

# Tourisme culturel urbain et artisanat en Andalousie. Le cas de la platería à Cordoue

Urban Cultural Tourism and Crafts in Andalusia.

The Case of *platería* in Cordoba

Marie Christine Delaigue<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Département de Sciences Sociales, Université de Cordoue, Espagne, fs2desem@uco.es

**RÉSUMÉ.** Cet article aborde les mutations que connaît l'artisanat urbain dans un contexte d'augmentation drastique du tourisme culturel à Cordoue (Espagne) impulsé par ses quatre nominations sur les listes de l'UNESCO. Cette ville compte aussi un artisanat de la bijouterie, fleuron de la cité depuis au moins le Moyen âge. Après avoir résumé l'évolution de la joaillerie, je montre la fragilité de ce patrimoine immatériel soutenu par des acteurs locaux et la délicate articulation entre l'artisanat qui peine à survivre et l'industrialisation de luxe, tout en mettant l'accent sur les difficultés de ces professionnels face à un tourisme qui modifie la physionomie de la ville et l'activité de ces artisans.

**ABSTRACT.** This article looks at the changes taking place in the urban crafts, against a backdrop of a drastic increase in cultural tourism in Cordoba (Spain), spurred on by its four UNESCO nominations. The city also boasts a jewellery industry that has been the city's flagship since at least the Middle Ages. After summarizing the development of jewellery craft, I show the fragility of this intangible heritage, which is supported by local players, and the delicate relationship between the craft, which is struggling to survive, and luxury industrialization, while highlighting the difficulties faced by these professionals in the face of tourism, which is changing the physiognomy of the city and the activities of these craftsmen.

**MOTS-CLÉS.** Tourisme culturel, artisanat urbain, bijouterie, patrimoine immatériel, souvenirs, Cordoue (Espagne).

**KEYWORDS.** Urban cultural tourism, urban craft, jewellery, intangible heritage, souvenirs, Cordoba (Spain).

Le tourisme culturel urbain en Andalousie évoque inévitablement les trois grandes villes de Séville, Grenade et Cordoue, connues pour leur passé musulman qui s'exprime dans l'ensemble architectural de l'Alhambra, la mosquée-cathédrale de Cordoue et la cathédrale de Séville. D'autres pôles d'attraction pour le tourisme résident dans le flamenco et la gastronomie. Tous ces éléments ont reçu le sceau de l'UNESCO comme patrimoine mondial. En revanche, l'artisanat n'est que rarement évoqué dans les films publicitaires de ces grandes villes andalouses alors que l'on connaît depuis les travaux précurseurs de Graburn (1979) l'importance de ces souvenirs, « art d'aéroports » ou art tout court dans l'imaginaire du touriste qui souhaite rapporter chez lui un témoignage de son passage dans les lieux visités ou faire un cadeau qui symbolise ce voyage. Mais si l'artisanat des ethnies lointaines a fait l'objet de nombreuses recherches en anthropologie, il n'en va pas de même pour l'artisanat urbain européen.

Cet article aborde les mutations que connaît l'artisanat urbain dans un contexte d'augmentation drastique du tourisme. J'ai choisi Cordoue qui compte quatre nominations sur les listes de l'UNESCO : déclaration de la Grande Mosquée en 1983, de la ville califale de Medina Azahara en 2018, l'élargissement de la protection de la Grande Mosquée à la juiverie en 1994 et la déclaration en 2012 de la Fêtes des Patios comme patrimoine immatériel ou vivant de l'humanité. Ces inscriptions sur les listes de l'UNESCO ont ouvert la porte à de larges flux de touristes tout au long de l'année.

À la différence de Grenade où l'Alhambra constitue un vaste ensemble de monuments, sur l'une des deux collines que compte la ville, auquel on peut accéder depuis 1992 directement depuis la rocade qui dessert la cité sans se donner la peine de visiter le centre-ville<sup>1</sup>, à Cordoue, comme d'ailleurs à Séville, le centre névralgique des monuments à visiter se situe dans la ville ancienne. Ainsi à Cordoue la

<sup>1</sup> D'ailleurs accolé à l'ensemble historique un grand parking invite visiteurs et chauffeurs d'autobus à y laisser leur véhicule ce qui leur permet de repartir une fois la visite terminée sans avoir à s'aventurer dans la ville elle-même.

mosquée-cathédrale, le monument le plus visité selon la dernière enquête effectuée par l'université de cette ville<sup>2</sup>, se trouve dans la juiverie ce qui oblige les touristes à pénétrer dans le labyrinthe des ruelles qui entoure le bâtiment religieux, et favorise l'implantation de boutiques et ateliers d'artisanat qui tentent de profiter de l'agglomération de touristes, potentiels acheteurs de souvenirs.

Cet article s'intéresse à l'artisanat de la bijouterie à Cordoue, l'un des fleurons de cette ville, qu'elle a su maintenir depuis au moins l'époque musulmane. Je soulignerai les mutations qu'ont connues les artisans de l'orfèvrerie depuis l'organisation des activités économiques en guildes instaurées après la conquête de la ville au XIII<sup>e</sup> siècle et l'importance aujourd'hui de cet art-artisanat qui se reflète dans l'implantation d'un parc des joailliers et d'une école de bijouterie. Je mettrai l'accent sur les difficultés de ces professionnels face à un tourisme qui modifie tant les pratiques quotidiennes des habitants de la vieille ville- juiverie (gentrification) que l'activité des artisans, mais aussi les opportunités qu'offre ce tourisme. J'évoquerai aussi la fragilité de ce patrimoine immatériel soutenu par des acteurs locaux et la délicate articulation entre l'artisanat qui peine à survivre et l'industrialisation de luxe qui se reflète d'ailleurs dans l'absence de convention de l'UNESCO concernant les produits de la bijouterie dans quelque pays que ce soit.

## 1. Cadre théorique : les relations entre le tourisme et l'artisanat : la vision des anthropologues

Les relations entre tourisme et artisanat ont fait l'objet de recherches par les anthropologues de sociétés lointaines, les souvenirs servant de médiateurs entre les cultures qui les produisent et celles qui les consomment.

S'appuyant sur des exemples pris dans des sociétés traditionnelles et exotiques, l'anthropologue Nelson Graburn (1976, 1979) fut le premier à souligner que les souvenirs ne sont pas seulement des marchandises mais sont chargés de significations symboliques et culturelles. Le tourisme renforce l'artisanat comme production d'un groupe social qui, à travers lui, réaffirme son identité, conforte sa mémoire culturelle et son économie. Cette production est à son tour influencée par la demande du tourisme auquel les artisans tentent d'adapter leur production. Dean MacCannell (1973) précise que ces changements ne signifient pas une perte culturelle mais représentent une adaptation créative qui permet de mieux saisir la dynamique entre tourisme et culture locale ainsi que les attentes des visiteurs. À partir des années quatre-vingt, les touristes et leur consommation sont davantage pris en considération. Ainsi la circulation de ces objets participerait à la « culturalisation » (Appadurai, 1986) du marché global et la signification de ces artefacts, qui sont fabriqués dans une société pour la consommation dans une autre culture, peut être négociée en fonction de leur déplacement dans ces différents contextes culturels. D'ailleurs, le sens de cet objet rapporté n'est entièrement compris que par le collecteur (Stewart, 1984). La plupart des auteurs (Brody, 1976, Hume, 2014, Stewart, 1984, Williams, 1976) s'accordent sur le fait que ces souvenirs doivent connaître un changement d'échelle, une miniaturisation pour être facilement emportés dans le voyage du retour et Hume (2014) insiste sur la dimension sérielle des souvenirs qui rassure les touristes dans leurs choix. Finalement, si l'artisanat est un symbole d'identité dans la communication interculturelle qu'offre le tourisme, ce processus occasionne des tensions car les communautés productrices doivent trouver un équilibre entre authenticité culturelle et adaptation commerciale ce qui les amène à une redéfinition permanente de leur identité et de leurs pratiques (Ariel de Vidal, 1995, Bruner, 2005).

L'artisanat en Europe, considéré comme patrimoine immatériel, fait en général l'objet d'une démarche basée sur la récupération de ce qui disparaît dans le contexte des sociétés paysannes. Les anthropologues documentent, sauvegardent avec un sentiment d'urgence des gestes, des techniques de production, « d'art populaire » (Cuisenier, 1987) qui alimentent les musées ethnographiques (Durand, 2018) ou tentent de patrimonialiser cet artisanat en voie de disparition dans une économie qui n'est plus

---

<sup>2</sup><https://www.uco.es/servicios/actualidad/vida-academica/item/155865-la-facultad-de-ciencias-del-trabajo-presenta-en-el-ayuntamiento-de-cordoba-un-estudio-sobre-la-imagen-que-tienen-los-turistas-que-visitan-la-ciudad-de-cordoba?lang=es>.

adaptée à ce type d'objets mais qui exprime l'identité d'un groupe social et peut participer au développement social local (Carrera Díaz, 2015). Ils s'intéressent à la capacité de résilience de l'artisanat ou aux réponses créatives face à un cadre structurel qui met en danger la reproduction. Peu de travaux à l'instar de ceux de Valery Perlès (2007) prennent en compte les modifications qu'apporte le tourisme.

Rares sont les travaux qui traitent spécifiquement de l'artisanat de la bijouterie et si quelques recherches le citent dans les métiers d'art, surtout dans un cadre rural (Delfosse et alii, 2015, Jourdain, 2010, Kosianski, 2004, 2005), c'est pour mettre en lumière les enjeux de ce type de production sans prendre en compte sa relation au tourisme. Les anthropologues européens se sont plutôt intéressés à la joaillerie, non pas comme souvenir mais comme marqueur symbolique « à tous les niveaux de la construction de l'identité féminine ». (Albert Lorca, 1995 : 4). Les bijoux rythment la vie des femmes en particulier lors de rites de passage comme le ferrage de boucles d'oreilles à la naissance, les rituels religieux tels que baptêmes, mariages, etc. Il n'est donc pas étonnant que les femmes soient les premières consommatrices de bijoux.

## 2. Méthodologie

J'ai choisi d'étudier le quartier de Cordoue le plus touristique, celui de la vieille ville autour de la cathédrale, qui par une déclaration de l'UNESCO bénéficie d'une protection depuis 1994 (fig. 1). Celle-ci est conçue dès le départ comme une zone tampon pour garantir « une meilleure protection, une meilleure conservation et une meilleure sauvegarde des biens déjà inscrits sur la Liste » c'est-à-dire, de la grande mosquée, comme l'indique clairement le rapport d'ICOMOS :

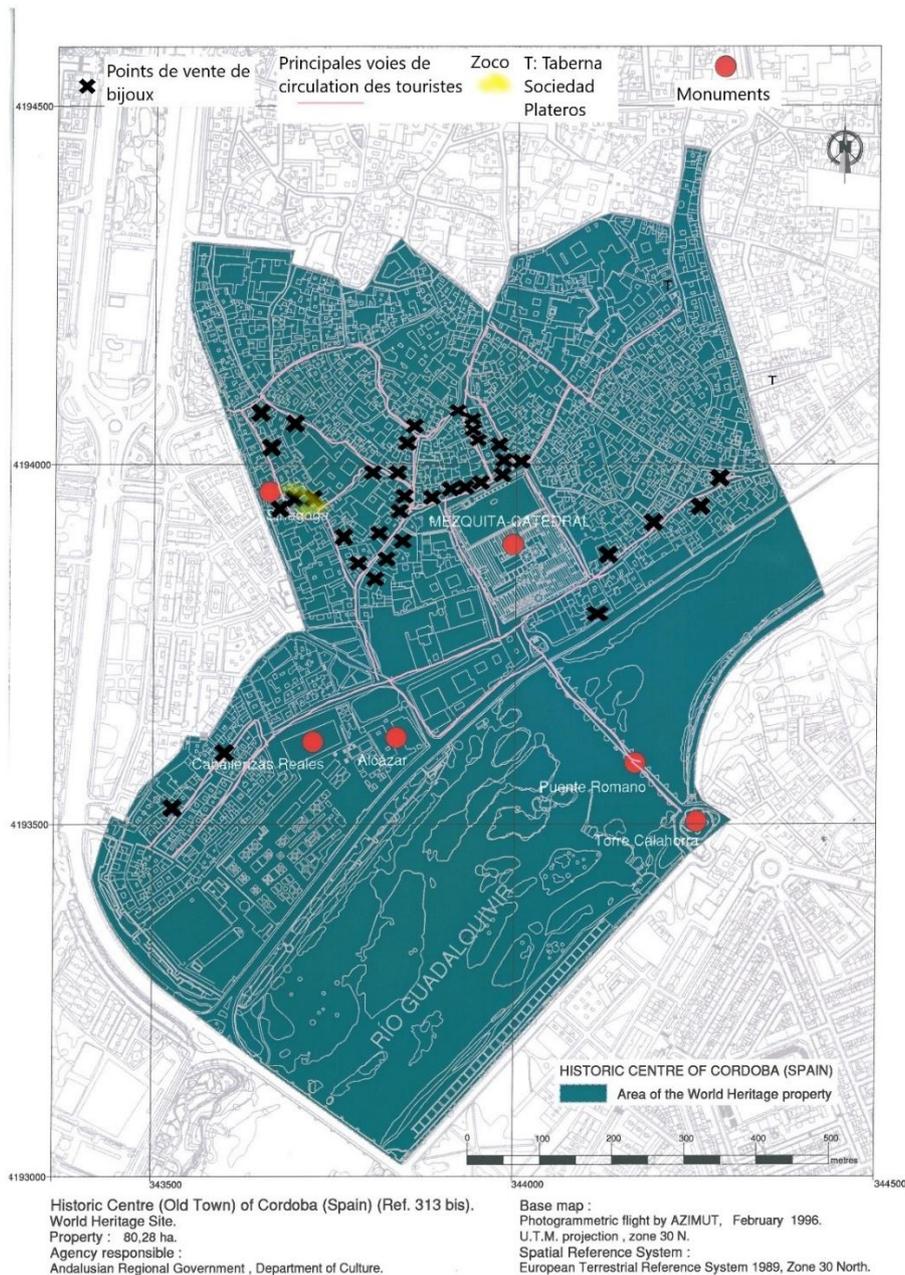
« Le centre historique de Cordoue, par ses dimensions, sa configuration ainsi que sa signification historique en tant qu'exemple vivant de diverses cultures qui s'y sont exprimées et sa relation avec la rivière, forme un ensemble historique d'une exceptionnelle valeur, comparable à celle des autres biens inscrits sur la Liste du Patrimoine mondial. Cette proposition d'inscription est formulée de telle sorte que les alentours de la cathédrale ainsi qualifiés garantissent une meilleure protection, une meilleure conservation et une meilleure sauvegarde du bien déjà inscrit sur la Liste, étant donné que l'idée de monument historique ne fait pas seulement référence au monument lui-même mais aussi au paysage urbain dans lequel il est situé et qui porte les marques d'une civilisation »<sup>3</sup>.

Le rapport de 2014 conclut que l'intégrité de ce Patrimoine mondial est intacte<sup>4</sup>. Il s'agit d'un quartier toujours très vivant avec ses écoles, la faculté de Philosophie et Lettres, peu de commerces alimentaires et des habitants qui y résident toujours même si le nombre de logements touristiques ne cesse de croître.

Cette partie de la ville se présente sous la forme de multiples ruelles étroites et sinueuses bordées de bâtiments de deux ou trois étages au plus. Elles innervent le tissu urbain (fig.1) et en général ne sont pas carrossables sauf trois d'entre elles qui permettent tout juste le passage d'une carriole tirée par des chevaux ou d'une seule voiture. Les principales « artères » qui relient la mosquée-cathédrale au centre-ville moderne sont les plus fréquentées par les touristes et elles concentrent l'essentiel du commerce destiné à ces visiteurs qui affluent tout au long de l'année avec deux pics de fréquentations : à l'automne et au printemps, notamment pendant la semaine de la fête des Patios de Cordoue (en mai).

<sup>3</sup> 313bis-ICOMOS-355-fr.pdf documents de l'UNESCO. Rapport ICOMOS 1994.

<sup>4</sup> Rapport périodique PR-C2-S2-313 (1).pdf



**Figure1.** Centre historique de Cordoue qui bénéficie d'une protection de l'UNESCO (élaboration de l'auteure sur fond de carte du dossier de l'UNESCO)

Pour réaliser cette analyse, j'ai employé les méthodes de l'ethnographie ainsi que les techniques de recollection de données secondaires et primaires. En ce qui concerne l'ethnographie j'ai alterné l'observation participante dans les rues concernées avec des enquêtes semi-structurées ainsi que des conversations informelles. J'ai effectué six entretiens et j'utilise également, avec leur consentement, deux enquêtes effectuées par mes étudiants dans le cadre de leurs études de Tourisme. Au cours de l'observation participante, je n'ai pas toujours décliné mon identité ni les objectifs de ce travail suivant en cela les recommandations de Jean-Didier Urbain (2003) surtout lors d'une première approche des commerçants et artisans ou même des touristes... J'ai également visité à deux reprises avec de petits groupes d'étudiants l'école de bijouterie en compagnie du directeur d'études qui a eu la gentillesse de répondre à toutes nos questions. Quant aux données primaires et secondaires, je n'ai pas centré la recherche uniquement sur la bibliographie d'articles scientifiques (il s'agit surtout de données historiques) mais aussi sur les périodiques locaux, sites web et réseaux sociaux. J'ai aussi pris en compte les données institutionnelles qui proviennent principalement de la Junte d'Andalousie (gouvernement d'Andalousie).

### 3. Historique de l'orfèvrerie à Cordoue

La ville de Cordoue s'étend au pied de la Sierra Morena, riche en minerais, jusqu'à la rivière du Guadalquivir et aujourd'hui même au-delà de celle-ci (figure 2). Les filons de la montagne sont exploités depuis l'Antiquité (certains depuis l'Age du Bronze). La fouille de sites miniers ainsi que la récupération de plusieurs pièces d'orfèvrerie, dont le premier trésor conservé au musée d'Archéologie Nationale de Madrid, attestent de l'importance de cette activité à l'époque romaine (Monterroso Checa *et alii*, 2024 : 27-28). À l'époque musulmane, Cordoue resplendit sous le califat et l'art de l'orfèvrerie était certainement important comme en témoigne la découverte à Baena d'un trésor composé de 623 pièces exposées au musée d'Archéologie de Cordoue.

Mais c'est surtout après la Reconquête de la région par Ferdinand III que l'on connaît mieux la profession d'orfèvre. Elle s'organise en confrérie, dédiée à saint Eloi, dont les statuts sont définis en 1503. Cette association dont l'objectif est religieux et caritatif jouit d'accords municipaux. Les *plateros* (orfèvres qui travaillent l'argent) sont alors nombreux et socialement bien considérés. Au XVIIIème siècle le métier connaît son apogée et compte plus de 220 ateliers et plus de 1000 professionnels<sup>5</sup> qui arborent un statut social privilégié : ils ne payent pas d'impôt et sont estimés comme une profession noble pour cette raison ils ne se considèrent pas comme une guilde (association d'artisans d'un même secteur pour défendre leurs droits corporatifs) mais comme un métier d'art très bien organisé et qui dispose d'un large réseau de distribution (Valverde Fernández, 2001). Au cours de ce siècle sont précisées les normes et les conditions pour exercer ce métier, le plus important numériquement et socialement au sein des artisans. La plupart de ces ateliers de joaillerie sont familiaux et ne comptent que le maître, un ouvrier et un ou deux apprentis. Cette période de prospérité est suivie d'une baisse du nombre de professionnels au siècle suivant, conséquence des crises politiques et économiques que vit le pays. D'ailleurs pour pallier les pénuries que connaissent alors les travailleurs du secteur de l'orfèvrerie, un petit groupe de ceux-ci décide en 1868 de créer une organisation charitable, qui fonctionne comme une mutuelle, la *Sociedad de Plateros* pour secourir les plus nécessiteux d'entre eux. L'un des membres de cette association eu l'idée d'augmenter les ressources qui ne provenaient que des contributions de ses membres grâce à des débits de boissons qui au fil des années étoffèrent leurs offres jusqu'à une restauration complète. La *Sociedad de Plateros* existe toujours et s'est transformée en la *Mutualidad de Previsión Social de Orífices y Plateros*, aujourd'hui menacée par la concurrence d'autres mutuelles.

Malgré les difficultés qu'a rencontrées la profession d'orfèvre, celle-ci persiste au XXe siècle. Son histoire est relatée dans les récits oraux des *plateros* qui restituent cette dernière étape, lorsque la ville ancienne était peuplée d'ateliers familiaux et que dans les rues résonnaient le bruit (que les spécialistes savaient identifier à l'oreille) du marteau, du soufflet, etc. (Alcalde Sánchez, *et alii*, 2024). Les ateliers étaient généralement situés dans les maisons et les enfants participaient aux travaux dès leur plus jeune âge, d'abord en observant, puis en exécutant de simples tâches adaptées à leur développement psychomoteur jusqu'à devenir apprentis dans l'atelier parental ou dans celui d'un ami de la famille. Dans les ateliers de filigraneurs toute la famille pouvait être réquisitionnée.

La profession n'était pas réservée aux hommes et des femmes ont dirigé un atelier. De plus, elles étaient souvent présentes dans ceux de leur mari pour polir les pièces ou remplir d'autres tâches en fonction de leurs habilités. Une forte sociabilité liait les gens de la profession qui se retrouvaient entre eux dans les bars ou les tavernes de la *Sociedad de Plateros* et une certaine endogamie marquait ce groupe social héritier de traditions familiales (Alcalde Sánchez, *et alii*, 2024 : 85-86).

Au cours des soixante-dix dernières années, les ateliers domestiques et familiaux laissent la place à des ateliers de professionnels qui regroupent jusqu'à dix spécialistes parfois encore situés dans la ville ancienne et de plus en plus dans le *Parque Joyero*, ou dans d'autres zones industrielles (Alcalde Sánchez

<sup>5</sup> Pour une population d'à peu près 30000 habitants.

et alii, 2024 :86-87). La mouvance vers les zones industrielles s'accompagne de l'introduction de nouvelles machines et de nouvelles techniques.

#### 4. Le *Parque Joyero* et l'école de bijouterie. Entre tradition et dynamisation du secteur niveau d'intertitre

Au cours du siècle dernier, de véritables petites écoles d'apprentis ont été créées dans certains ateliers, elles ont accueilli des élèves au moins à partir du début des années quarante jusqu'à la fin des années quatre-vingt. Puis, dans les années soixante-dix, deux fabriques de bijoux plus modernes ont vu le jour dans une zone industrielle de la ville. Équipées des meilleures machines de l'époque, elles comptaient à elles deux quelques cent soixante-dix ouvriers bien formés et une cinquantaine d'apprentis.

Face à ces entreprises privées, le secteur public conscient de l'importance de la bijouterie dans l'histoire de la ville et de la nécessité d'une qualification professionnelle certifiée pour un secteur d'activité très demandé et en constante évolution décida en 1994 de l'ouverture d'une école de formation professionnelle qui dépend aujourd'hui de l'autonomie andalouse (*Junta de Andalucía*). L'école ouvre ses portes en 1994 dans une zone industrielle à l'Est de la ville (*Recinto Ferial San Carlos*<sup>6</sup>). Selon le directeur d'étude depuis 1999, Julio Pastor, « l'enseignement était alors éminemment artisanal et segmenté » c'est-à-dire basé sur les techniques traditionnelles de cet artisanat et réparti en divers secteurs d'apprentissage, indépendants et linéaires.

En 2006 l'école déménage et s'installe dans le nouveau *Parque des Bijoutiers (Parque Joyero)*, inauguré l'année précédente à l'Ouest de la ville. Il s'agit d'un vaste complexe de 140.000m<sup>2</sup>, le plus grand d'Europe. Derrière de hauts murs et une sécurité renforcée (c'est l'une des réclames de ce centre) par des caméras et un accès très contrôlé, il abrite 270 entreprises essentiellement dans le secteur de la bijouterie (70%) mais aussi, après la crise économique de 2008, d'autres entreprises dédiées à l'informatique, les prothèses médicales, etc. Ce changement de localisation s'accompagne d'une nouvelle orientation de l'école davantage tournée vers les nouvelles technologies (soudure au laser, impression en 3D, software de dessin), un outillage modernisé et un apprentissage qui permet à près de 80% des étudiants de trouver du travail, souvent sur place, dans l'une des entreprises du *Parque Joyero*<sup>7</sup>. Si la formation comporte toujours un module intitulé « Bijoux artisanaux » et un enseignement des techniques traditionnelles comme le sertissage, le « *Sacado de fuego* » qui correspond à la technique de la cire perdue pour reproduire les prototypes, un itinéraire sur la conception des bijoux et un module dédié à la fabrication industrielle font appel à des techniques nouvelles. Les conséquences de la pandémie due au COVID ont renforcé cette tendance vers des formations demandées par le secteur industriel et adaptées à la réalité virtuelle, au progrès technologique et au marketing (Romero Juárez, 2024 :144-145)<sup>8</sup>. Cette vocation d'insertion dans le tissu d'entreprise et l'économie capitaliste s'accompagne aussi de l'abandon dans l'enseignement de techniques qui ne sont plus considérées comme rentables ou ne sont plus demandées par l'industrie, comme la dinanderie et le filigrane.

---

<sup>6</sup> Abandonné depuis une dizaine d'années il a été racheté l'année dernière pour devenir un centre de technologie de pointe.

<sup>7</sup> qui malgré la crise du Covid a retrouvé une activité proche de celle d'avant la pandémie, grâce en outre à l'installation d'entreprises qui avaient, avant l'épidémie, délocalisées leur production en Asie mais ont préféré s'installer à Cordoue face aux problèmes engendrés par cette crise.

<sup>8</sup> Depuis 2019 l'école est reconnue au niveau national et arbore le sceau de Centre National de Référence (CRN) pour l'aire professionnelle de la bijouterie et de l'orfèvrerie concédé par le Ministère d'Education, Formation Professionnelle et Sport. Il s'agit de l'unique centre de formation en Espagne pour tout ce qui touche à l'enseignement de la bijouterie et de l'orfèvrerie. Elle s'ouvre donc à des étudiants venus d'Andalousie et aussi de toute l'Espagne. Ce centre propose également une formation adaptée aux personnes avec handicap et avec l'association des Bijoutiers, d'Orfèvres et d'Horlogers l'école a déposé une demande de reconnaissance d'Indication Géographique Protégée (équivalent d'une Appellation d'Origine Protégée) à Bruxelles (Romero Juárez, 2024 :140).

Le directeur des études note par ailleurs que :

« le profil des étudiants a changé au fil des ans et aujourd’hui ces apprentis ont davantage de préoccupations artistiques et arrivent dans l’école après une formation antérieure aux Beaux-Arts avec le projet de réaliser de petites œuvres d’art »<sup>9</sup>.

Ainsi le dynamisme et la synergie de l’école avec les entreprises du secteur ont permis de revitaliser le secteur et d’assurer la relève générationnelle, à la différence d’autres branches de l’artisanat qui peinent à recruter (Carrera Díaz, 2021, Manjavacas, 2018). L’école compte aujourd’hui 45 élèves et selon les données du département d’Emploi, Entreprise et Travail Autonome de la Junte d’Andalousie dont elle dépend, celle-ci aurait formé plus de 1500 élèves, au cours de ces trente années d’existence. Il n’est donc pas étonnant que le directeur du *Parque Joyero* affirme « qu’il n’y a pratiquement aucune entreprise dédiée à la bijouterie qui ne compte au moins une personne formée dans l’école de Cordoue » (Journal le *Diario Córdoba* -21/06/24).

## 5. Les marques de l’orfèvrerie dans la partie protégée de la ville

Si la toponymie de la vieille ville ne conserve pas aujourd’hui de traces de cet artisanat<sup>10</sup>, elle est, en revanche, encore marquée par les activités de la *Sociedad de Plateros* et plusieurs lieux de restauration font référence à cet artisanat: dans la partie protégée, on trouve encore la *Taberna Seneca Sociedad de Plateros* où le groupe se réunit dès 1876 (Pérez Cubillo, 2021 : 104) et où la tradition se poursuit toujours une fois par mois et à proximité la *Taberna Sociedad de Plateros de San Francisco* fondée en 1872 (fig.1). D’autres établissements poursuivent leurs activités dans la vieille ville et les quartiers périphériques. De fait, au cours du XX<sup>ème</sup> siècle la *Sociedad de Plateros* comptait une soixantaine de tavernes où l’on vendait le vin à une pésète.

Ces établissements sont surtout fréquentés par la population locale et des touristes espagnols au même titre que d’autres *tabernas* traditionnelles. Les touristes étrangers qui n’ont pas la possibilité de connaître l’histoire de ces locaux ne s’y rendent que par hasard ou parce qu’une connaissance le leur a indiqué.

Mais aujourd’hui ce qui confère le plus de visibilité à l’artisanat des métaux précieux et semi-précieux se sont les commerces qui fleurissent dans toute la ville et qui sont précisément concentrés dans la partie la plus touristique, celle qui correspond à l’espace protégé par l’UNESCO.

### 5.1. Les commerces de bijouterie

Même si les touristes ne connaissent pas bien l’histoire de la ville et l’importance de l’artisanat de la bijouterie, ils ne peuvent que remarquer le grand nombre de boutiques de bijoux situées dans la zone circonscrite par l’UNESCO (fig.1). J’ai dénombré trente-sept points de vente dans les rues qui jouxtent la mosquée (dont deux dans le quartier de San Basilio). Sept de ces boutiques sont des bazars qui offrent toute sorte de souvenirs et disposent dans leur devanture d’un étal intitulé, « filigrane cordouan » présentant des boucles d’oreilles, des colliers et des bracelets très bon marché et de toute évidence de provenance asiatique, bien que les commerçants assurent qu’ils sont bien cordouans parce que, affirme l’une des vendeuses, « le filigrane est de Cordoue, les motifs sont de Cordoue et ils sont fabriqués dans le Parc des Joailliers ». Cette vaste entité peu connue des touristes et inaccessible peut ainsi servir à légitimer l’identité de ces bijoux. Dans d’autres cas le prix est justifié par la faible teneur en argent (5% assure-t’on). Dans trente boutiques ne sont vendus que des bijoux. Ces commerces présentent une grande diversité, depuis ceux qui proposent leur marque locale fabriquée dans le Parc des Joailliers ou importent des marques connues non produites à Cordoue jusqu’aux artisans locaux, en passant par les commerçants qui proviennent de familles de bijoutiers qui avaient ou conservent des ateliers familiaux, et vendent les productions de leur parentèle mais aussi des objets produits dans d’autres ateliers locaux ou par d’autres

<sup>9</sup> Article du journal *Ser* (21/06/24) et enquête auprès de J. Pastor (16/05/24).

<sup>10</sup> Dans d’autres quartiers, on trouve néanmoins les noms de quelques *plateros* connus.

marques. Ces derniers justifient l'authenticité de leurs articles en insistant sur le fait que certains sont fabriqués dans leurs propres ateliers locaux, selon les techniques traditionnelles. Pour ce groupe, issu de l'orfèvrerie, l'artisan ne peut plus vivre de son travail à cause de sa faible rentabilité, des charges, de la lenteur d'exécution, des difficultés propres à tous les artisans européens. Pour payer les notes, ils ne pourraient donc que recourir aux objets d'importation ou à la diversité des articles proposés (M. enquête 2024).

La plupart de ces entreprises possèdent plusieurs boutiques (de deux à quatre) toujours situées à proximité de la mosquée-cathédrale. Cette multiplication des points de vente permet de diversifier les articles, chaque magasin offrant des bijoux différents, et d'avoir plus de visibilité sur les trajets les plus fréquentés par le tourisme qui est le principal acheteur. Cette tendance se discerne dès les années soixante lorsque les premiers commerçants (entre autres un filigraneur) s'installent à proximité de la Cathédrale, sur le trajet qu'empruntent alors les premiers touristes depuis le centre-ville.

Avec le développement du tourisme la vieille ville s'est transformée. « La juiverie c'est pour les *guiris*<sup>11</sup> » (R. enquête 2024) affirment aujourd'hui les commerçants qui considèrent que les Cordouans ne passent guère dans cette partie de la ville et n'achètent pas dans ces commerces leurs bijoux, car ils pensent qu'ils sont plus onéreux que ceux que leur proposent les commerçants de la ville moderne. L'une des enquêtes ajoute que les Cordouans sont surpris en observant que les prix demandés dans sa boutique sont même moins chers que ceux qu'ils ont vus dans des commerces de la ville moderne et affirment que c'est parce que les bijoux ne sont pas en argent (R. enquête 2024).

## 5.2. Les artisans bijoutiers dans la ville ancienne

La Junte d'Andalousie qui souhaite protéger le patrimoine andalou a pris plusieurs mesures à la fois de protection et de diffusion de ce patrimoine (Rivera Mateos, Hernández Rojas, 2021 : 539-540). Elle a fait dresser un registre des artisans andalous auquel l'adhésion, soumise à quelques critères, est volontaire et elle a favorisé l'institution de Zones d'Intérêt Artisanal (ZIA). Néanmoins tous les orfèvres de la ville ne sont pas inscrits dans ce registre le plus souvent parce qu'ils le jugent inutile. La municipalité s'est préoccupée aussi de ses artisans et a créé en 1954 un marché de l'artisanat, le premier en Espagne : le *zoco* municipal installé dans une ancienne demeure de la juiverie (fig. 1 et 2) où les ateliers des artisans sont regroupés autour d'un grand patio. Néanmoins cette initiative a connu des fluctuations. Elle est reprise en 1986 par des artisans qui créent une Association Cordouane d'Artisans (ACA) regroupant quatorze ateliers de différents types d'artisanat dont deux *plateros* qui travaillent le filigrane. En 2014 l'association a obtenu la qualification de ZIA pour le quartier historique autour de la mosquée. Elle publie un guide des différents ateliers et a monté une boutique des produits de ses artisans. Aujourd'hui, la plupart des ateliers autour du patio du *zoco* sont fermés car les artisans sont partis à la retraite sans qu'une transmission ne se fasse.

---

<sup>11</sup> Synonyme péjoratif de touriste.



**Figure 2.** Zoco. L'atelier ouvert au fond du patio est celui du bijoutier

J'ai ici considéré comme artisans ceux qui assurent que leurs bijoux sont faits à la main, de façon artisanale et ne revendent pas ou peu d'objets provenant d'ailleurs. Toutefois la délimitation entre le groupe des revendeurs qui proposent aussi des articles fabriqués dans leurs ateliers et celui des artisans qui offrent surtout leur production, tient à ma perception du pourcentage d'objets revendus et à leur origine non locale. La difficulté est d'autant plus grande qu'à la différence d'autres artisanats comme la poterie et le tissage, il n'est pas possible pour la joaillerie de montrer au public toutes les phases de fabrication d'un bijou et ce pour plusieurs raisons : à cause du coût des matières premières qui implique une récupération minutieuse de tous les déchets provenant du travail du métal, de l'utilisation de machines bruyantes, de produits chimiques dangereux. De plus, certaines phases du travail sont sous-traitées par des artisans spécialisés, par exemple l'émaillage, les incrustations, les bains d'or etc. en fonction des habilités spécifiques de chaque joaillier. Seules quelques opérations telles que limer, polir ou assembler des pièces peuvent être effectuées dans les ateliers ouverts au public. Toutefois, les artisans affirment qu'il est difficile de se concentrer sur leur tâche tout en répondant aux questions des touristes. Ils préfèrent donc s'installer pour travailler dans des locaux non accessibles au public.

J'ai pris en compte six artisans dans la partie de la ville investiguée. Quatre d'entre eux viennent de famille de bijoutiers tandis que les deux autres ont appris par leur propre moyen. Tous font appel aux liens familiaux pour tenir la boutique ou pour les aider dans diverses tâches.

### 5.2.1. Production des artisans

Les artisans travaillent surtout l'argent, matériau emblématique de Cordoue qui provenait autrefois des mines de Sierra Morena et est aujourd'hui acheté à des fournisseurs. Quelques artisans misent sur une production soutenable avec une attention particulière portée sur l'origine des matériaux et leurs traitements (S. enquête 2024). Leurs productions s'appuient en partie sur les bijoux traditionnels comme ceux de style *isabelino*, qui s'inspirent des bijoux rococo fabriqués aux siècles précédents et qui étaient très prisés dans les générations antérieures (R. enquête 2024) que des artisans adaptent aux goûts actuels et à la clientèle. La méthode est celle de l'essai-erreur (R. enquête 2024), en ne fabriquant au début que quelques artefacts dont on augmentera la production si les premiers exemplaires se vendent bien. Parmi ces artisans certains s'écartent des bijoux traditionnels et n'utilisent pas uniquement l'argent comme matière première. Ils proposent des bijoux inventifs aux lignes épurées pour lesquels la clientèle est aussi composée de Cordouans qui connaissent et apprécient le travail de ces artisans. Les clientes ne cherchent plus seulement à rapporter un souvenir mais à acheter une marque de distinction pour un événement, une fête ou pour tous les jours comme ornementation.

Parmi cette production le filigrane qui est considéré comme un produit identitaire de Cordoue mérite une mention à part. Sa fabrication est élaborée à la main à partir de fils d'argent torsadés, aplatis et disposés en spirale appelées *caracol* (escargot) dans un cadre préétabli jusqu'à le remplir puis ces éléments sont soudés ensemble. Selon les filigraneurs, le filigrane cordouan a « une personnalité propre » et se différencie d'autres filigranes produits dans d'autres villes, bien qu'il ressemble à celui de Salamanque parce qu'affirme M. (enquête 2024), « les filigraneurs de Cordoue ont toujours travaillé pour ceux de Salamanque ». Cette technique qui existe avec des variantes dans plusieurs pays<sup>12</sup>, est attestée dans la région de Cordoue dès l'époque califale (Xe siècle) grâce à la découverte de trésors qui comptent des pièces en filigrane<sup>13</sup>. Selon les enquêtes, cette technique se transmettait de génération en génération au sein de famille de filigraneurs qui réunissaient dans des ateliers domestiques toute la parentèle :

« le fils, l'oncle, la femme, la belle-sœur, la cousine et chacun remplissait une fonction particulière. Les uns étiraient le fils d'argent, d'autres fabriquaient le fil, d'autres l'enroulaient en petits escargots, un autre soudait, d'autres préparaient la matrice de ce qui serait une voiture, un plat une cuillère, une bouche d'oreille, d'autres remplissaient ces formes, d'autres soudaient, d'autres le polissaient, d'autres l'argentaient et même un autre le vendait. Tout se faisait en famille pour cela [la technique] a perduré jusqu'à aujourd'hui, de génération en génération...des générations de familles » (M. enquête 2024).

Mais les filigraneurs ne jouissaient pas de la même considération que les joailliers parce qu'ils ne travaillaient pas les matières les plus nobles comme l'or ou les pierres précieuses ou semi-précieuses et parce qu'ils ne pouvaient innover. En revanche, le travail des filigraneurs était et est toujours considéré comme une référence à Cordoue, un produit spécifique, identitaire de la ville de Cordoue qui ne subit pas les avatars de la mode, tout au plus à partir des années 60 des améliorations techniques (utilisation de pièces préfabriquées qu'on soude ensemble) en ont « accéléré la production qui conserve toujours les canons, les lignes directrices, les dessins d'origine. Le filigrane cordouan est une tradition » affirme un descendant de filigraneur (M. enquête 2024).

De fait des bijoux en filigrane sont proposés dans la plupart des boutiques et certaines d'entre elles se sont spécialisées dans la vente de ce produit bien que le nombre d'artisans qui le fabrique soit en récession. Actuellement un seul artisan est inscrit dans le registre des artisans de la Junte sous cette

---

<sup>12</sup> Elle est aujourd'hui surtout appréciée dans le monde arabe tandis qu'en Europe les jeunes générations lui préfèrent des bijoux aux lignes plus épurées et plus conformes aux différents canons de la mode.

<sup>13</sup> Le musée archéologique de Cordoue conserve plusieurs « trésors » d'époque califale (Moreno Garrido, Escudero Aranda, 2024) et Francisco Manuel Carmona Carmona (2024 : 67) considère que la technique du filigrane est une marque musulmane.

rubrique. Ce secteur qui peine à subsister est aussi le plus menacé par les contrefaçons fabriquées en Asie très bon marché.

D'après M. les pièces de filigrane étaient autrefois achetées par les Cordouans non pas tant pour les porter que pour les offrir avec fierté « comme en disant : regarde ce que nous faisons à Cordoue, regarde ce que font nos filigraneurs ! » (Enquête 2024). Aujourd'hui la production est destinée avant tout aux touristes qui cherchent un bijou symbolisant leur voyage. L'un des informateurs (M1 enquête 2024<sup>14</sup>) considère qu'il existe trois types d'acheteurs de filigrane : « le plus fréquent est le touriste qui veut rapporter un souvenir avec une identité propre, le filigrane de Cordoue ; il prendra un bracelet, des boucles d'oreilles, une broche, une petite boîte, quelque chose de petit mais avec une identité propre ». Le deuxième type d'acheteur est un touriste averti qui connaît les problèmes dont pâtissent les artisans et souhaite à la fois rapporter un souvenir et aussi aider les artisans. Son choix se porte alors sur un artefact bien exécuté pour lequel il s'enquiert du processus d'élaboration « C'est un souvenir et de plus c'est une pièce qui est en période d'extinction ». Le troisième type est un connaisseur qui cherche une pièce spéciale, beaucoup plus artistique quel qu'en soit le prix.



**Figure 3.** *Vitrine avec filigrane cordouan*

## 6. Discussion

La triple reconnaissance de l'UNESCO a considérablement augmenté le tourisme culturel tout au long de l'année et notamment durant la fête des patios, moments où les ventes de bijoux augmentent, reconnaissent toutes les catégories de fabricants. En revanche, tous les informateurs ne s'accordent pas sur les répercussions de ce tourisme dans l'artisanat. Comme dans nombre de villes (Milano, 2018 : 555) l'augmentation du tourisme a supposé une restructuration de l'espace commercial : les échoppes de la vie quotidienne sont remplacées par des revendeurs de toutes sortes, des franchises de souvenirs d'importation, souvent bon marché, qui ne sont pas représentatifs de la ville et s'adressent à un public qui souhaite rapporter un souvenir à moindres frais. La pandémie du COVID a amplifié ce changement: les boutiques dont les occupants ne pouvaient payer les charges, loyers, etc. sont rachetées par ces

<sup>14</sup> Enquête effectuée par María Castro Lorence, Ricardo Santos Luna y Beatriz Ponferrada García, étudiants de la faculté de Tourisme.  
© 2024 ISTE OpenScience – Published by ISTE Ltd. London, UK – openscience.fr

franchises ou d'autres entrepreneurs du tourisme qui possédaient alors des dividendes. Elle a modifié drastiquement la concentration et la nature de ces négoce. De plus, ces nouveaux commerces ne respectent pas, à la différence des bijoutiers, l'espace public sur lequel ils empiètent occupant parfois tout le trottoir et les commerces et artisans qui eux respectent ces normes perdent ainsi en visibilité (fig.4).

La reconstitution de l'évolution de l'artisanat de la bijouterie à Cordoue au cours des dernières décades met aussi en évidence un mouvement général centrifuge des ateliers qui se sont installés dans les zones périphériques délaissant la vieille ville délimitée par l'UNESCO, accaparée par les activités liées au tourisme, dont les commerces de bijouterie. Mais pour les filigraneurs le tourisme n'a pas revivifié l'artisanat au contraire comme l'affirme l'un des informateurs (M2 enquête 2024) le tourisme et la globalisation seraient la cause de la disparition rapide de l'artisanat. La globalisation favoriserait les voyages et l'entrée sur le territoire de produits asiatiques produits à moindre coût : « depuis l'année 2000 le tourisme ou n'importe qui voyageant dans un pays déterminé tend à y acheter des produits bon marché ». Si les clients sont plus nombreux, ils cherchent à réduire leur budget (achat sur internet de billet d'avion et d'une location sur place, et souvenirs bons marchés).

De fait, un sondage consistant en douze enquêtes effectuées au mois d'octobre 2023 auprès de touristes dans les environs de la mosquée-cathédrale, montrent que la plupart des touristes, et plus encore parmi la population la plus jeune (étudiants), se contentent de ne rapporter que des photographies *selfies* avec une mise en scène du monument. En ce qui concerne les souvenirs ils choisissent un objet bon marché et fait en série (aimant décoré, repose-verre, voire un chapeau de type panaméen et qu'on trouve dans presque toutes les boutiques de souvenirs et qui de plus en cette saison encore chaude a le mérite d'être immédiatement rentabilisé, etc...) qui leur semble représentatif de l'Andalousie et peu leur importe que le décor présenté appartienne au registre de l'Alhambra nasride plutôt qu'à l'ornementation califale<sup>15</sup>, d'ailleurs aujourd'hui quasiment introuvable dans les boutiques du pourtour de la mosquée-cathédrale. En fait ils souhaitent rapporter un artefact qui rappelle un passé arabe un peu flou qu'ils sont capables de reconnaître dans l'objet convoité et qui se conforme à ce que d'autres touristes achètent, comme cette touriste française qui veut acheter un « bijoux avec une influence morisque »<sup>16</sup>, englobant ainsi le passé musulman des trois villes les plus visitées Grenade, Séville et Cordoue. Le souvenir n'est alors pas destiné à caractériser Cordoue mais l'ensemble du voyage. Pour Cordoue les mentions territoriales du « filigrane cordouan » remplaceraient l'inscription, importante pour beaucoup de touristes, « souvenir de ... » car ces voyageurs, rappelle Valérie Perlès (2007), veulent rapporter « un souvenir qui ressemble à un souvenir ». Ces observations concordent avec d'autres recherches anthropologiques dirigées dans des lieux différents comme le Maroc (Cauvin-Verner, 2006) ou l'Australie (Hume, 2014) qui retiennent que les souvenirs sont des objets bon marché dont la sérialité assure la représentativité.

Une possible solution que les artisans évoquent pour pallier le manque de connaissance des touristes est celle d'un musée de la Bijouterie qui retracerait l'histoire de la joaillerie à Cordoue et montrerait sa spécificité ainsi que les différentes techniques employées. Quelques initiatives privées ont tenté l'aventure par exemple le beau musée Regina qui n'a duré que quatre ans ou le petit musée qu'installa dans son atelier l'une des artisanes-artistes. L'école de joaillerie organisa également un musée dans le Parc des Joaillers mais il n'était pas destiné au grand public et trop éloigné du centre-ville pour attirer les touristes. La Députation a aussi monté une exposition sur ce thème mais qui n'a duré que quelques mois. Pourtant le musée est une représentation autorisée qui pourrait ici représenter ce qu'était et est l'artisanat et comment il s'inscrit dans la mémoire collective de la société. Il a un rôle éducatif tant pour la société locale que pour les touristes à qui il propose une narrative sur les caractéristiques de la ville qu'ils visitent. En offrant un discours sur l'artisanat cette institution serait susceptible d'alimenter l'imaginaire des touristes qui veulent rapporter un souvenir chargé de cristalliser une expérience de

<sup>15</sup> Il y a quand même quatre siècles de différence entre l'époque califale (Xème siècle) durant la splendeur de Cordoue et celle des nasrides (XIV-XVème siècles) !

<sup>16</sup> Enquête 2023 menée par Antonio Jiménez Mejías dans le cadre de ses études de Gestion Culturelle.

l'Autre. Car les souvenirs sont des objets complexes qui ne servent pas seulement à faire des profits. Ils ont aussi la capacité de se prêter à différentes narratives, destinées à faire surgir des images qui rendent patente la mémoire concernant un site, un voyage, une expérience de la différence, de l'altérité.

En outre, la production de bijoux s'oriente dans deux directions différentes qui toutes deux revendiquent la tradition, un héritage identitaire unique, un savoir-faire mais ne s'accordent pas exactement sur les mêmes critères de valorisation. La joaillerie tend à se tourner vers les nouvelles techniques, à se doter de machines plus performantes et s'ouvre depuis quelques décennies à un marché national et international comme en témoigne l'essor du Parque Joaillier et de l'école qui lui est associée. Ce secteur revendique une orientation « vers les nouveaux temps » (*Diario Córdoba* 21/06/2024) et sa production est fermée au public. En revanche, le filigrane qui recourt peu à une amélioration des techniques s'appuie sur une fabrication artisanale reproduisant gestes et méthodes qui ont fait la fortune de cet art depuis des générations et peuvent partiellement s'observer dans les ateliers ouverts au tourisme. Fondé sur la tradition cet artisanat s'essouffle face à la concurrence de contrefaçons asiatiques, facilement décelables pour ces spécialistes, et qui se vendent pour des prix dérisoires que le véritable filigrane artisanal ne peut en aucun cas concurrencer. Cette dichotomie n'est pas propre à Cordoue et s'étend aux métiers d'Art comme l'a montré en France Anne Jourdain (2010).

Ce constat pose le problème de l'authenticité, thème récurrent chez les anthropologues du tourisme (Graburn, 1976, MacCannell, 1973), dont la définition diffère d'un acteur à l'autre mais repose pour tous sur la tradition et le fait à la main. Pour les joailliers l'authenticité réside avant tout dans le « fait à la main » qui s'affiche dans toutes les pages web, plonge ses racines dans l'histoire de la joaillerie de la ville et s'ancre dans la future appellation contrôlée d'origine IGP Indication d'Origine Protégée conférée par l'Union Européenne) qui cautionnera cette valeur symbolique (Warnier, 1994). Pour les filigraneurs ce sont les techniques traditionnelles maintenues depuis de nombreuses générations et la qualité de leurs travaux présentant de petites irrégularités propres à ce « fait-main » qui fondent cette authenticité dont les copies asiatiques ne sont qu'une imitation trop parfaite. Ils critiquent aussi les importations et les malfaçons de certains de leurs concurrents qui ne respectent pas les règles de l'art. L'innovation est perçue comme un élément indispensable dans la création de nouveaux bijoux, en revanche pour quelques filigraneurs elle s'oppose à la tradition qui devrait être immuable bien que ces derniers conviennent que la fabrication du filigrane connaît des améliorations techniques.

Tous les touristes ne recherchent pas l'authenticité de leurs souvenirs. Ils se laissent séduire par un élément qui leur plaît ou dont la sérialité les reconforte sur la représentativité. Quant à ceux pour qui l'authenticité des bijoux a de l'importance, ils ou plutôt elles -car 90% des achats sont faits par des femmes- regrettent de ne pouvoir observer la chaîne opératoire de la production de bijoux dans un atelier cristallisant ainsi leur authenticité.

Le « filigrane cordouan », présent dans la plupart des vitrines (fig. 3), est un marqueur symbolique de la ville, que les cordouans achetaient pour l'offrir en représentation d'eux-mêmes, avec cet « esprit du don », car, comme remarque Marcel Mauss (1925 : 86), « présenter quelque chose à quelqu'un, c'est présenter quelque chose de soi » dans ces sociétés où les choses ne sont pas séparées des personnes. Cet esprit perdure dans le monde moderne à travers ce type de cadeaux offerts avec fierté, emblèmes d'une ville qui s'enorgueillit de la coexistence des trois religions révélées, symbolisée dans ce filigrane aux racines présumées musulmanes et juives<sup>17</sup>, et considérés comme des objets de prestige, comme des points d'ancrage pour fixer l'identité de cette société et de ses individus et pour tisser du lien social à travers ces dons car depuis les travaux de Patrizia Ciambelli (2002) on sait que les bijoux ont la fonction de sceller un lien.

Mais, il est paradoxal que ce filigrane à haute charge symbolique corresponde à un savoir-faire et une tradition qui se perdent irrémédiablement sans obtenir aucune protection pour sauvegarder ce patrimoine

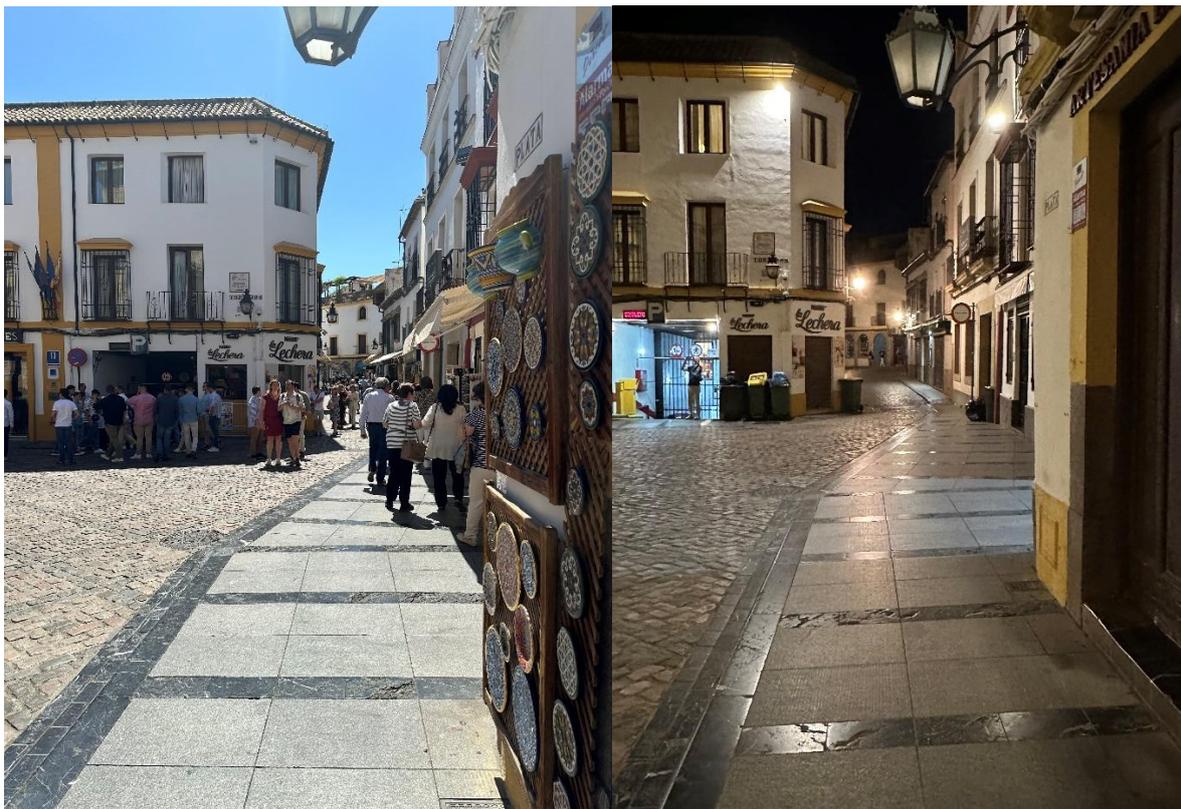
---

<sup>17</sup> Le trésor de Baena conservé au musée archéologique de Cordoue contient une pièce qui présente une étoile à six branches considérée comme l'étoile de David (Moreno Garrido, Escudero Aranda, 2024 : 160-1).

immatériel qui n'est plus transmis, ni enseigné, ni pratiquement plus fabriqué. Cet abandon traduit sans conteste le changement que connaît cette société qui ne cherche plus à se donner ou à se voir dans le travail de ses artisans mais plutôt dans son industrie, symbole des temps modernes, caractérisés selon Maurice Godelier (1996 : 294) « par un déficit permanent de solidarité », l'entraide entre artisans laissant la place à des contrats monnayés.

## 7. Conclusion

Les trois inscriptions dont jouit Cordoue sur les listes de l'UNESCO ont considérablement augmenté les flux de touristes (fig. 4) dans la zone protégée autour de la mosquée-cathédrale, conduisant à une mercantilisation de cette partie de la ville tout au long de l'année et surtout en mai lors de la Fête des Patios. S'il n'existe pas encore de manifestations de phobie envers le tourisme, néanmoins des voix s'élèvent pour critiquer tant la gestion de cette fête que la dépossession de ses usagers traditionnels qui s'est accrue depuis la pandémie (Hernández-Ramirez, 2021).



**Figure 4.** Ruelle près de la mosquée de jour où le jour les boutiques empiètent sur l'espace public et de nuit

La protection par l'UNESCO de l'espace autour de la cathédrale s'est opérée comme s'il s'agissait d'un monument, d'un espace sans vie quotidienne de ses habitants ou visiteurs. Or cet espace était et reste actif, et principalement modelé par les acteurs actuels qui choisissent d'y installer des commerces, de résider ou non sur les lieux, de transformer ou non leurs biens en appartements touristiques qui choisissent également d'empiéter sur l'espace public du petit trottoir pour y installer leurs étalages modifiant ainsi la physionomie de la rue. Il existe donc une contradiction entre la protection du bâti et l'oubli de la population qui le fit vivre. Parmi ces utilisateurs de l'espace se trouvent les artisans de la joaillerie qui sont eux les plus respectueux de l'espace public n'empiétant jamais sur celui-ci.

Pour les artisans de la bijouterie, le constat de l'apport du tourisme est mitigé. Si le secteur affronte depuis quelques décennies de nombreuses transformations qui conduisent à une modernisation des moyens de production et à la disparition d'une relève générationnelle dans la branche des filigraneurs, l'augmentation des visiteurs est aussi une opportunité à double tranchant pour leurs commerces : augmentation des possibilités de vente aux touristes bien que s'agissant de plus en plus d'un tourisme de

masse qui consomme peu et bon marché ; méfiance de la population locale ; difficultés pour travailler dans des ateliers ouverts au public ; dépendance aux aléas du tourisme comme durant la pandémie ce qui conduit les producteurs à s'ouvrir au commerce *on line* et enfin la concurrence de bijoux non fabriqués sur place. Cependant l'espace urbain aurait tout à gagner en augmentant la visibilité de ces artisans qui en ouvrant leurs ateliers donneraient à voir un savoir-faire cristallisé dans l'objet que le touriste achète.

Ce premier diagnostic sur l'artisanat de l'orfèvrerie à Cordoue et son rapport au tourisme met en évidence les tensions particulières du monde de l'artisanat dans le contexte de la globalisation et présente les lacunes des administrations : absence de représentations autorisées reflétant l'importance symbolique et identitaire de l'orfèvrerie à Cordoue, insuffisantes garanties de la qualité de la production et la non-protection d'un produit considéré comme identitaire, absence de contrôle sur le respect de la voie publique. Ce constat pourrait également s'appliquer à d'autres villes andalouses qui perdent leur artisanat.

## Bibliographie

- [ALC24] ALCALDE SÁNCHEZ I., LÓPEZ LÓPEZ, J. d. D., OLIVARES DOVAO B., «El archipiélago de la joyería cordobesa: un recorrido por la historia oral de la platería», dans J. SOBRINO SIMAL, R. OBRERO GUIADO, B. OLIVARES DOBAO (coords.), *Todo lo que brilla: un viaje por la joyería y la platería de Córdoba a través de los tiempos*, Cordoue, UcoPress, 2024.
- [APP86] APPADURAI A., *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, University Press, 1986.
- [ARI95] ARIEL de VIDAS A., «Textiles, Memory and the Souvenir Industry in the Andes», dans M.F. LANFANT, J.B. ALLCOCK, E.M. BRUNER, *International Tourism: Identity and Change*, Londres, Sage Publications Limited, 1995.
- [BRO76] BRODY J.J., «The Creative Consumer: Survival, Revival, and Invention in South-West Indian Arts», dans N. GRABURN (ed.) *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*, Berkley: University of California Press, 1976.
- [BRU] BRUNER E. M., *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*, University of Chicago Press, 2005.
- [CAR24] CARMONA CARMONA F. M., «Monasterios y conventos, clientela principal de los plateros cordobeses», dans J. SOBRINO SIMAL, R. OBRERO GUIADO, B. OLIVARES DOBAO (coords.), *Todo lo que brilla: un viaje por la joyería y la platería de Córdoba a través de los tiempos*, Cordoue: UcoPress, 2024.
- [CAR15] CARRERA DÍAZ G., *Propuesta metodológica para la documentación y gestión del patrimonio cultural inmaterial como estrategia de desarrollo social y territorial*, thèse de doctorat, Université de Séville, 2015.
- [CAR21] CARRERA DIAZ G., «Los saberes tradicionales y la artesanía. Una realidad sociocultural y económica compleja en Andalucía», dans I. ALCALDE SÁNCHEZ (coord.), *Patrimonio y ciudad. Homenaje a José María Manjavacas un antropólogo comprometido*, Cordoue, éd. Dykinson, 2021.
- [CAU06] CAUVIN-VERNER C., « Les objets du tourisme, entre tradition et folklore. L'impasse des catégories », *Journal des Africanistes*, 76-1, p. 187-201, 2006.
- [CIA02] CIAMBELLI, P., *Bijoux à secrets*, Paris, Maison des Sciences de l'Homme, 2002.
- [CUI87] CUISENIER, J., *L'Art populaire en France. Rayonnement, modèles et sources*, Paris, Arthaud, 1987.
- [DEL15] DELFOSSE C., GEORGES P. M., PORTET F., « Les artisans d'art en milieu rural et leur rapport au lieu », *Pour*, n° 226, p. 167-175, 2015.
- [DUR18] DURAND J.Y., « Fait main? Artisanat : l'ordinaire et le remarquable » Rendez-vous ethnologique, *Cahiers de Salagon*, [https : https://salagonethno.hypotheses.org/les-rendez-vous-ethnologiques-de-salagon/rendez-vous-ethnologique-2018-fait-main-artisanat-lordinaire-et-le-remarquable](https://salagonethno.hypotheses.org/les-rendez-vous-ethnologiques-de-salagon/rendez-vous-ethnologique-2018-fait-main-artisanat-lordinaire-et-le-remarquable), [consulté le 18 juin 2024] 2018
- [GOD96] GODELIER M., *L'énigme du don*, Pris : Flammarion, 1996.
- [GRA76] GRABURN N. (ed.), *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*, Berkley, University of California Press, 1976.
- [GRA79] GRABURN N., «Tourism: The Sacred Journey». dans V. SMITH (ed.), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1979.

- [JOU10] JOURDAIN A., «La construction sociale de la singularité. Une stratégie entrepreneuriale des artisans d'art », *Revue Française de Socio-Economie*, 2, n°6, p. 13-30, 2010.
- [KOS04] KOSIANSKI J.M., «Les pôles métiers d'art : des démarches empiriques de développement local relevant des réseaux de solidarité territoriale à finalité productive ? », *Revue d'Economie Reg.& Urbaine*, 2004
- [HUM14] HUME D. L., *Tourism Art and Souvenirs. The material culture of Tourism*, New York, Routledge, 2014.
- [LAN95] LANFANT M.F., ALLCOCK J.B., BRUNER E. M., *International Tourism: Identity and Change*, Londres, Sage Publications Limited, 1995.
- [MAC73] MACCANNELL D., *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. University of California Press, 1973.
- [MAN18] MANJAVACAS RUIZ J.M., «El sector artesanal en Andalucía: caracterización y principales retos», *Ámbitos. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, n°40, p. 73-88, 2018.
- [MAU25] MAUSS M., *Essai sur le don*, Presses universitaires de France, Paris, 1925 [2007].
- [MIL18] MILANO C., «Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido». *Pasos*, vol. 16, n°3, 2018.
- [MON24] MONTEROSO CHECA A., ZARZALEJOS PRIETO M., DOMÍNGUEZ JIMÉNEZ J.L., GONZÁLEZ NIETO M., «Las fuentes de la joyería cordobesa de la antigüedad en los paisajes mineros del norte de Córdoba», in J. SOBRINO SIMAL, R. OBRERO GUIASADO, B. OLIVARES DOBAO (coords.), *Todo lo que brilla: un viaje por la joyería y la platería de Córdoba a través de los tiempos*, Cordoue, UcoPress, 2024.
- [MOR24] MORENO GARRIDO M.J., ESCUDERO ARANDA J., «Conjunto de joyas en el museo arqueológico de Córdoba», dans J.SOBRINO SIMAL, R. OBRERO GUIASADO, B. OLIVARES DOBAO (coords.), *Todo lo que brilla: un viaje por la joyería y la platería de Córdoba a través de los tiempos*, Cordoue, UcoPress, 2024.
- [PER24] PÉREZ CUBILLO J., «La sociedad de Plateros de Córdoba», dans J. SOBRINO SIMAL, R. OBRERO GUIASADO, B. OLIVARES DOBAO (coords.), *Todo lo que brilla: un viaje por la joyería y la platería de Córdoba a través de los tiempos*, Cordoue, UcoPress, 2024.
- [PER07] PERLES V., «L'artisan face au tourisme : un passeur d'espaces et de temps », *Espaces et sociétés*, 128-129, p. 201-214, 2007.
- [RIV18] RIVERA MATEOS M, HERNÁNDEZ ROJAS R.D., «Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local: retos y oportunidades en una ciudad histórico-patrimonial (Córdoba, España)», *Estudios Geográficos*, LXXIX, 285, p. 529-553, 2018.
- [ROM24] ROMERO JUÁREZ M., «La escuela de joyería de Córdoba», dans J. SOBRINO SIMAL, R. OBRERO GUIASADO, B. OLIVARES DOBAO (coords.), *Todo lo que brilla: un viaje por la joyería y la platería de Córdoba a través de los tiempos*, Cordoue, UcoPress, 2024.
- [STE84] STEWART S., *On longing*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1984.
- [URB03] URBAIN J.D., *Ethnologue, mais pas trop*, Paris, éd. Payot, 2003.
- [VAL01] Valverde Fernández F., *El colegio Congregación de plateros cordobeses durante la Edad Moderna*, Cordoue, Université de Cordoue, 2001.
- [VEL19] VELASTEGUI LÓPEZ E., «Las artesanías y su real impacto en el turismo», *ConcienciaDigital*, 2(2), p. 27-40, 2019.
- [WAR94] WARNIER J.P. (éd.), *Le paradoxe de la marchandise authentique. Imaginaire et consommation de masse*, Paris, L'Harmattan, 1994.
- [WIL76] WILLIAMS N., «Australian Aboriginal Art at Yirrkaka», dans N. Graburn (éd.), *Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*, Berkley, University of California Press, 1976.

# ANNEXES PHOTOGRAPHIQUES



*Groupe de touristes devant une boutique dans la principale rue carrossable de la ville, 2024.*



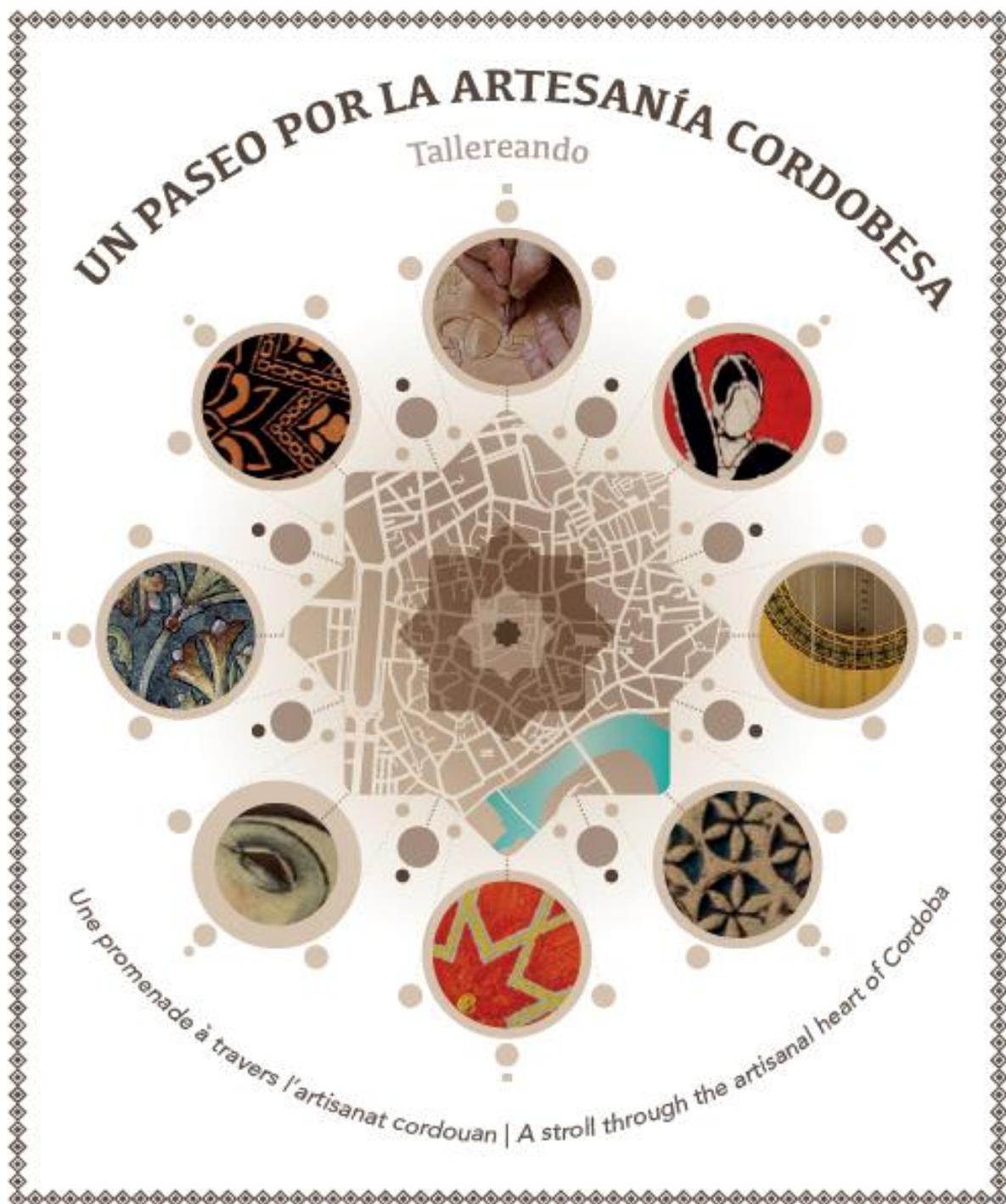
*Groupe de touristes devant l'une des bijouteries situées en face de la mosquée cathédrale, 2024.*



*Bazars de l'une des rues les plus utilisées par les touristes  
(calle Cespedes) 2024.*



*École de bijouterie au sein du Parque Joyero (cliché Diario Córdoba), 2024.*



*Affiche des artisans de la ZIA distribuée par l'Association des Artisans Cordouans, 2024.*

# Tallereando. Ven a vernos...

Venez nous voir... / Come and visit...

**1** Asociación Cordobesa de Artesanos (ZIA)  
SEDE - EXPOSICIÓN  
Siège social - Exposition / Headquarters - Exhibition  
Zoco Municipal / C/ Judíos, sn - 14004 Córdoba  
952 204 033 - www.artesanosdecordoba.com  
L-D: 10h-20h

**2** Blas Pérez Aranda (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
PASTA DE PAPEL Papier mâché / Papier mâché  
Zoco Municipal, C/ Judíos, sn, 14004 Córdoba  
www.artesanosdecordoba.com  
L-V: 10h-20h

**3** Carmen Lucena Rodríguez (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
CERÁMICA Céramique / Pottery  
Zoco Municipal, C/ Judíos, sn, 14004 Córdoba  
652 594 949 - carmenlucena61@gmail.com  
L-V: 10h-14h / 17h-20h S: 11h-14h

**4** Baraka (ZIA)  
TIENDA Exposition-Boutique / Exhibition-Sale  
C/ Manriquez, 29 - 14003 Córdoba  
957 488 327 - owonow2001@yahoo.com  
L-D: 10h30-20h

**5** Platería Califal. Manuel Cerezo (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
JOYERÍA Bijouterie / Jewelry  
C/ Buen Pastor, 19 - 14003 Córdoba  
957 490 372 - www.plateriacalifal.com  
L-D: 11h-15h / 17h-20h30

**6** Casa Ramón García Romero - Arte sobre piel (ZIA)  
CENTRO DE INTERPRETACIÓN Y TIENDA  
Museo - Boutique / Museum - Sale  
CUERO Cuir / Leather  
Pl. Agupación de Cofrades, 2 - 14003 Córdoba  
957 050 131 - www.artesobrepial.com  
L-S: 10h30-14h / 16h30-20h

**7** Meryan (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
CUERO Cuir / Leather  
Calleja de las Flores, 2 - 14003 Córdoba  
957 475 902 - www.meryanor.com  
L-V: 9h-20h S: 9h-14h

**8** El Humo (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
CERÁMICA Céramique / Pottery  
C/ Cardenal González, 68 - 14003 Córdoba  
661 761 284 - ceramicaelhumo.com  
Mañanas L-V: 12h-13h30 / Tardes L-M: 18h-20h

**9** Cueros Ghadamés (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
CUERO Cuir / Leather  
Corredor Luis de la Cerna 52 - 14003 Córdoba  
620 499 272  
www.cuerosghadamés.com  
L-V: 10h-14h / 16h-20h S-D: 11h-15h

**10** Platería Califal. Ángel Cerezo (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
JOYERÍA Bijouterie / Jewelry  
C/ Alfayatas, 7 - 14003 Córdoba  
957 480 199 - www.plateriacalifal.com  
L-D: 11h-15h / 17h-20h30

**11** Glitiana. Al Batik (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
TELAS DECORADAS Textile / Textile  
C/ Lineros, 18 - 14002 Córdoba  
626 010 024  
L-S: 10h-14h / 17h-20h D: 10h-14h

**12** Taller Rakú (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
CERÁMICA Céramique / Pottery  
C/ Maese Luis, 22 - 14003 Córdoba  
609 931 817 - ceramicaraku@gmail.com  
L-V: 9h-13h. Tardes y sábados por la mañana: previa cita.

**13** Miguel Ángel González Jurado (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
IMAGINERO Sculpteur / Sculptor  
Plaza del Socorro, 12 - 14002 Córdoba  
681 092 514 - www.gonzalezjurado.com  
L-V: 10h-14h

**14** Guitarería José Rodríguez Peña (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
LUTHIER Luthier / Luthier  
C/ San Pablo, 10 - 14002 Córdoba  
686 737 622  
www.guitarerajoserodriguez.es  
L-V: 9h-14h / 16h-18h30

**15** José M<sup>o</sup> Ruiz Sánchez  
El taller del Artesano (ZIA)  
TALLER Atelier / Workshop  
CUERO Cuir / Leather  
Calle Polichinela, 5 - 14002 Córdoba  
692 640 655 - polichinelacino@gmail.com  
Visitable previa cita

**16** Paco Malero  
TALLER Atelier / Workshop  
PIROGRABADO, CUERO  
Pyrogravure, Cuir / Pyrography, Leather  
C/ Almorávides, 6 - 14001 Córdoba  
658 963 129 - estudio@pacomalero.es  
Visitable previa cita



Affiche de Localisation des artisans de la ZIA, distribuée par l'Association des Artisans Cordouans 2024.