat. La chambre des industries traditionnelles est juridiquement habilitée à défendre les droits des artisans et s'emploie à fournir des conseils, une formation et la promotion de leurs produits.

Mots clés: Chambres d'artisanat, Promotion, Produit artisanal algérien.

ملخص:

تقدم غرف الصناعات التقليدية دورا كبيرا في ترويج منتوجات الصناعات التقليدية والحرفية، فهي الهيئة مخولة قانونا للدفاع عن حقوق الحرفيين والعمل على تقديم التوجيهات والتكوينات والترويج لمنتجاتهم، ورغم كل ما تقدمه فهي بحاجة إلى دعم وتوفير الغطاء المالي من طرف الدولة من أجل ضمان سير نشاطها.

الكلمات المفتاحية: غرف الصناعات التقليدية، ترويج، المنتج الحرفي الجزائري.

مخطط المقال:

مقدمة

1 عرض مفاهيمي

1-1 تقديم الصناعات التقليدية والحرفية

2-1 تقديم ترويج المنتج

2) الغرف والترويج لمنتجات الصناعات التقليدية والحرفية

1-2 إنشاء غرف الصناعة التقليدية في الجزائر

2-2 تقييم الترويج لغرف الصناعات التقليدية

خاتمة

مقدمة:

يمثل منتج* الصناعات التقليدية والحرفية تراث واثق للثقافة للأمة يجب المحافظة عليه، وهي تعتبر مصدر رزق لشريحة كبيرة من المجتمع ومصدر عمل الذي يناسب الشباب الذي عجز عن إيجاد منصب عمل مناسب له، والذي لم يستطع الحصول على تمويل اللازم من أجل مشروعه. ولهذا وجدت الغرفة الصناعة التقليدية والحرفية فهي تقدم تكوينات اللازمة للشباب العاطل عن العمل سواء أصحاب الشهادات أو بدون شهادات ومستوى دراسي، وحتى الطلبة بإمكانهم أخذ تكوينات اللازمة من أجل بدء في نشاطات خاصة لهم والحصول على بطاقة حرفي، وكذلك تساهم الغرفة في إيجاد الحلول ومنافذ التسويق اللازمة للحرفيين منتمين لها وذلك من خلال القيام بنشاطات ومشاركة في معارض وطنية ودولية من أجل الحرفيين لعرض وبيع منتجاتهم.

انطلاقا مما سبق، ما أهمية ودور غرفة الصناعات التقليدية في ترويج منتجات الصناعات التقليدية والحرفية؟

* نستخدم في البحث مصطلح "منتج" اسم مفعول من "نَتَجَ" / "نَتَجَ عن" للدلالة عن مصطلح "مُنْتَج" (product أو Product) اسم المفعول من "أنتَجَ"، وهذا لتفادي الخلط مع مصطلح آخر "مُنْتَج" (producteur أو Producer) اسم فاعل من "أنتَجَ".

1) عرض مفاهيمي:

تتعدد الصناعات التقليدية والحرفية بتعدد المناطق الجغرافية، وتغطي الحرف اليدوية مجموعة واسعة من السلع مصنوعة من مواد مختلفة. وهذا التنوع يصعب للغاية إعطاء تعريف لهذه الصناعات¹.

1-1) تقديم الصناعات التقليدية والحرفية:

الصناعات التقليدية والحرفية هي تلك الصناعات التي ارتبط ظهورها مع بداية الخليقة ومقاومة الإنسان بشكل مرتبط للظروف الطبيعية البيئة المحيطة. فهي تلك الصناعات التي يقوم بمزاوتها فرد أو مجموعة أفراد لغرض إنتاج أو تصنيع منتجات حرفية من المادة المحلية الطبيعية بالطرق التقليدية بهدف استخدامها في الاحتياجات اليومية، وبالاعتماد على المهارة الذهنية واليدوية، والتي اكتسبت صفة "التقليدية" لأنها أصبحت تعبر عن ثقافة وتقاليد المجتمع المنفذة به²، والتي زاد الاهتمام بها مع ارتفاع المناداة بحماية القطاع الثقافي منذ نهاية الـ 90 من القرن العشرين³. فإذا كانت العلامة التجارية لبعض المنتجات التقليدية حصرية للغاية، تظهر كرمز إنقائي للغاية للندرة والصلق والذوق الرفيع، وقد يشتري منها الزبائن مباشرة من حرفي معين⁴.

✦ تعريف الصناعات التقليدية والحرفية:

- قامت العديد من المنظمات والهيئات بتقديم تعريف لصناعة التقليدية، وقد تشابه بعضها واختلفت في نقاط معينة، وعلى العموم يمكن أن نميز بين هذه التعاريف فيما يلي⁵:
- قدم كل من المجلس العالمي للصناعة التقليدية ومنظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO تعريفاً جدياً متقارباً للصناعة التقليدية والحرفية حيث قسما الصناعة التقليدية والحرفية إلى أربعة أقسام وقد اختلف في تسميتها لكن متشابهة في مضمونها بدءاً من الصناعات ذات البعد الجمالي والفني إلى الصناعات ذات استهلاك واستعمال الواسع ومع استعمال الآلات في إنتاجها؛
 - أما منظمة الدولية للعمل (OIT) الدولية، فقد اعتمدت في تصنيف الصناعات التقليدية بالاعتماد على نشاطات التي يقوم بها الحرفي، وركزت المنظمة في تعريفها للصناعات التقليدية والحرفية على الحرفي بأنه الأشخاص الذين يمارسون أعمالهم باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو ميكانيكية

أو غيرها، التي تساعد على تقليص الجهد البدني أو الوقت اللازم لقيام بمهام معينة أو للوصول إلى منتوجات ذات جودة؛

- التعرف الأخير السالف الذكر جد متشابه مع تعريف منظمة الأمم المتحدة والتنمية (UNISCO) والمركز العالمي للتجارة (CCI) مع إضافة والتركيز على الدور الاجتماعي والثقافي والاقتصادي لهذا القطاع؛

- أما مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (CNUCED)، قدم تعريف بسيط للصناعات التقليدية والحرفية مع تقديم تمييز بين الصناعات التقليدية عن الحرفية في نقطتين هامتين تتمثلان في البعد الفني للصناعات التقليدية التي تعكس ثقافة وخصائص البلد، كما أن حرفة الصناعات التقليدية في الغالب يمارسون نشاطهم في المنزل حيث ورشة التي يعمل فيها تكون غرفة أو فناء المنزل؛

- وفي الجزائر، تم تقسيم الصناعات التقليدية والحرفية إلى ثلاث أصناف، ميز فيه بين الصناعة التقليدية عن الصناعات الحرفية الأخرى بكونها تعتمد على اليد بشكل اكبر مع إمكانية الاستعانة بالآلة ولكن بنسبة قليلة، كما أنها تتميز بأصالتها وطابعها الانفرادي والإبداعي، وتحمل مهارة عريقة وتكتسى طابعا فنيا أطلق عليه اسم الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية، أما باقي الصناعات الحرفية الأخرى فأطلق عليهم اسم الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد والصناعة التقليدية لإنتاج الخدمات حيث تتميز الأولى بكونها لا تحمل طابعا فنيا خاصا والثانية فهي مجمل الخدمات مثل أعمال الصيانة وترميم الفني. وعلى العموم فقد عرفت الصناعة التقليدية والحرف بأنها كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي ويمارس بصفة رئيسية ودائمة، وفي شكل مستقر أو متنقل أو معرضي في أحد مجالات النشاطات الآتية:

1. الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية؛
2. الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد؛
3. والصناعة التقليدية الحرفية للخدمات.

ويمارس حسب الكيفيات الآتية:

1. إما فرديا؛
2. أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف؛
3. أو ضمن مقاولة للصناعة التقليدية والحرف.

من خلال كل التعاريف السابقة، نجد أنها قدمت محاولة للتعريف بالصناعة التقليدية بما يتناسب مع البلد والفترة الزمنية التي قدمت فيه التعاريف، ومن الملاحظ أن مجموعها قد اتفق على التركيز على العمل اليدوي للحرفي مع البعد الجمالي والمضمون الثقافي الذي يعكس تلك المنطقة للصناعات التقليدية.

ومن خلال هذه التعاريف أيضا، نستطيع استخراج الخصائص التي تتميز به هذه الصناعات والمتمثلة في 6:

- صناعات تضمن عمالة كثيفة، نظرا لإمكانية الاستعانة بالآلة بنسبة قليلة؛
- صناعات تعكس تراث منطقة، فهي تحمل كل هذا الإرث لتتناقله الأجيال، فهو ينطلق من الثقافة المحلية والبيئة الاجتماعية للمنطقة ويعتمد على مواد أولية من منطقة الحرفي؛
- صناعات يمكن أن يكون ورشتها منزل الحرفي، مما يجعلها تتناقل في العائلة من الأب إلى الابن؛
- وصناعات تعكس منطقة إنتاجها، حيث نجد أن نفس الصناعة لكن تختلف من منطقة إلى أخرى مما جعل إمكانية معرفة المنطقة من خلال منتجاتها هذا مما يسمح بإمكانية تشخيص منتجات الصناعة التقليدية.

❖ أهمية الصناعات التقليدية:

تعتبر الصناعات التقليدية والحرفية قطاع بالغ الأهمية، فهو ليس قطاع بسيط وثنائي بل له من الأهمية ما يمكنه تحقيق والمساهمة في التنمية المحلية، ويمكن إبراز أهميته في النقاط التالية 7:

- المساهمة في توفير مناصب الشغل لكون هذا الصناعات تعتمد على العمل اليدوي مما يسمح لها بأن تستحوذ نسبة كبيرة من اليد العاملة في بعض الدول على غرار تونس على سبيل المثال 7% من قوى العاملة تعمل في هذا القطاع؛
- المساهمة في زيادة الدخل الوطني والصادرات؛
- كون أن الصناعات التقليدية متوفرة في كل المدن تقريبا وخاصة الريفية منها، يساهم هذا القطاع من حد من النزوح الريفي، كما انه يمكن أن يكون وجهة سياحية لها إذا ما تم تسويق الجيد لها؛
- تتجلى أهمية هذه الصناعات التقليدية، كونها ليست صناعات عادية مثل باقي منتجات الأخرى بل لها دور مهم والتمثل المضمون الذي تحمله هذه الصناعات فهي نتاج تراكم إرث وتراث وهي مكون الرئيسي للهوية الثقافية وتعتبر كأرشيف المادي للأمة.
- ونظرا لأهمية الصناعات التقليدية والحرفية وما يمكن أن توديه من دور، أدركت السلطات ذلك فحاولت تقديم مبادرات من أجل تنشيط القطاع، والمتمثلة في إستراتيجيتين لتطوير القطاع الصناعات التقليدية في الجزائر من خلال مخطط عمل للتنمية المستدامة للصناعة التقليدية أفاق 2010، ومخطط عمل للتنمية المستدامة للصناعة التقليدية أفاق 2022. كما قامت بوضع جملة من التشريعات والقوانين الخاصة بهذا القطاع، ووضع مهرجانات وطنية خاصة بمنتجاتها، من أجل التعريف به وتسويق منتجاته وتقريب المواطنين من الحرفيين، على غرار المعرض الدولي للصناعات التقليدية.

كما قامت السلطات من أجل تحفيز الحرفيين بوضع يوم وطني للحرفي، الموافق لـ 09 نوفمبر من كل سنة تقديرا للحرفيين واعتراف لهم وتكريم لمجهوداتهم وسعيهم للحفاظ على الصناعة التقليدية والحرفية، وقد كان يعرف سابقا باليوم الوطني للصناعة التقليدية وتم استبدال اسمه ليصبح اسمه اليوم الوطني للحرفي*. وتم وضع شعار خاص بالمناسبة موضح في الشكل الموالي:

الشكل 01 - شعار اليوم الوطني للحرفي



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2014.

في هذا اليوم المصادف لـ 09 نوفمبر، تقام فيه مسابقة وطنية خاصة تحت اسم الجائزة الوطنية للصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية بالصناعات التقليدية. ويهدف الاحتفال السنوي إلى الإشارة بالدور الفعال الذي يساهم به القطاع سواء من الناحية الاقتصادية أو الثقافية أو الاجتماعية. حيث تكرم أحسن ستة أعمال حرفية تقليدية، من بينها ثلاث أعمال في الحرف التقليدية وثلاث أعمال في الحرف الفنية، أما المعايير التي يعتمد على أساسها اختيار الفائزين هي: خبرة المترشح، موهبة المبدع، والصفة التقنية والجمالية للعمل ومدى تكيف العمل مع متطلبات السوق.

* القرار الوزاري المؤرخ في 22 رجب 1435هـ الموافق لـ 22 ماي 2014م المعدل للقرار الوزاري المؤرخ في 05 ربيع الثاني 1428هـ الموافق لـ 23 أبريل 2007م المحدد لليوم الوطني للصناعة التقليدية (الجريدة الرسمية 36-2014م).

بالإضافة لما سبق ذكره وقصد الترويج بمنتجات الصناعات التقليدية والحرفية، هناك صالونات وطنية خاصة عبر مناطق البلاد*.

1-2) تقديم مدلولي "المنتج" و "الترويج":

يعتبر الترويج أحد عناصر المزيج التسويقي، ولا يقل أهمية عن باقي العناصر، ويتمثل أهميته في كونه هو أداة الاتصال أو الواجهة بين المؤسسة وزبائنها من أجل إيصال لهم ما لدى المؤسسة من سلع وخدمات.

⊕ مفهوم المنتج:

اتفقت جميع التعاريف حول المنتج كونه عبارة أي شيء يحمل الصفات الملموسة وغير الملموسة، ومعظم هذه التعاريف قد عبر عنها كوتلر في تعريفه للمنتج كونه أي شيء يقدم إلى السوق من أجل جلب الانتباه، الاقتناء، الاستخدام، أو الاستهلاك بشكل يؤدي إلى إشباع حاجة أو رغبة وهو يتضمن الأشياء المادية، الخدمات، الأشخاص، الأماكن، المنظمات والأفكار. وأنطلاقاً من تعريف كوتلر نجد انه قدم مفهوم واسع للمنتج، بحيث لا يشمل فقط السلع المادية بل يتعداها إلى الأشياء غير المادية، أو حتى الأشياء الغير المادية التي تتضمنها السلع المادية، وبالتالي قد يكون المنتج سلعة أو خدمة أو فكرة ... الخ.

⊕ مفهوم الترويج:

عرف الترويج على كونه عملية اتصال المؤسسة بمستهلكيها المختلفين، بهدف الحصول على المعلومات ودراسة سلوكهم الاستهلاكي، أو هو التنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ

* من خلال الصالونات الوطنية: للصناعة التقليدية - الجزائر، لترميم البنايات القديمة - وهران، لحرف العمارة - مستغانم، لنسيج التقليدي - المسيلة، لصناعة الزرابي - غرداية، للحلي التقليدية الصحراوية - تمنراست، للحلي التقليدية - تيزي وزو، للفخار والطين - بجاية، لصناعة النحاس - قسنطينة، للصناعة التقليدية والريفيّة - الشلف، للمنتجات الصوفية - المدية، لللالات الموسيقية - تلمسان، للخزف الفني، الزجاج، وأدوات التجميل الجميل - الجزائر، للباس والطرز التقليدي - عنابة، للفلين والخشب - جيجل، للفخار والخزف الفني - بسكرة.

المعلومات، وفي تسهيل عملية بيع السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة¹⁰. وعرفه كوتلر بأنه نشاط الذي يتم ضمن إطار أي جهد تسويقي وينطوي على عملية اتصال إقناعي¹¹. أما الغرض من الترويج، فهو يتمثل في التأثير على ذهن المستهلك ليقوده إلى تصرف سلوكي معين اتجاه المنتج الذي يروج له¹². من خلال التعاريف السابقة للترويج نجد أن الترويج يعمل على تحقيق أهداف معينة يمكن أن نوجزها في النقاط التالية¹³:

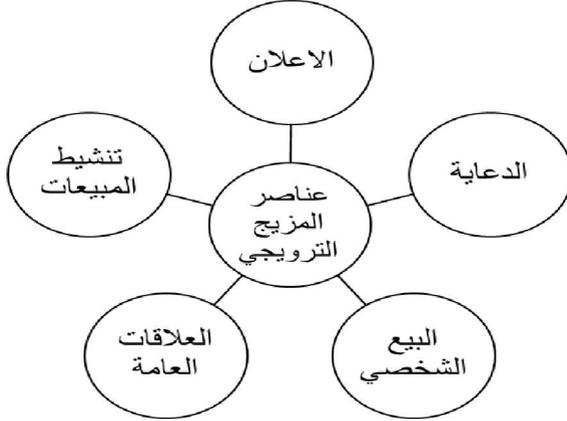
- الإعلام: وهذا من خلال إخبار الزبائن المحتملين عن توفر ومنافع للمنتج؛
- إقناع الزبائن المحتملين بأن المنتجات المقدمة هي تحقق لهم إشباع حاجاتهم، ويزر هذا الهدف خاصة في حالة وجود منافسة كبيرة؛
- لتذكير الزبائن المحتملين (السوق المستهدف) بمنتجات المقدمة وفوائدها، وهذا من أجل ترسيخ الصورة الذهنية لدى المستهلك؛
- ولتعزيز ولاء الزبون وتعزيز رضاه من خلال تمييز منتجات في ذهن الزبائن عن تلك المنتجات التي يقدمها المنافسون الآخرون.

✦ المزيح الترويجي للمنتج:

المزيح الترويجي للمنتج هو عبارة عن مجموعة من الأدوات التي تقوم بها المؤسسة من أجل تحقيق الأهداف الترويجية لها¹⁴. ويمكن أن ذكر عناصر المزيح الترويجي للمنتج في النقاط التالية:

- الإعلان الذي تعرفه الجمعية الأمريكية بأنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل اجر مدفوع¹⁵؛
 - البيع الشخصي الذي يعرف بأنه اتصال يتم لوجه مع واحد أو أكثر من المشتريين المحتملين من أجل القيام بعملية البيع، أو هو عملية أخبار المستهلكين أو المستفيدين والمستهلكين وإقناعهم بشراء المنتجات من خلال الاتصال الشخصي¹⁶؛
 - والدعاية كوسيلة غير شخصية ومجانية للترويج عن السلع والخدمات أو الأفكار للجمهور بواسطة جهة تكون معروفة أحيانا¹⁷.
- من خلال ما سبق، يمكن القول مهما كان الهدف من ترويج المنتج سواء الإعلام، الإقناع، التذكير والتعزيز فهو في النهاية يسعى من أجل جذب الأفراد لشراء السلع والخدمات التي يتم الترويج عنها، وهذا من خلال استغلال عناصر المزيح الترويجي السابقة الذكر، ويمكن تلخيص عناصر المزيح الترويجي من خلال المخطط التالي:

الشكل 03 - عناصر المزيج الترويجي



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على ما سبق.

2) الغرف والترويج لمنتجات الصناعات التقليدية والحرفية:

تعتبر غرف الصناعة التقليدية والحرفية شريك وممثل الحرفيين للدفاع لهم، وبذلك فهي التي تسعى لهم أمام الإدارة المحلية ومختلف أجهزة التمويل والدعم من أجل كسب المزايا لهم ومحاولة تخفيض الأعباء والتكاليف عنهم. ويعتبر انضمام الحرفيين إلى مجموعة أو نادي حرفي حالي أو غرفة حرفية، سيساعد على تبادل الأفكار ومشاركة قاعدة الزبائن الموجودة¹⁸.

2-1) إنشاء غرف الصناعة التقليدية في الجزائر:

أنشئت الغرفة الوطنية للحرف بناء على المرسوم التنفيذي 92-11 المؤرخ في 1992/01/09، والذي سميت بهذا الاسم "الغرفة" وفقا للمادة الأولى منه، وقد عرفها في المادة الثانية منه بأنها: "مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، توضع تحت وصاية الوزير المكلف بالصناعات التقليدية، وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي"، وهي تعتبر مؤسسة تمثل مصالح قطاع الصناعات التقليدية والحرف. ويقع مقر الغرفة بقرية الصناعات التقليدية بسبدي فرج بالجزائر العاصمة.

وقد حددت مهامها في:

- شارك في انجاز البرامج الوطنية التي تهدف إلى الحفاظ على قطاع الصناعات التقليدية والحرف وتطويره؛
- تقدم الآراء بناء على طلب من السلطات العمومية وتعطي اقتراحات فيما يخص المواضيع الخاصة بالغرف الجهوية للحرف، وتحدد أيضا مع الغرف الجهوية شروط الدخول للحرف المختلفة وتنظم ذلك؛
- تساعد الغرف الجهوية للحرف، لاسيما عن طريق إنشاء المصالح المشتركة الموجهة إلى الإعانة والتنسيق بين النشاطات المحلية والجهوية وتتولى تسيير ذلك.
- تشرف على إثراء التشاور مع مختلف المنظمات المهنية للصناعات التقليدية ومختلف القطاعات، لاسيما منها قطاعات الفلاحة والتجارة والتكوين والتشغيل والصناعة والثقافة والسياحة وهي مكلفة أيضا بترقية التعاون مع الهيئات الأجنبية في ميدان الصناعات التقليدية؛
- تقوم بجمع الدراسات وتقديم الخدمات التي تطلبها الغرف الجهوية للحرف والآخرين وذلك مقابل دفع تكاليف هذه الأعمال.

✦ إنشاء الغرف الجهوية للحرف:

تم إنشاء الغرف الجهوية للحرف وفق للمرسوم التنفيذي 92-10 المؤرخ في 1992/01/01، وقد حدد عددها بأنها ثمانية غرف في المادة الأولى منه، ومقر هذه الغرف والولايات التابعة لها يكون وفق الجدول الموالي:

الجدول 01 - مقر الغرف الجهوية والولايات التابعة لها

مقر الغرفة الجهوية للحرف	الفروع الإقليمية التي تكون الغرف الجهوية للحرف
تبسة	تبسة، أم البواقي، باتنة، بسكرة، خنشلة.
تلمسان	تلمسان، بشار، البيض، تندوف، النعامة، عين تموشنت، سيدي بلعباس.
تيزي وزو	تيزي وزو، البويرة، بومرداس، بجاية.
الجزائر	الجزائر، الشلف، الجلفة، البليدة، المدية، تيبازة، عين الدقلى، تيسمسيلت.
عنابة	عنابة، سكيكدة، قالمة، الطارف، سوق أهراس.
قسنطينة	قسنطينة، جيجل، سطيف، المسيلة، برج بوعريريج، ميلة.
وهران	وهران، تيارت، سعيدة، مستغانم، معسكر، غليزان، أدرار.
غرداية	غرداية، الأغواط، تامنغست، ورقلة، الوادي، إليزي.

المصدر: المرسوم التنفيذي 92-10 المؤرخ في 04 رجب 1412 هـ الموافق لـ 09 جانفي 1992 المتضمن إحداث الغرف الجهوية للحرف، (الجريدة الرسمية العدد 04/1992).

ثم ليزيد العدد ويصل إلى 31 غرفة في سنة 2003، حيث تم إضافة 23 غرفة، ويكون توزيعها كما يلي:

الجدول 02 - مقر الغرف الصناعات التقليدية والحرف ودوائرها الإقليمية

مقر الغرفة	الدوائر الإقليمية	مقر الغرفة	الدوائر الإقليمية
الجزائر	الجزائر	مستغانم	مستغانم - غليزان
البلدية	البلدية - المدينة	سعيدة	سعيدة - معسكر
تيزي وزو	تيزي وزو - بومرداس	تيارت	تيارت - تيسمسيلت
بجاية	بجاية - البويرة	الشلف	الشلف - عين الدفلى
المسيلة	المسيلة - الجلفة	ورقلة	ورقلة
جيجل	جيجل - ميلة	الأغواط	الأغواط
سطيف	سطيف - برج بوعريريج	غرداية	غرداية
قسنطينة	قسنطينة	بسكرة	بسكرة
سكيكدة	سكيكدة - قالمة	الوادي	الوادي
عنابة	عنابة - الطارف	إيليزي	إيليزي
باتنة	باتنة	تامنغست	تامنغست
أم البواقي	أم البواقي - خنشلة	البيض	البيض - النعامة
تبسة	تبسة - سوق أهراس	بشار	بشار
وهران	وهران - عين تموشنت	تندوف	تندوف
تلمسان	تلمسان - سيدي بلعباس	أدرار	أدرار

المصدر: المرسوم التنفيذي 10-92 المؤرخ في 04 رجب 1412هـ الموافق لـ 09 جانفي 1992 المتضمن إحداث الغرف الجهوية للحرف (الجريدة الرسمية، 09-1992).

وفي سنة 2009، تم منح غرف الصناعة التقليدية لباقي الولايات المتبقية وعددها 17 غرفة، لتصبح بذلك عدد الغرف الصناعات التقليدية 48 غرفة¹⁹.

✦ الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف:

- الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تدعى في صلب النص "الغرفة الوطنية"، وتوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالصناعة التقليدية، وتتكون من غرف الصناعة التقليدية والحرف، بهذه الصفة تنبثق الأجهزة المنتخبة في هذه الغرفة من الأجهزة المنتخبة بالغرف الصناعة التقليدية والحرف. وتتمثل أجهزتها في²⁰:
- الجمعية العامة التي تتكون من مجموع أعضاء مكاتب غرف الصناعة التقليدية والحرف، وتجتمع مرة كل سنة في دوراتها العادية، وفي دورات غير عادية بناء على استدعاء من رئيسها أو يطلب من ثلثي أعضائها أو يطلب من الوزير المكلف بالصناعة التقليدية؛
 - مجلس الغرفة الذي يتكون من رئيس الغرفة ونائبه ورؤساء غرف الصناعة التقليدية والحرف وممثل عن كل إدارة معنية بنشاط الغرفة بصوت استشاري؛
 - المدير العام الذي يعين بمرسوم تنفيذي بناء على اقتراح الوزير المكلف بالصناعة التقليدية، ويتولى إدارة مصالح الغرفة وتسييرها؛
 - اللجان التقنية التي يحددها الوزير المكلف بالصناعة التقليدية بقرارها عددها وتشكيلتها وقواعد تنظيمها وعملها.
- وتتمثل مهام الغرفة -وفق ما يحدده القانون- في:
- تمسك البطاقيّة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف وتنظيمها؛
 - تزود السلطات العمومية بمبادرة منها أو بناء على طلب هذه السلطات بالمعلومات والآراء والمقترحات المتعلقة بالمسائل التي تخص بطريقة مباشرة أو غير مباشرة قطاع الصناعة التقليدية والحرف على الصعيد الوطني؛
 - تنظم التشاور بين الحرفيين وتجمع آراءهم في المسائل التي تعرضها عليها الإدارة لدراستها وإبداء رأيها فيها؛
 - تلخص الآراء والتوصيات والاقتراحات التي تعتمدها غرف الصناعة التقليدية والحرف وتشجع التنسيق بين برامجها ووسائلها؛
 - تنجز كل عمل ذي منفعة مشتركة بين غرف الصناعة التقليدية والحرف وتحفزها على القيام بالمبادرات؛
 - تتولى تمثيل أعضائها لدى السلطات العمومية وتعين ممثلها لدى هيئات التشاور والاستشارة الوطنية؛
 - تقوم بكل عمل يرمي إلى ترقية قطاع الصناعة التقليدية والحرف وتنميته وانتشاره، لا سيما في اتجاه الأسواق الخارجية؛

- تصدر كل وثيقة أو شهادة أو استمارة كما يحدها الوزير المكلف بالصناعة التقليدية وبؤشر ويصادق عليها وتكون مخصصة للحرفيين لاستعمالها في الخارج؛
- تنظم أو تشارك في تنظيم جميع اللقاءات والتظاهرات الحرفية في الجزائر وخارجها لا سيما المعارض والندوات والمحاضرات والأيام الدراسية، والمهام التجارية التي يكون غرضها ترقية النشاطات الحرفية الوطنية والمبادلات التجارية مع الخارج وتطويرها؛
- تقيم علاقات التعاون والتبادل وترمم اتفاقات مع الهيئات الأجنبية المماثلة أو الشبيهة؛
- تنظم إلى الهيئات الجهوية الدولية التي لها نفس الطبيعة أو التي تسعى إلى تحقيق نفس الأهداف؛
- تنشر وتوزع كل نشرة تتصل بموضوعها؛
- تقوم بمهام تكوين الحرفيين وتحسين مستواهم وتجديد معلوماتهم؛
- تنشئ مؤسسات ذات طابع حرفي وتديرها أو تسيروها كمدارس التكوين وتحسين المستوى والمؤسسات ترقية الحرفيين ومساعدتهم ومؤسسات دعم هذه الأنشطة والهياكل ذات طابع حرفي، لا سيما قاعات العرض و/أو البيع ومناطق النشاطات الحرفية.

✦ الغرف الولائية للصناعة التقليدية والحرف:

- غرف الصناعة التقليدية والحرف هي مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وهي تعد منتدى لتمثيل المهن الحرفية وتمثل الشريك الأمثل للسلطات المحلية أو الوطنية في كل الميادين التي تعنى بتنمية قطاع الصناعة التقليدية أو الحرف.
- وتتمثل أجهزتها في 21:
- الجمعية العامة التي تتكون من أعضاء ينتخبهم المنتمون إلى دائرة الغرفة الإقليمية للغرفة والأعضاء الشركاء، وتحدد مدة عضوية أربع سنوات قابلة للتجديد؛
 - رئيس الغرفة الذي ينتخب من بين أعضاء الجمعية العامة، والتي تتولى كذلك في انتخاب نائب رئيس للغرفة، ويتولى الرئيس الغرفة بمهمة تنشيط أعمال الجمعية العامة ومكتب الغرفة وتنسيقها ويقدم لهما تقريرا عن نشاطه، ويمثل المنتمين إلى الغرفة إزاء الغير ولدى السلطات العمومية؛
 - المكتب الذي يتكون من أعضاء تنتخبهم الجمعية العامة من بين أعضائها لمدة سنتين قابلتين للتجديد؛
 - اللجان التقنية التي يحدد عددها وتكوينها ومجال اختصاصها وقواعد تنظيمها وعملها الوزير المكلف بالصناعة التقليدية بقرار؛

- المدير الذي يعينه الوزير المكلف بالصناعة التقليدية بقرار، تسيير المصالح الإدارية للغرفة وإدارتها، ويتمتع المدير بجميع الصلاحيات لإدارة الغرفة والسهر على تسييرها وعملها في حدود القوانين والتنظيمات المعمول بها. تقوم الغرف بمهام، أهمها:
- تمسك سجل الصناعة التقليدية والحرف وتسييره؛
- تقترح على السلطات المعنية برنامج تنمية نشاطات الصناعات التقليدية والحرف على مستوى دوائرها الإقليمية، وتتولى تنفيذها بعد موافقة الوزير المكلف بالصناعات التقليدية؛
- تقوم بالتصديق على المنتجات الصناعات التقليدية وتسلم كل الوثائق أو الشهادات أو التأشيرات المتعلقة بنوعية الخدمة؛
- تنشر وتوزع كل وثيقة أو مجلة أو دورية تتصل بهدفه؛
- تشارك في مبادرات الهيئات التنفيذية التي لها نفس الأهداف؛
- تقوم بأعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعلومات لصالح الحرفيين التابعين لدوائرها الإقليمية؛
- تبدي آرائها في إحداث نشاطات الصناعة التقليدية والحرف؛
- تحدث مؤسسات تتصل بمهامها لا سيما الفروع ومدارس التكوين وتحسين المستوى ومؤسسات الترقية ومساعدة الحرفي وكذا هياكل العرض والمساحات البيع ومناطق النشاطات الحرفية.

2-2) النشاطات الترويجية لغرفة الصناعات التقليدية لولاية الجزائر:

تم منح غرفة الصناعة التقليدية لولاية الجزائر وفق المرسوم التنفيذي 92-10، وكانت الدوائر التابعة لها هي: الجزائر، الشلف، الجلفة، البليدة، المدية، تيبازة، عين الدفلى، تيسمسيلت، ثم بعد المرسوم التنفيذي 03-472، أصبحت الدوائر الإقليمية التابعة لها هي فقط الجزائر العاصمة، ويقع مقر الغرفة في 02 شارع مختار عبد اللطيف الجزائر، أما بخصوص هيكلها وأجهزتها فهي متشابهة في جميع الغرف وقد حددت وفق المرسوم التنفيذي 97-100.

تعمل الغرفة من أجل تنشيط القطاع لولاية الجزائر وتسعى من أجل خدمة الحرفيين وتوفير لهم جملة من برامج التكوين طيلة السنة، وكذلك تساعدهم في تسويق منتجاتهم وذلك من خلال التظاهرات والمشاركة في المناسبات الوطنية والدينية المعارض والصالونات الوطنية والدولية، وتخصيص أماكن ونقاط بيع لصالح الحرفيين. سوف نحاول الآن أن نستعرض جميع التظاهرات التي قامت بها الغرفة سنة 2018 لصالح الحرفيين من أجل تسويق منتجاتهم، كون المنتجات الحرفية هي من بين أكثر المنتجات الأكثر تعرضا لمنافسة الشديدة، نتيجة صعوبة معرفة المسالك التسويقية الترويجية، مما يتطلب وضع استراتيجيات تسويق ذكية للنشاطات والمنتجات الحرفية²².

✦ نشاطات الغرفة بمناسبة شهر رمضان:

بمناسبة شهر الفضيل 'شهر رمضان' تم اختيار منطقتين من أجل عرض منتجات الصناعات التقليدية والحرفية وهما منتزه الصابلات وحصن 23 باب الوادي، وكانت حصيلة هذا النشاط موضحة في الجدول الموالي:

الجدول 03 - معرض الصناعة التقليدية بمناسبة شهر رمضان لسنة 2018

اسم النشاط	تاريخ الإنجاز	المكان	عدد الحرفيين	عدد الذكور	عدد الإناث	قيمة المبيعات
معرض الصناعة التقليدية	من 25 ماي إلى 17 جوان	منتزه الصابلات	40	25	15	1000000,00
بمناسبة شهر رمضان	من 17 ماي إلى 17 جوان	حصن 23 باب الوادي	10	2	8	تقديم الطلبات

المصدر: منشورات من غرفة الصناعات التقليدية الجزائر العاصمة، 2019.

✦ نشاطات الغرفة بمناسبة الاحتفال باليوم الوطني للحرفي:

بمناسبة يوم الوطني للحرف تخلته عدة نشاطات، من بينها المشاركة في الجائزة الوطنية للصناعة التقليدية والفنية، وتنظيم دورات تكوينية، ولكننا هنا سوف نقتصر فقط على نشاط الترويجي للصناعات التقليدية والحرفية، يمكن نستعرض هذا نشاط في الجدول الموالي:

الجدول 03 - الاحتفال باليوم الوطني للحرفي لسنة 2018

اسم النشاط	تاريخ الإنجاز	المكان	عدد الحرفيين	عدد الذكور	عدد الإناث	قيمة المبيعات
معرض الصناعة التقليدية	من 03 إلى 11 نوفمبر	المركز الثقافي مصطفى أودان	40	17	23	500,000.00

المصدر: منشورات من غرفة الصناعات التقليدية الجزائر العاصمة، 2019.

يصادف الاحتفال باليوم الوطني الحرفي تاريخ 09 نوفمبر من كل سنة، وتسعى الغرفة بهذه المناسبة، مشاركة الحرفيين احتفالهم وذلك من خلال تخصيص معرض خاص بالصناعة التقليدية يقوم فيه الحرفيين بعرض منتوجاتهم وبيعها، كما يتم تنظيم مسابقة تتمثل في الجائزة الوطنية للصناعة التقليدية والفنية، تنظيم دورات تكوينية في مختلف الصناعات الحرفية والفنية.

✦ ونشاطات الغرفة بمناسبة بالأعياد والتظاهرات المحلية:

ساهمت الغرفة في مشاركة المجتمع الجزائري احتفالاتهم، ولم تترك فرصة إلا ومحاولة ربط المجتمع بتاريخه وتراثه وهذا من خلال قيام بمعرض للصناعات التقليدية والحرفية، وقد كانت حصيلة هذه المشاركة موضحة في الجدول الموالي:

الجدول 04 - التظاهرات والأعياد المحلية لسنة 2018

اسم النشاط	تاريخ الإنجاز	المكان	عدد الحرفيين	قيمة المبيعات
معرض لمختلف الخدمات السياحية بمناسبة اليوم الوطني للسياحة المصادف لتاريخ 25 جوان 2018. وفي نفس المناسبة، تم تنظيم معرض للصناعة التقليدية والذي دام إلى غاية 30 جويلية 2018.	من 25 جوان إلى 30 جويلية 2018	شارع ديدوش مراد الجامعة المركزية جهة المركز الثقافي مصطفى كاتب)	26	2,000,000.00
بطلب من الحرفيين المشاركين في معرض الصناعة التقليدية الفنية بمناسبة اليوم الوطني للسياحة الذي نظم بشارع ديدوش مراد قامت الغرفة بالترخيص من طرف بلدية الجزائر الوسطى بتمديد المعرض لمدة 10 أيام رغبة للحرفيين المشاركة	من 30 جويلية إلى 10 أوت 2018	بشارع ديدوش مراد الجامعة المركزية - جهة المركز الثقافي مصطفى كاتب)	18	600,000.00
تحت رعاية السيد وزير السياحة والصناعة التقليدية تنظيم معرض على هامش الملتقى الوطني حول السياحة الثقافية في الجزائر - واقع وأفاق- المنظم من طرف الرابطة الجزائرية للفكر والثقافة	08 ديسمبر 2018	قصر الثقافة - مفدي زكريا -	13	200,000.00

المصدر: منشورات من غرفة الصناعات التقليدية الجزائر العاصمة، 2019.

قامت الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية لولاية الجزائر القيام بمعرض للصناعات التقليدية بشارع ديدوش مراد، بمناسبة اليوم الوطني للسياحة، وقد امتد معرض ستة أيام من 25 جوان إلى غاية 30 جويلية، حيث عرفت مشاركة 26 حرفي، وكانت حجم المبيعات 200 مليون سنتيم، بالرغم أن عدد الأيام قليل إلا أنها عرفت حركة البيع كبيرة مما أدى بالحرفيين إلى طلب من الغرفة تمديد أيام المعرض، فتم التمديد خمس أيام إضافية، وبالرغم من استجابة لتمديد المعرض إلا أن عدد الحرفيين المشاركين قد انخفض إلى 18 حرفي.

✦ نشاطات الغرفة في التظاهرات الدولية:

لا تقتصر نشاطات الغرفة على تشجيع الحرفيين على المعارض المحلية فقط، بل تقوم الغرفة الصناعة التقليدية بتشجيع الحرفيين على المشاركة في الصالونات والمعارض الدولي، سوف نستعرض حصيلة الصالونات الدولية التي قام حرفيي الولاية بالمشاركة فيها.

الجدول 05 - مشاركة حرفي الولاية في التظاهرات الدولية

اسم النشاط	تاريخ الإنجاز	المكان	عدد الحرفيين	قيمة المبيعات
الصالون الدولي للصناعات الحرفية	من 01 إلى 03 مارس	مدينة مسقط سلطنة عمان	01	200,000.00
الصالون الدولي للصناعة التقليدية	من 13 إلى 19 مارس	قصر المعارض الصنوبر البحري	40	2,000,000.00
المشاركة في أسبوع الصناعة التقليدية الجزائرية بالكويت	من 25 إلى 29 نوفمبر	الكويت	04	500,000.00
المشاركة في الطبعة الثامنة لمهرجان المدن القديمة	من 17 إلى 26 نوفمبر	مدينة ولاتة - موريطانيا	01	100,000.00
اختتام تظاهرة الشيخ زايد التراثي بأبوظبي بالإمارات العربية المتحدة	من 01 ديسمبر 2017 إلى 27 جانفي	الوثبة - أبو ظبي - الإمارات العربية المتحدة	22	850,000.00

المصدر: منشورات من غرفة الصناعات التقليدية الجزائر العاصمة، 2019.

وكحصيلة نهائية لما قامت به الغرفة من نشاطات لترويج منتجات الصناعات التقليدية والحرفية يمكن ان نوجزها في الجدول الموالي:

الجدول 06 - حصيلة نشاطات غرفة الصناعة التقليدية لسنة 2018

رقم	اسم النشاط	عدد الحرفيين	قيمة المبيعات
01	نشاطات الغرفة بمناسبة شهر رمضان	40	100000000
02	نشاطات الغرفة بمناسبة الاحتفال باليوم الوطني للحرفي	40	50000000
03	نشاطات الغرفة بمناسبة اليوم الوطني للسياحة	26	260000000
04	نشاطات الغرفة بمناسبة ملتقى الوطني حول السياحة الثقافية في الجزائر	13	20000000
05	الصالون الدولي للصناعات الحرفية مدينة مسقط بسلطنة عمان	01	20000000
06	الصالون الدولي للصناعة التقليدية	40	200000000
07	المشاركة في أسبوع الصناعة التقليدية الجزائرية بالكويت	04	50000000
08	المشاركة في الطبعة الثامنة لمهرجان المدن القديمة بموريتانيا	01	10000000
09	اختتام تظاهرة الشيخ زايد التراثي بابوظبي بالإمارات العربية المتحدة	22	85000000

المصدر: منشورات من غرفة الصناعات التقليدية الجزائر العاصمة، 2019.

من خلال الجداول، نلاحظ أن النشاطات الخاصة بشهر رمضان وباليوم الوطني للحرفي قد كان فيها العدد أكبر من مشاركة الحرفيين بـ 40 حرفي، في حين شهد الصالون الدولي للصناعات الحرفية مدينة مسقط بسلطنة عمان ومعرض الطبعة الثامنة لمهرجان المدن القديمة بموريتانيا شارك فيه حرفي واحد لكل واحد منهما. أما من الناحية المبيعات شهد نشاط الغرفة بمناسبة اليوم الوطني للسياحة أعلى قيمة حيث قدرت قيمة المبيعات بـ 260000000 سنتيم، في حين قدر أقل نشاط من حيث قيمة المبيعات هو معرض الطبعة الثامنة لمهرجان المدن القديمة بموريتانيا بـ 10000000 سنتيم.

خاتمة:

بالرغم من كل ما تقوم به الغرف من نشاطات إلا أنها تعاني من صعوبات ولعل أبرزها هو مشكلة تغطية تكاليف نشاطها، حيث من المعلوم أن الغرف تغطي تكاليف نشاطها وتسدد أجور موظفيها من نشاطات التي تقوم بها والمتمثلة أساسا في برامج تكوينية ومختلف المعارض التي تقوم بها، حيث يسدد الحرفي جزءا من تكاليف وحقوق المشاركة والاستفادة من برامج تكوين أو تكاليف مشاركة من المعارض، وهذا ما يسبب استياء لدى الحرفيين باعتبار في الكثير من المعارض لا تغطي مبيعات ومداخل التي يحققها من المشاركة في هذه المعارض تكاليف مشاركة، وكان الأجدر هو اهتمام السلطات بالغرف وخاصة في ظل تزايد عدد البطالة وعجز السوق على توفير مناصب عمل.

وبعد دراستنا هذه حول دور الترويجي لغرفة الصناعة التقليدية والحرفية لولاية الجزائر وبعد استعراض بعض مشاكل نحاول أن تقدم بعض الاقتراحات التي ستؤدي إلى تنشيط دور الغرف وتؤدي عملها أفضل ما يمكن:

- بسبب غياب الدعم وتمويل نشاط الدولة للغرف تحول عمل الغرف من اهتمام بالتطوير وإيجاد حلول لقطاع الصناعات التقليدية إلى البحث عن مصدر تمويل غرفة من أجل تغطية أجور موظفيها، حيث انه هناك ما يقارب عن 36 غرفة مهددة بالإفلاس، وأصبح هاجس لدى الغرف وخوف من عجز تسديد أجور موظفيها؛
- ضرورة الإسراع من أجل تنشيط والاستفادة من تكنولوجيا الانترنت من أجل ترويج للصناعات التقليدية، وهذا من خلال تنشيط موقع ورشتي الذي سيساهم في ترويج لمنتجات الصناعات التقليدية؛
- من الملاحظ في المعارض التي تقوم بها الغرف هو فرض على الحرفيين الراغبين في المشاركة تسديد تكاليف المشاركة، حيث يتحمل الحرفيين تكلفة (كراء) منطقة التي يقام بها المعرض، لهذا يجب على السلطات تسهيل عمل الغرف وذلك من خلال إعفاءها من تحمل تكاليف كراء حتى تكون محفزا للحرفيين المشاركة في هذه التظاهرات؛
- تقديم امتيازات للغرف من خلال إلزام مؤسسات العمومية بالشراء المنتجات من الغرف مثل الحلويات والطعام الذي تحتاجه في بعض المناسبات لديها، أو حاجياتها من مواد التنظيف... الخ، وبذلك تكون الغرف عبارة عن مؤسسة ويكون الحرفيين لديهم الحافز للعمل والانضمام لديها، وخاصة أن نظرة الحرفيين للغرف كونه عبء عليهم أكثر منه هيئة تمثل الدولة تقدم الدعم اللازم لها.

الهوامش والمراجع:

- 1 Centre du commerce international & Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, «Le marketing des produits de l'artisanat et des arts visuels: Le rôle de la propriété intellectuelle - Guide pratique», Genève, 2003, p. 6.
- 2 بن حمودة محبوب، «الحرف التقليدية الجزائرية والإبداع التكنولوجي»، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية"، مخبر الصناعات التقليدية (LITA)، جامعة الجزائر 3، المجلد 05، العدد 01، 2016، ص ص 11-28.
- 3 BOUTGEON-RENAULT Dominique, DEBENEDETTI Stéphane, GOMBAULT Anne & PETR Christine, «Marketing de l'Art et de la Culture», Dunod (2° édition), Paris, 2014, p. 11.
- 4 CHEVALIER Michel & MAZZALOVO Gérald, «Management et marketing du luxe», Dunod (3° édition), Paris, 2015, p. 4 & p. 8.
- 5 بن قطاف محمد، «تمويل المشاريع الصغيرة والمصغرة في الجزائر: دراسة حالة مشاريع الصناعة التقليدية»، مذكرة ماجستير في العوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، جامعة الجزائر 3، 2016، ص ص 90-95.
- 6 ارجع إلى:
 - موسى رحماني & بوزاهر نسرين، «التعاون الوظيفي (التأزر) ودوره في تأهيل المؤسسات المصغرة للصناعات التقليدية في الجزائر»، الملتقى الدولي حول «متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية»، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، يومي 17 و18 أبريل 2006، كتاب الملتقى ص 587؛
 - شنيني عبد الرحيم، «دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية»، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2010، ص 19.
- 7 بن قطاف محمد & بن حمودة محبوب، «عناصر المزيج التسويقي لمنتجات الصناعات التقليدية والحرفية»، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية"، مخبر الصناعات التقليدية (LITA)، جامعة الجزائر 3، المجلد 06، العدد 01، 2017، ص ص 11-40.
- 8 المرسم التنفيذي 97-273 المؤرخ في 16 ربيع الأول لـ 21 جويلية 1997 المحدد لشروط وكيفيات منح جوائز الصناعة التقليدية والحرف (الجريدة الرسمية 48-1997م).
- 9 بن قطاف محمد & بن حمودة محبوب، تجديد المزيج التسويقي لمنتجات الصناعات التقليدية الفنية، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، مخبر الدراسات والبحوث في التنمية الريفية، جامعة برج بوعريش، المجلد 04، العدد 01، ديسمبر 2017، ص ص 187-211.

- 10 سمر توفيق محمود صبرة، «مبادئ التسويق (منخل معاصر)»، دار الإصدار العلمي للنشر، عمان، 2009، ص 195.
- 11 محمد الصيرفي، «التسويق منهج تحليلي مبسط»، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2006، ص 169.
- 12 بن قطاف محمد، بن حمودة محبوب، «عناصر المزيج التسويقي لمنتجات الصناعات التقليدية والحرفية»، مرجع سبق ذكره.
- 13 نظام موسى سويدان & نزار عبد المجيد البرواري، «إدارة التسويق في المنظمات غير الربحية»، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 108.
- 14 سمر توفيق محمود صبرة، مرجع سبق ذكره، ص 197.
- 15 حميد عبد النبي الطائي & بشير عباس العلاق، «تسويق الخدمات»، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 314.
- 16 نظام موسى سويدان & شفيق إبراهيم حداد، «التسويق مفاهيم معاصرة»، دار الحامد للنشر والتوزيع (الطبعة الثانية)، عمان، 2006، ص 341.
- 17 علي موسى الددا، «التسويق المعاصر المفاهيم والسياسات»، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2010، ص 228.

18 Article, «Comment démarrer une entreprise artisanale», 13/03/2017,
<http://www.metiersdart-poitou-charentes.fr/comment-demarrer-une-entreprise-dartisanat/>

- 19 المرسوم التنفيذي 97-100 المؤرخ في 21 ذي القعدة 1417 هـ الموافق لـ 29 مارس 1997م المحدد لتنظيم غرف الصناعة التقليدية والحرف و عملها (الجريدة الرسمية، العدد 18-1997م)، والمعدل والمتمم بـ:
- المرسوم التنفيذي 03-472 المؤرخ في 08 شوال 1424 هـ الموافق لـ 02 ديسمبر 2003م (الجريدة الرسمية، العدد 76-2003م)؛
 - المرسوم التنفيذي 09-323 المؤرخ في 22 شوال 1430 هـ الموافق لـ 11 أكتوبر 2009م (الجريدة الرسمية، العدد 95-2009م)؛
 - والمرسوم التنفيذي 16-54 المؤرخ في 22 ربيع الثاني 1437 هـ الموافق لـ 01 فيفري 2016م (الجريدة الرسمية، العدد 07-2016م).
- 20 المرسوم التنفيذي 97-101 المؤرخ في 21 ذي القعدة 1417 هـ الموافق لـ 29 مارس 1997م المحدد لتنظيم الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف و عملها (الجريدة الرسمية، العدد 18-1997م).
- 21 المرسوم التنفيذي 97-100، سبق ذكره.

22 Article, «Stratégies de marketing pour les entreprises artisanales», 26/10/2017,
<http://www.metiersdart-poitou-charentes.fr/strategies-de-marketing-pour-les-entreprises-artisanales/>.